

Wirtschaft  
Hauptcampus

H O C H  
S C H U L E  
T R I E R

# **Modulbeschreibungen**

**Bachelor-Studiengang**

**Wirtschaftspsychologie**

## Inhaltsverzeichnis

Aufbau des Studiengangs im Überblick.....	3
Hinweis zu Seminaren .....	3
<b>Pflichtfächer</b> .....	4
Allgemeine Psychologie .....	4
Arbeits- und Organisationspsychologie .....	6
Data Mining .....	8
Differenzielle- und Persönlichkeitspsychologie .....	10
Einführung in die psychologische Methodik .....	12
Entwicklungs- und Biopsychologie.....	14
Finanzierung .....	17
Führungspsychologie.....	19
Grundlagen der Betriebswirtschaft und Buchführung .....	21
Interne Unternehmens- und Investitionsrechnung .....	23
Jahresabschluss .....	26
Kalkulation und Kontrolle .....	28
Logistik und Produktion .....	30
Makroökonomie und Wirtschaftspolitik.....	33
Marketing und Vertrieb .....	35
Mathematik .....	37
Mikroökonomie .....	39
Multivariate Verfahren der Psychologie .....	41
Psychologische Marktforschung .....	43
Sozialpsychologie .....	45
Statistik .....	47
Unternehmensführung.....	50
Werbe- und Konsumpsychologie .....	52
Wirtschaftsprivatrecht.....	54
<b>Sprache</b> .....	56
Business English 1 .....	56
Business English 2.....	58
Chinesisch 1.....	60
Chinesisch 2 .....	62
Chinesisch 3 / HSK 2 (CEF A2).....	64
Cooking up Chinese: a delicious way to Understand the Language and Culture .....	66
Français économique 1 .....	68
Français économique 2 .....	70

Spanisch 1 .....	72
Spanisch 2 .....	74
<b>Seminare</b> .....	<b>76</b>
Seminar Advanced Analytics: Aktuelle Methoden und Anwendungen.....	76
Seminar Aktuelle Fragen der Wirtschaftsprüfung und des Steuerrechts .....	<b>Fehler! Textmarke nicht definiert.</b>
Seminar Aktuelle Themen der Unternehmensführung .....	78
Seminar Aktuelles Steuerrecht.....	80
Seminar Angewandtes Marketing Management .....	82
Seminar Ausgewählte Themen der Finanzwirtschaft .....	85
Seminar Controlling und Management.....	87
Seminar Entrepreneurship .....	89
Seminar Forschungsprojekt (Wirtschaftspsychologie) .....	91
Seminar Human Resource Management .....	93
Seminar Interkulturelles Management .....	95
Seminar Internationale Finanzmärkte .....	98
Seminar Internationale Rechnungslegung.....	100
Seminar Konfliktmanagement und Kooperation (Wirtschaftspsychologie) .....	102
Seminar Markt- und Sozialforschung.....	104
Seminar Methoden der Personalmanagementforschung (Wirtschaftspsychologie).....	106
Seminar Personalentwicklung und Coaching (Wirtschaftspsychologie) .....	108
Seminar Planspiel Universal Banking .....	110
Seminar Projektmanagement und agile Methoden (Wirtschaftspsychologie) .....	112
Seminar Tourismusmarketing .....	114
<b>Praktische Studienphase/ Bachelor-Thesis</b> .....	<b>116</b>
Praktische Studienphase .....	116
Bachelor-Thesis .....	118

## Aufbau des Studiengangs im Überblick

### Curriculum

6	Praktische Studienphase (im wirtschaftspsychologischen Bereich)			Abschlussarbeit (im wirtschaftspsychologischen Bereich)	
5	Sprache	Psychologische Marktforschung	Seminar (mindestens eines in Wirtschaftspsychologie)		Logistik und Produktion Wirtschaftsprivatrecht
4	Sprache	Führungspsychologie	Seminar (mindestens eines in Wirtschaftspsychologie)		Finanzierung Kalkulation und Kontrolle
3	Werbe- und Konsumpsychologie	Arbeits- und Organisationspsychologie	Multivariate Verfahren der Psychologie	Data Mining	Makroökonomie und Wirtschaftspolitik Interne Unternehmens- und Investitionsrechnung
2	Sozialpsychologie	Differentielle- und Persönlichkeitspsychologie	Statistik	Mikroökonomie	Unternehmensführung Jahresabschluss
1	Allgemeine Psychologie	Entwicklungs- und Biopsychologie	Einführung in die psychologische Methodik	Mathematik	Marketing und Vertrieb Grundlagen der BWL und Buchführung

### Hinweis zu Seminaren

Laut Curriculum ist es vorgesehen, dass Studierende im 4. und 5. Semester jeweils ein Seminar belegen. Es ist jeweils ein Seminar aus den laufend aktualisierten Seminarkatalogen A (Wirtschaftspsychologie) und B (BWL und Wirtschaftspsychologie) zu wählen. Katalog B enthält Katalog A. In der Seminarübersicht in diesem Modulhandbuch sind die Seminare aus Katalog A mit dem Zusatz „Wirtschaftspsychologie“ gekennzeichnet. Alle anderen Seminare sind Katalog B zuzurechnen.

# Pflichtfächer

Allgemeine Psychologie				Modulnr.: tba	
Moduldauer	Semester, in dem das Modul stattfindet	Häufigkeit des Angebots		Kreditpunkte (ECTS)	Gewichtung der Note für die Endnote
1 Semester	1. Semester	<input type="checkbox"/> jedes Sommersemester <input checked="" type="checkbox"/> jedes Wintersemester <input type="checkbox"/> bei Bedarf		5 ECTS	Gewichtung entsprechend Prüfungsordnung (Curriculum lt. Anlage zur PO)
Lehr-/Lernformen		Kontaktzeit	Selbststudium	Gesamtarbeitsaufwand (Workload) der/des Studierenden	
Seminaristische Vorlesung		4 SWS / 45 Std.	80 Std.	125 Std.	
Kompetenzziele (Lernergebnisse)					

Die Studierenden kennen

- Methoden der Allgemeinen Psychologie;
- Perspektiven der Allgemeinen Psychologie;
- die Bedeutung der Allgemeinen Psychologie für die Fachdisziplin;
- Anwendungsbeispiele der Allgemeinen Psychologie im wirtschaftspsychologischen Kontext.

Die Studierenden können

- die Konzepte und Theorien der Allgemeinen Psychologie zum menschlichen Erleben und Verhalten darstellen und anwenden;
- die Methoden der allgemeinen Psychologie erklären, bewerten und im wirtschaftlichen Kontext, sowie darüberhinausgehenden Situationen anwenden;
- sich wissenschaftliche Erkenntnisse zu den Themengebieten der Allgemeinen Psychologie selbstständig erarbeiten und kritisch reflektieren;
- grundlegende Themenfelder und Denkweisen innerhalb der Allgemeinen Psychologie vergleichen und kontrastieren.

## Inhalte

- Einführung in die Themengebiete der Allgemeinen Psychologie
- Wahrnehmungspsychologie (u.a. Psychophysik, visuelle und auditive Wahrnehmung, Aufmerksamkeits- und Konstanzleistungen)
- Gedächtnispsychologie (u.a. Kurzzeit- Arbeits- und Langzeitgedächtnis, Abruf und Vergessen, Amnesien)
- Lernpsychologie (u.a. klassische und operante Konditionierung, Modelllernen, erlernte Hilflosigkeit)
- Motivationspsychologie (u.a. Determinanten des Verhaltens, Triebtheorien, Erwartungs\*Wert Theorien, SDT-Theorie, Messung von Motiven)
- Emotionspsychologie (u.a. Definition und Klassifikation von Emotionen, Entwicklung von Emotionen, Emotionsregulation, Emotionsmessung)
- Relevanz, Übertragbarkeit und Anwendung der Allgemeinen Psychologie für die wirtschaftspsychologische Praxis

Verwendbarkeit des Moduls

Wirtschaftspsychologie

Pflichtfach

Wahlpflichtfach

Empfohlene Voraussetzungen für die Teilnahme

Keine

Prüfungsformen	Voraussetzung für die Vergabe von ECTS
<input checked="" type="checkbox"/> Klausur <input type="checkbox"/> mündliche Prüfung <input type="checkbox"/> Praktikums-/Laborleistung <input type="checkbox"/> Kolloquium <input type="checkbox"/> Projektpräsentationen <input type="checkbox"/> Portfolio <input type="checkbox"/> Seminar- und Hausarbeit <input type="checkbox"/> praktische Prüfung <input type="checkbox"/> Referat	Erfolgreiches Bestehen der Prüfungsform.
Lehrende/r	Modulverantwortliche/r
Prof. Dr. Anna Schneider	Prof. Dr. Anna Schneider

Literatur/Lernhilfen

Bak, P. M. (2020). Wahrnehmung, Gedächtnis, Sprache, Denken. Springer.  
 Bak, P. M. (2019) Lernen, Motivation und Emotion. Allgemeine Psychologie II – das Wichtigste, prägnant und anwendungsorientiert. Berlin: Springer.  
 Becker-Carus, C. & Wendt, M. (2017) Allgemeine Psychologie. Ein Lehrbuch (2. Aufl.). Berlin: Springer.  
 Brandstätter, V., Schüler, J., Puca, R.M., Lozo, L. (2018) Motivation und Emotion Allgemeine Psychologie für Bachelor (2. Aufl.). Berlin: Springer.  
 Gerrig, R. J. (2018) Psychologie. (21. Aufl.). Pearson Studium: München.  
 Goldstein, E. B. (2015) Wahrnehmungspsychologie. Der Grundkurs (9. Aufl.). Berlin: Springer.  
 Sowie zusätzlich aktuelle Literatur aus gängigen Journals

Stand: WS 2022/23

## Arbeits- und Organisationspsychologie

Modulnr.:

Moduldauer	Semester, in dem das Modul stattfindet	Häufigkeit des Angebots	Kreditpunkte (ECTS)	Gewichtung der Note für die Endnote
1 Semester	3. Semester	<input type="checkbox"/> jedes Sommersemester <input checked="" type="checkbox"/> jedes Wintersemester <input type="checkbox"/> bei Bedarf	5 ECTS	Gewichtung entsprechend Prüfungsordnung (Curriculum lt. Anlage zur PO)

Lehr-/Lernformen	Kontaktzeit	Selbststudium	Gesamtarbeitsaufwand (Workload) der/des Studierenden
------------------	-------------	---------------	--

Seminaristische Vorlesung	4 SWS / 45 Std.	80 Std.	125 Std.
---------------------------	-----------------	---------	----------

Kompetenzziele (Lernergebnisse)
---------------------------------

Die Studierenden kennen

- die wichtigsten (historischen) Ausgangspunkte der Arbeits- und Organisationspsychologie
- die wichtigsten theoretischen Grundlagen zur Beschreibung von Arbeitshandeln und Arbeitsanforderungen
- Theorien der Arbeitsmotivation und -zufriedenheit
- handlungs- und motivationstheoretische Konzepte der Arbeitsanalyse und -bewertung
- Konzepte einer menschengerechten Arbeitsgestaltung
- Vor- und Nachteile verschiedener Varianten von Gruppenarbeitskonzepten
- Konzepte dezentraler (Tele-)Arbeit und aktuelle Perspektiven von Industrie 4.0
- Vor- und Nachteile unterschiedlicher Organisationsstrukturen und -typen
- Konzepte von Organisationsklima und -kultur
- Grundlagen praktischer Organisationsentwicklung inkl. Methode der Mitarbeiterbefragung
- Führungsmodelle und -theorien
- Ansätze der Anforderungsanalyse im Kontext von Personalauswahl+
- verschiedene Methoden der Personalauswahl und ihre Kriterienvalidität
- Ansätze zur Nutzenanalyse und -bestimmung von Personalauswahlmaßnahmen
- Grundlagen und ausgewählte Methoden der Personalentwicklung

Die Studierenden können

- spezifischen Anforderungen der Arbeit in soziotechnischen Systemen im Hinblick auf einen sicheren und verlässlichen Betrieb dieser Systeme analysieren und bewerten
- begründete Vorschläge für eine Veränderung der Gestaltung derartiger Systeme machen

Inhalte
---------

- Geschichte und theoretische Grundlagen der Arbeits- und Organisationspsychologie
- Konzepte persönlichkeits- und motivationsförderlicher Arbeitsgestaltung,
- Konzepte und Methoden der Arbeitsanalyse und -bewertung,
- neue Formen der Arbeitsgestaltung (Gruppenarbeit, Telearbeit, Arbeit und Industrie 4.0),
- Aufbau und Struktur von Organisationen,
- Organisationsklima und -kultur,
- Organisationsentwicklung,
- Führungskonzepte und -theorien,
- Konzepte und Methoden der Personalauswahl,
- Konzepte und Methoden der Personalentwicklung





## Data Mining

Modulnr.: 8291

Moduldauer	Semester, in dem das Modul stattfindet	Häufigkeit des Angebots		Kreditpunkte (ECTS)	Gewichtung der Note für die Endnote
1 Semester	3. Semester	<input type="checkbox"/> jedes Sommersemester	<input checked="" type="checkbox"/> jedes Wintersemester	5 ECTS	Gewichtung entsprechend Prüfungsordnung (Curriculum lt. Anlage zur PO)
Lehr-/Lernformen		Kontaktzeit	Selbststudium	Gesamtarbeitsaufwand (Workload) der/des Studierenden	
Vorlesung		4 SWS / 45 Std.	80 Std.	125 Std.	

### Kompetenzziele (Lernergebnisse)

Die Studierenden kennen und verstehen

- die Bedeutung von Daten und ihrer Nutzung für die Steuerung von Unternehmen,
- die grundsätzlichen Ziele, Herausforderungen und Vorgehensweisen des Data Mining,
- die wichtigsten Anwendungsklassen des Data Mining,
- ausgewählte Methoden der explorativen Datenanalyse sowie des Data Mining.

Die Studierenden können

- die Ergebnisse des Data Mining betriebswirtschaftlich interpretieren,
- den betriebswirtschaftlichen Nutzen eines Data-Mining-Projekts beurteilen,
- in Data-Mining-Projekten in der Rolle eines betriebswirtschaftlichen Experten effektiv mitarbeiten.

### Inhalte

- Praktische Problemstellungen und Anwendungsklassen des Data Mining
- Vorgehensmodelle des Data Mining
- Explorative Datenanalyse
- Regressionsverfahren
- Klassifikationsverfahren
- Clusteranalyse
- Assoziationsanalyse

### Verwendbarkeit des Moduls

Wirtschaftspsychologie	<input checked="" type="checkbox"/> Pflichtfach	<input type="checkbox"/> Wahlpflichtfach
Betriebswirtschaft	<input checked="" type="checkbox"/> Pflichtfach	<input type="checkbox"/> Wahlpflichtfach
Wirtschaftsinformatik	<input checked="" type="checkbox"/> Pflichtfach	<input type="checkbox"/> Wahlpflichtfach

Empfohlene Voraussetzungen für die Teilnahme

Mathematik, Statistik

Prüfungsformen	Voraussetzung für die Vergabe von ECTS
<input checked="" type="checkbox"/> Klausur <input type="checkbox"/> Portfolio <input type="checkbox"/> mündliche Prüfung <input type="checkbox"/> Seminar- und Hausarbeit <input type="checkbox"/> Praktikums-/Laborleistung <input type="checkbox"/> praktische Prüfung <input type="checkbox"/> Kolloquium <input type="checkbox"/> Referat <input type="checkbox"/> Projektpräsentationen	Erfolgreiches Bestehen der Prüfungsform.
Lehrende/r	Modulverantwortliche/r
Prof. Dr. Jörg Gutsche	Prof. Dr. Jörg Gutsche

Literatur/Lernhilfen

- Backhaus, K. / Erichson, B. / Plinke, W. / Weiber, R. (2016): Multivariate Analysemethoden. Heidelberg, Springer Gabler.
- Cleve, J. / Lämmel, U. (2014): Data Mining. München, Oldenbourg.
- James, G. / Witten, D. / Hastie, T. / Tibshirani, R. (2014): An Introduction to Statistical Learning. New York, NY, Springer.
- Provost, F. / Fawcett, T. (2013): Data Science for Business. Sebastopol, CA, O'Reilly.
- Tan, P.-N. / Steinbach, M. / Kumar, V. (2014): Introduction to Data Mining. Harlow, Pearson.

Stand: SS 2017

## Differenzielle- und Persönlichkeitspsychologie

Modulnr.:

Moduldauer	Semester, in dem das Modul stattfindet	Häufigkeit des Angebots		Kreditpunkte (ECTS)	Gewichtung der Note für die Endnote
1 Semester	2. Semester	<input checked="" type="checkbox"/> jedes Sommersemester	<input type="checkbox"/> jedes Wintersemester	5 ECTS	Gewichtung entsprechend Prüfungsordnung (Curriculum lt. Anlage zur PO)
Lehr-/Lernformen		Kontaktzeit	Selbststudium	Gesamtarbeitsaufwand (Workload) der/des Studierenden	
Seminaristische Vorlesung		4 SWS / 45 Std.	80 Std.	125 Std.	
Kompetenzziele (Lernergebnisse)					

Die Studierenden kennen

- Sichtweisen und Methoden der Differenziellen und Persönlichkeitspsychologie;
- persönlichkeitspsychologische Konstrukte und deren Bedeutung;
- Methoden zur Messung der Persönlichkeit, Kreativität, Intelligenz;
- ausgewählte Anwendungsfelder und -Beispiele.

Die Studierenden können

- die Paradigmen der Differentiellen Psychologie erläutern und voneinander abgrenzen;
- Determinanten individueller Unterschiede beschreiben;
- Methoden zur Messung ausgewählter Konstrukte erklären und Teilschritte selbst durchführen;
- die Qualität von Messinstrumenten beurteilen.

### Inhalte

- Einführung in die Differenzielle- und Persönlichkeitspsychologie;
- Eindrucksbildung, Bewertungsprozesse, Urteilsgenauigkeit;
- Paradigmen der Differenziellen und Persönlichkeitspsychologie (u.a. Psychoanalytisches-, Behavioristisches-, Evolutionspsychologisches- und Humanistisches Paradigma);
- Determinanten individueller Unterschiede (Nature vs. Nurture, Geschlecht, Religiosität, etc.);
- Theorien und Befunde zur Entwicklung der Persönlichkeit im Lebensverlauf;
- Anwendungsfelder;
- Erfassung von bspw. Intelligenz, Kreativität, Persönlichkeitseigenschaften;
- Auseinandersetzung mit Fachartikeln.

### Verwendbarkeit des Moduls

Wirtschaftspsychologie

Pflichtfach

Wahlpflichtfach

Empfohlene Voraussetzungen für die Teilnahme

Keine

Prüfungsformen	Voraussetzung für die Vergabe von ECTS
<input checked="" type="checkbox"/> Klausur <input type="checkbox"/> Portfolio <input type="checkbox"/> mündliche Prüfung <input type="checkbox"/> Seminar- und Hausarbeit <input type="checkbox"/> Praktikums-/Laborleistung <input type="checkbox"/> praktische Prüfung <input type="checkbox"/> Kolloquium <input type="checkbox"/> Referat <input type="checkbox"/> Projektpräsentationen	Erfolgreiches Bestehen der Prüfungsform.
Lehrende/r	Modulverantwortliche/r
Prof. Dr. Anna Schneider	Prof. Dr. Anna Schneider

Literatur/Lernhilfen

Asendorpf, J. B. (2019). *Persönlichkeitspsychologie für Bachelor* (4. Aufl.). Berlin: Springer.  
 Neyer, F. J., & Asendorpf, J. B. (2017). *Psychologie der Persönlichkeit*. Springer-Verlag.  
 Rauthmann, J. F. (2015). *Grundlagen der Differentiellen und Persönlichkeitspsychologie: Eine Übersicht für Psychologie-Studierende*. Springer-Verlag.  
 Schmitt, M. (2010). *Differentielle und Persönlichkeitspsychologie kompakt*. Weinheim: Beltz.  
 Stemmler, G., Hagemann, D., Amelang, M. & Spinath, F. M. (2016) *Differentielle Psychologie und Persönlichkeitsforschung* (8. Aufl.). Stuttgart: Kohlhammer.

Stand: WS 2022/23

## Einführung in die psychologische Methodik

Modulnr.:

Moduldauer	Semester, in dem das Modul stattfindet	Häufigkeit des Angebots	Kreditpunkte (ECTS)	Gewichtung der Note für die Endnote
1 Semester	1. Semester	<input type="checkbox"/> jedes Sommersemester <input checked="" type="checkbox"/> jedes Wintersemester <input type="checkbox"/> bei Bedarf	5 ECTS	Gewichtung entsprechend Prüfungsordnung (Curriculum lt. Anlage zur PO)
Lehr-/Lernformen		Kontaktzeit	Selbststudium	Gesamtarbeitsaufwand (Workload) der/des Studierenden
Seminaristische Vorlesung		4 SWS / 45 Std.	80 Std.	125 Std.
Kompetenzziele (Lernergebnisse)				

Die Studierenden kennen

- den grundlegenden Unterschied zwischen quantitativen und qualitativen Forschungsansätzen;
- verschiedene Forschungsansätze und deren Aussagekraft und Bedeutung für die empirische Forschung

Die Studierenden können

- das grundsätzliche Vorgehen der empirischen Psychologie benennen;
- wissenschaftliche von nicht-wissenschaftlichen Begründungen abgrenzen;
- typische Datenerhebungs- und Auswertungsmethoden beschreiben und die jeweiligen Vor- und Nachteile analysieren;
- Konzepte psychologischer Forschungsmethoden in vorhandener wissenschaftlicher Literatur identifizieren und hinsichtlich ihrer Angemessenheit bewerten.

### Inhalte

- Wissenschaftstheoretische Grundkonzepte
- Anspruch, Systematik und Güte psychologischer Methodik
- quantitative und qualitative Forschungsmethoden
- ethische Rahmenbedingungen für den Einsatz psychologischer Verfahren
- Informationsbedarf und Konsequenzen für die Operationalisierung von Konstrukten und Methoden
- aktuelle Themen und Methoden der psychologischen Forschung.

### Verwendbarkeit des Moduls

Wirtschaftspsychologie

Pflichtfach

Wahlpflichtfach

### Empfohlene Voraussetzungen für die Teilnahme

Keine

Prüfungsformen	Voraussetzung für die Vergabe von ECTS
<input checked="" type="checkbox"/> Klausur <input type="checkbox"/> Portfolio <input type="checkbox"/> mündliche Prüfung <input type="checkbox"/> Seminar- und Hausarbeit <input type="checkbox"/> Praktikums-/Laborleistung <input type="checkbox"/> praktische Prüfung <input type="checkbox"/> Kolloquium <input type="checkbox"/> Referat <input type="checkbox"/> Projektpräsentationen	Erfolgreiches Bestehen der Prüfungsform.

Lehrende/r	Modulverantwortliche/r
Prof. Dr. Anna Schneider	Prof. Dr. Anna Schneider

Literatur/Lernhilfen

Bortz, J. & Döring, N. (2016). Forschungsmethoden und Evaluation (5. Aufl.). Heidelberg: Springer- Verlag.

Hussy, W., Schreier, M. & Echterhoff, G. (2013) Forschungsmethoden in Psychologie und Sozialwissenschaften für Bachelor (2. überarb. Aufl.). Berlin: Springer.

Huber, O. (2013). Das psychologische Experiment (6. Aufl.). Bern: Huber.

Stand: WS 2022/23

## Entwicklungs- und Biopsychologie

Modulnr.: tba

Moduldauer	Semester, in dem das Modul stattfindet	Häufigkeit des Angebots		Kreditpunkte (ECTS)	Gewichtung der Note für die Endnote
1 Semester	1. Semester	<input type="checkbox"/> jedes Sommersemester	<input checked="" type="checkbox"/> jedes Wintersemester	5 ECTS	Gewichtung entsprechend Prüfungsordnung (Curriculum lt. Anlage zur PO)
		<input type="checkbox"/> bei Bedarf			
Lehr-/Lernformen		Kontaktzeit	Selbststudium	Gesamtarbeitsaufwand (Workload) der/des Studierenden	
Seminaristische Vorlesung		4 SWS / 45 Std.	80 Std.	125 Std.	
Kompetenzziele (Lernergebnisse)					

### Entwicklungspsychologie

Die Studierenden können

- Erkenntnisse und Befunde der Entwicklung über die Lebensspanne darstellen und erklären;
- verschiedene Erklärungsansätze der kognitiven, emotionalen und sozialen Entwicklung voneinander abgrenzen und deren Relevanz und Anwendbarkeit beurteilen;
- Erkenntnisse aus anderen Grundlagenfächern auf den Entwicklungspsychologischen Kontext anwenden;
- eine gelungene Anpassung an die Lebensphasen von möglichen Fehlentwicklungen unterscheiden.
- entwicklungspsychologische Grundlagen und Studien in Kleingruppenarbeit prägnant aufbereiten und präsentieren.

Die Studierenden kennen

- Besonderheiten und Themen unterschiedlicher Entwicklungsphasen;
- die Unterschiede im Erleben und Verhalten von Menschen in verschiedenen Entwicklungsphasen;
- ausgewählte Methoden und Interventionsansätze zur Entwicklungsförderung oder Prävention von Entwicklungsproblemen.

### Biopsychologie

Die Studierenden können

- die biologischen Grundlagen des menschlichen Verhaltens und Erlebens benennen und beschreiben;
- grundlegende Methoden der Biologischen Psychologie benennen und ihre Grundprinzipien benennen.

Die Studierenden kennen

- zentrale neuroanatomische Strukturen und deren Funktionen;
- die biopsychologischen Grundlagen für Wahrnehmungs- und Verhaltensprozesse;
- Neurobiologische Modelle und deren Bedeutung für Konsumenten- und Marketingforschung.

## Inhalte

### Entwicklungspsychologie

- Gegenstand und Aufgaben der Entwicklungspsychologie;
- Verfahren und Methoden der Entwicklungspsychologie;
- Prozesse und Formen der Entwicklung (u.a. Reifung und Anpassung, kontinuierliche und diskontinuierliche Entwicklung);
- Theorien und Befunde zur Entwicklung in Kindheit und Jugend, im jungen- mittleren und späten Erwachsenenalter;
- biologische und umweltbedingte Grundlagen der Entwicklung;
- Anwendungsfelder der Entwicklungspsychologie;
- Lesen und Präsentation von Fachartikeln.

### Biopsychologie

- Einführung in die Biologische Psychologie;
- Methoden der Biologischen Psychologie;
- Physiologische Regelung von Körpersystemen und Steuerung von vegetativen Funktionen;
- Biologische Aspekte bei u.a. Stress, Lernen und Gedächtnis, Emotionen, Substanzmissbrauch und psychischen Störungen;
- Neuromarketing und Consumer Neuroscience inkl. ethischen Implikationen und Grenzen;
- Lesen und Präsentation von Fachartikeln.

## Verwendbarkeit des Moduls

Wirtschaftspsychologie

Pflichtfach

Wahlpflichtfach

## Empfohlene Voraussetzungen für die Teilnahme

keine

Prüfungsformen		Voraussetzung für die Vergabe von ECTS
<input checked="" type="checkbox"/> Klausur <input type="checkbox"/> mündliche Prüfung <input type="checkbox"/> Praktikums-/Laborleistung <input type="checkbox"/> Kolloquium <input type="checkbox"/> Projektpräsentationen	<input type="checkbox"/> Portfolio <input type="checkbox"/> Seminar- und Hausarbeit <input type="checkbox"/> praktische Prüfung <input checked="" type="checkbox"/> Referat	Erfolgreiches Bestehen der Prüfungsform.
Lehrende/r		Modulverantwortliche/r
Prof. Dr. Anna Schneider		Prof. Dr. Anna Schneider
Literatur/Lernhilfen		

### Entwicklungspsychologie

Berk, L. E. (2011). *Entwicklungspsychologie* (5. aktualisierte Aufl.). München: Pearson Studium.



Faltermaier, T., Mayring, P., Saup, W. & Strehmel, P. (2014).  
*Entwicklungspsychologie des Erwachsenenalters* (3. vollständig überarbeitete  
Auflage). Stuttgart: Kohlhammer.

Lohaus, A. & Vierhaus, M. (2015). *Entwicklungspsychologie des Kindes- und  
Jugendalters*. Berlin/Heidelberg: Springer-Verlag.

Schneider, W. & Lindenberger, U. (Hrsg.) (2018) *Entwicklungspsychologie* (8.  
vollst. überarb. Aufl.). Weinheim: Beltz.

### **Biopsychologie**

Pinel, J. P. J., Barnes, S. J. & Pauli, P. (2018). *Biopsychologie* (10. Aufl.).  
München: Pearson.

Schandry, R. (2016). *Biologische Psychologie*. Göttingen: Hogrefe.

Weitere Fachpublikationen aus einschlägigen Journals

Stand: WS 2022/23

## Finanzierung

Modulnr.: 11577

Moduldauer	Semester, in dem das Modul stattfindet	Häufigkeit des Angebots		Kreditpunkte (ECTS)	Gewichtung der Note für die Endnote
1 Semester	4. Semester	<input checked="" type="checkbox"/> jedes Sommersemester	<input type="checkbox"/> jedes Wintersemester	5 ECTS	Gewichtung entsprechend Prüfungsordnung (Curriculum lt. Anlage zur PO)
		<input type="checkbox"/> bei Bedarf			
Lehr-/Lernformen		Kontaktzeit	Selbststudium	Gesamtarbeitsaufwand (Workload) der/des Studierenden	
Vorlesung		4 SWS / 45 Std.	60 Std.	125 Std.	
Übung		1 SWS / 11,25 Std.	20 Std.		
Kompetenzziele (Lernergebnisse)					

Die Studierenden kennen und verstehen

- finanzwirtschaftliche Sichtweisen einer Unternehmung,
- Formen und Eigenschaften der Beteiligungsfinanzierung,
- Instrumente und Rahmenbedingungen der Fremdfinanzierung,
- die Entstehung und die finanzwirtschaftliche Abbildung von Cashflows,
- die Relevanz von Cashflows zur Innenfinanzierung und alternative Wege der Innenfinanzierung,
- zentrale Inhalte wichtiger Finanzierungstheorien.

Die Studierenden können

- selbständig faire Preise von einfachen Finanzierungsinstrumenten ermitteln,
- eine Kapitalflussrechnung aus Bilanz und Gewinn- und Verlustrechnung ableiten,
- Finanzierungsalternativen in ihren grundlegenden Eigenschaften benennen und voneinander abgrenzen,
- Wirtschaftsnachrichten mit Bezug zu Unternehmensfinanzierung erkennen, einordnen und verstehen.

### Inhalte

Grundlagen der Finanzwirtschaft

- Finanzwirtschaftliche Perspektiven
- Finanzwirtschaftliche Führung
- Finanzierung in der Praxis

Beteiligungsfinanzierung

- Eigenfinanzierung von Nicht-Aktiengesellschaften
- Eigenfinanzierung von Aktiengesellschaften
- Private Equity

Kreditfinanzierung

- Kreditentscheidungen
- Kreditformen
- Darlehen

#### Fremdfinanzierung am Kapitalmarkt

- Zeitwert des Geldes und Zinssätze
- Arten von Anleihen
- Bewertung von Anleihen
- Zinsrisiko

#### Innenfinanzierung

- Innenfinanzierung aus dem Umsatzprozess
- Innenfinanzierung außerhalb des Umsatzprozesses

#### Finanzplanung

- Liquidität
- Kapitalbedarfsplanung
- Zahlungsverkehr

#### Finanzierungstheorien

- Resümee der traditionellen Finanzierungslehre
- Moderne Finanzierungstheorien

Verwendbarkeit des Moduls		
Wirtschaftspsychologie	<input checked="" type="checkbox"/> Pflichtfach	<input type="checkbox"/> Wahlpflichtfach
Betriebswirtschaft	<input checked="" type="checkbox"/> Pflichtfach	<input type="checkbox"/> Wahlpflichtfach
Wirtschaftsinformatik	<input checked="" type="checkbox"/> Pflichtfach	<input type="checkbox"/> Wahlpflichtfach
Empfohlene Voraussetzungen für die Teilnahme		

#### Mathematik

Prüfungsformen	Voraussetzung für die Vergabe von ECTS
<input checked="" type="checkbox"/> Klausur <input type="checkbox"/> Portfolio <input type="checkbox"/> mündliche Prüfung <input type="checkbox"/> Seminar- und Hausarbeit <input type="checkbox"/> Praktikums-/Laborleistung <input type="checkbox"/> praktische Prüfung <input type="checkbox"/> Kolloquium <input type="checkbox"/> Referat <input type="checkbox"/> Projektpräsentationen	Erfolgreiches Bestehen der Prüfungsform.
Lehrende/r	Modulverantwortliche/r
Prof. Dr. Sebastian Geissel	Prof. Dr. Sebastian Geissel

Literatur/Lernhilfen
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Berk, J./deMarzo, P. (2018): Grundlagen der Finanzwirtschaft, 4. Auflage, Pearson</li> <li>• Bieg, H./Kußmaul, H./Waschbusch, G. (2016): Finanzierung, 3. Auflage, Vahlen</li> <li>• Olfert, K. (2011): Finanzierung, 15. Auflage, kieh</li> <li>• Zantow, R./Dinauer, J./Schäffler, C. (2016): Finanzwirtschaft des Unternehmens, 4. Auflage, Pearson</li> </ul>

Stand: SS 2021
----------------

## Führungspsychologie

Modulnr.:

Moduldauer	Semester, in dem das Modul stattfindet	Häufigkeit des Angebots	Kreditpunkte (ECTS)	Gewichtung der Note für die Endnote
1 Semester	4. Semester	<input checked="" type="checkbox"/> jedes Sommersemester <input type="checkbox"/> jedes Wintersemester <input type="checkbox"/> bei Bedarf	5 ECTS	Gewichtung entsprechend Prüfungsordnung (Curriculum lt. Anlage zur PO)

Lehr-/Lernformen	Kontaktzeit	Selbststudium	Gesamtarbeitsaufwand (Workload) der/des Studierenden
------------------	-------------	---------------	--

Seminaristische Vorlesung	4 SWS / 45 Std.	80 Std.	125 Std.
---------------------------	-----------------	---------	----------

### Kompetenzziele (Lernergebnisse)

Die Studierenden kennen

- die grundlegenden Theorien zur Erklärung des Entstehens von Führung und der Führung bedürftiger Kontexte („wer führt wen, warum, wozu und wohin?“)
- gängige Führungstheorien, Motivationstheorien, Führungsstile und Teamführungsmodelle
- grundlegende Theoriebausteine der Kommunikation und der Transaktionsanalyse

Die Studierenden können

- wesentliche Theorien und Theoriebausteine der Führung benennen
- die erlernten Theorien und Theoriebausteine auf Fallstudien und sonstige Anwendungskontexte anwenden
- Gesprächsführungstechniken anwenden und auf eigene Erfahrungskontexte adaptieren

Die Studierenden haben in begrenztem Umfang durch Rollenspiele, Fallstudien und Methoden der angeleiteten Selbsterfahrung Erkenntnisse gewonnen über eigenes Führungsverhalten

### Inhalte

- Psychologische Grundlagen der Führung (Persönlichkeit, Wahrnehmung, Emotion, Lernen, Vertrauen)
- Grundlagen des Führungsverständnisses
  - Menschenbilder
  - Organisationsverständnis
  - Rollenkonzepte
- Führungstheorien
  - Führung als soziale Konstruktion
  - Systemische Führungstheorien
  - Transformationale Führungstheorien
- Führung und Bedürfnisse (Motivationstheorien, Interaktionsansätze)
- Führungsstile (Eigenschaftsansätze, Verhaltensansätze, Kontingenzansätze)
- Teamführung (Führung als Gestaltung der Arbeit in und mit Gruppen)
  - Rollenmodelle
  - Prozessmodelle
- Führung und Selbstverantwortung
- Innere Führung: Werte und Ethik in der Führung

- Kommunikation und Gesprächsführung
  - Grundlagen der Kommunikation
  - Kommunikationsstile
  - Transaktionsanalyse
  - Gesprächsführungstechniken
- Führung und Macht in Organisationen (Mikropolitik)
- Führung und Change Management
  
- Gesundheitsorientierte Führung (Führung und Salutogenese)

Verwendbarkeit des Moduls

Wirtschaftspsychologie       Pflichtfach       Wahlpflichtfach

Empfohlene Voraussetzungen für die Teilnahme

Allgemeine Psychologie, Entwicklungs- und Biopsychologie, Differentielle Psychologie, Sozialpsychologie, Organisationspsychologie

Prüfungsformen	Voraussetzung für die Vergabe von ECTS
<input checked="" type="checkbox"/> Klausur <input checked="" type="checkbox"/> Portfolio <input type="checkbox"/> mündliche Prüfung <input type="checkbox"/> Seminar- und Hausarbeit <input type="checkbox"/> Praktikums-/Laborleistung <input type="checkbox"/> praktische Prüfung <input type="checkbox"/> Kolloquium <input type="checkbox"/> Referat <input type="checkbox"/> Projektpräsentationen	<p>Erfolgreiches Bestehen aller Prüfungsformen.</p>
Lehrende/r	Modulverantwortliche/r
Prof. Dr. Frank Altröck	Prof. Dr. Frank Altröck

Literatur/Lernhilfen

Berger, P.: Praxiswissen Führung – Grundlagen, Reflexion, Haltung, SpringerGabler 2018

Felfe, J./van Dick, R.: Handbuch Mitarbeiterführung – Wirtschaftspsychologisches Praxiswissen für Fach- und Führungskräfte, Springer 2016

Gühns, M./Nowak, C.: Das konstruktive Gespräch, 7. Aufl., Limmer 2014

Lippmann, E./Pfister, A./Jörg, U. (Hrsg.): Handbuch Angewandte Psychologie für Führungskräfte – Führungskompetenz und Führungswissen, 5. Aufl., Springer 2018

Stippler, M./Moore, S./Rosenthal, S./Dörffer, T.: Führung – Überblick über Ansätze, Entwicklungen, Trends, 5. Aufl., Verlag BertelsmannStiftung 2017

Von Rosenstiel, L./Regnet, E./Domsch, M.E. (Hrsg.): Führung von Mitarbeitern – Handbuch für erfolgreiches Personalmanagement, 8. Aufl. Schäffer Poeschel 2020

Stand: WS 2022/23

## Grundlagen der Betriebswirtschaft und Buchführung

Modulnr.: 31913

Moduldauer	Semester, in dem das Modul stattfindet	Häufigkeit des Angebots		Kreditpunkte (ECTS)	Gewichtung der Note für die Endnote
1 Semester	1. Semester	<input type="checkbox"/> jedes Sommersemester	<input checked="" type="checkbox"/> jedes Wintersemester	5 ECTS	Gewichtung entsprechend Prüfungsordnung (Curriculum lt. Anlage zur PO)
		<input type="checkbox"/> bei Bedarf			
Lehr-/Lernformen		Kontaktzeit	Selbststudium	Gesamtarbeitsaufwand (Workload) der/des Studierenden	
Vorlesung BWL		2 SWS / 22,5 Std.	40 Std.	125 Std.	
Vorlesung Buchführung		2 SWS / 22,5 Std.	40 Std.		
Kompetenzziele (Lernergebnisse)					

- Die Studierenden verstehen den Gegenstand der Betriebswirtschaftslehre und können die zentralen theoretischen und praktischen Fragestellungen des Fachs erläutern.
- Die Studierenden können die institutionellen Rahmenbedingungen der unternehmerischen Tätigkeit sowie die wichtigsten betrieblichen Funktionsbereiche (Unternehmensführung, Beschaffung, Produktion, Absatz, Investition und Finanzierung sowie betriebliches Rechnungswesen) erklären.
- Die Studierenden verstehen die Abbildung der unternehmerischen Tätigkeit in der Finanzbuchhaltung und sind mit der Technik der doppelten Buchführung vertraut.
- Sie können den Unterschied zwischen erfolgsneutralen und erfolgswirksamen Geschäftsvorfällen erklären und entsprechende Geschäftsvorfälle verbuchen.
- Am Ende des Kurses demonstrieren die Studenten, dass sie einen Überblick über das betriebliche Rechnungswesen und die Grundlagen der Buchführung erlangt haben.

### Inhalte

#### Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre:

- Gegenstand, Methoden und Gliederung der Betriebswirtschaftslehre
- Grundlagen der Unternehmensführung (Unternehmensziele, Planung und Entscheidung, Organisation, Kontrolle, Personalwirtschaft)
- Konstitutive Entscheidungen von Unternehmen (Wahl der Rechtsform und Konsequenzen für die Unternehmensbesteuerung, Zusammenschluss von Unternehmen, Standortwahl, Liquidation)
- Grundlagen der Produktion, des Marketings und der Investition und Finanzierung
- Grundlagen des betriebswirtschaftlichen Rechnungswesens

#### Buchführung:

- Theoretische Grundlagen der Buchführung

- Grundlagen der Buchführungstechnik
- Buchungstechnische Behandlung von Geschäftsvorfällen in Handels- und Industriebetrieben
- Buchungen zur Vorbereitung des Jahresabschlusses

Verwendbarkeit des Moduls

Wirtschaftspsychologie	<input checked="" type="checkbox"/> Pflichtfach	<input type="checkbox"/> Wahlpflichtfach
Betriebswirtschaft	<input checked="" type="checkbox"/> Pflichtfach	<input type="checkbox"/> Wahlpflichtfach
Wirtschaftsinformatik	<input checked="" type="checkbox"/> Pflichtfach	<input type="checkbox"/> Wahlpflichtfach

Empfohlene Voraussetzungen für die Teilnahme

Keine

Prüfungsformen	Voraussetzung für die Vergabe von ECTS
<input checked="" type="checkbox"/> Klausur <input type="checkbox"/> Portfolio <input type="checkbox"/> mündliche Prüfung <input type="checkbox"/> Seminar- und Hausarbeit <input type="checkbox"/> Praktikums-/Laborleistung <input type="checkbox"/> praktische Prüfung <input type="checkbox"/> Kolloquium <input type="checkbox"/> Referat <input type="checkbox"/> Projektpräsentationen	Erfolgreiches Bestehen der Prüfungsform.
Lehrende/r	Modulverantwortliche/r
Prof. Dr. Matthias Weimann	Prof. Dr. Matthias Weimann

Literatur/Lernhilfen

Einführung in die BWL:

- Schweitzer & Baumeister (2015): Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, 11. Auflage. Berlin: ESV.
- Wöhe, Döring & Brösel (2016): Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, 26. Auflage. München: Vahlen.
- Buchführung: Wird in der Veranstaltung bekanntgegeben

Stand: WS 2016/2017

## Interne Unternehmens- und Investitionsrechnung

Modulnr.: 31914

Moduldauer	Semester, in dem das Modul stattfindet	Häufigkeit des Angebots	Kreditpunkte (ECTS)	Gewichtung der Note für die Endnote
1 Semester	3. Semester	<input type="checkbox"/> jedes Sommersemester <input checked="" type="checkbox"/> jedes Wintersemester <input type="checkbox"/> bei Bedarf	5 ECTS	Gewichtung entsprechend Prüfungsordnung (Curriculum lt. Anlage zur PO)
Lehr-/Lernformen		Kontaktzeit	Selbststudium	Gesamtarbeitsaufwand (Workload) der/des Studierenden
Vorlesung		3 SWS / 33,75 Std.	60 Std.	125 Std.
Übung		1 SWS / 11,25 Std.	20 Std.	
Kompetenzziele (Lernergebnisse)				

Die Studierenden haben folgende Fach- und Methodenkompetenzen erreicht:

- Verständnis für die Struktur, Funktionen und Inhalte des internen Rechnungswesens sowie seiner einzelnen Systeme und in diesem Zusammenhang Zuordnung einzelner Geschäftsvorfälle zu diesen Systemen,
- Verständnis taktischer Entscheidungsprobleme in Unternehmen sowie deren Lösung durch Investitionsrechnungen,
- Verständnis, eigenständige Berechnung und kritische Würdigung der unterschiedlichen statischen und dynamischen Kennzahlen,
- Verständnis von dynamischen Investitionsrechnungen unter Berücksichtigung von Ertragsteuern sowie deren Anwendung und kritische Würdigung,
- Verständnis des Risikoproblems in Investitionsrechnungen sowie deren Lösung durch Sensitivitäts- und Risikoanalysen, deren Anwendung in einfachen Fällen und kritische Würdigung,
- Verständnis der Konzeption dynamischer Investitionsrechnungen auf der Basis von Kosten und Leistungen sowie deren Anwendung,
- Verständnis des Zusammenhangs von Investitions- und Finanzierungsentscheidungen sowie der Lösung durch das Dean-Modell.

### Inhalte

- Einführung in die Unternehmensrechnung, ihre Systeme und Begriffe
- Konzeptionelle Grundlagen der Investitionsrechnung
- Dynamische Investitionsrechnungen unter Sicherheit
  - Kapitalwert, Annuität, dynamische Amortisationsdauer
  - Interner Zinsfuß, Baldwin-Verzinsung
  - Dynamische Investitionsrechnungen auf der Basis von VoFis



- Statische Investitionsrechnungen unter Sicherheit
  - Gewinn- und Kostenvergleichsrechnung, statische Amortisationsdauer
  - Rentabilitätsvergleichsrechnung
- Erweiterungen dynamischer Investitionsrechnungen
  - Berücksichtigung von Steuern
  - Berücksichtigung der Risiko
  - Berücksichtigung von Perioden-Erfolgsgrößen
  - Planung der Nutzungsdauer
- Planung von Investitionsbudgets

Verwendbarkeit des Moduls

Wirtschaftspsychologie	<input checked="" type="checkbox"/> Pflichtfach	<input type="checkbox"/> Wahlpflichtfach
Betriebswirtschaft	<input checked="" type="checkbox"/> Pflichtfach	<input type="checkbox"/> Wahlpflichtfach
Wirtschaftsinformatik	<input checked="" type="checkbox"/> Pflichtfach	<input type="checkbox"/> Wahlpflichtfach

Empfohlene Voraussetzungen für die Teilnahme

Keine

Prüfungsformen	Voraussetzung für die Vergabe von ECTS
<input checked="" type="checkbox"/> Klausur <input type="checkbox"/> Portfolio <input type="checkbox"/> mündliche Prüfung <input type="checkbox"/> Seminar- und Hausarbeit <input type="checkbox"/> Praktikums-/Laborleistung <input type="checkbox"/> praktische Prüfung <input type="checkbox"/> Kolloquium <input type="checkbox"/> Referat <input type="checkbox"/> Projektpräsentationen	Erfolgreiches Bestehen der Prüfungsform.
Lehrende/r	Modulverantwortliche/r
Prof. Dr. Michael Keilus Prof. Dr. Dominik Kramer	Prof. Dr. Michael Keilus Prof. Dr. Dominik Kramer

Literatur/Lernhilfen

- Adam, D.: Investitionscontrolling, 3 Auflage, München - Wien 2000.
- Bitz, M.: Investition, in: Bitz, M./Ewert, R./Domsch, M./Wagner, F.W.: Vahlens Kompendium der BWL Bd. 1, 5. Auflage, München 2005, S. 105 - 171.
- Blohm, H./Lüder, K./Schäfer, Ch.: Investition, 10. Auflage, München 2012.
- Eisenführ, F.: Investitionsrechnung, 11. Auflage, Aachen 1997.
- Götze, U.: Investitionsrechnung. Modelle und Analysen zur Beurteilung von Investitionsvorhaben: Modelle Und Analysen Zur Beurteilung Von Investitionsvorhaben, Berlin, Heidelberg et al., 7. Auflage 2014.
- Kruschwitz, L.: Investitionsrechnung, 14. Auflage, München - Wien 2014.
- Perridon, L./Steiner, M./Rathgeber, A.: Finanzwirtschaft der Unternehmung, 16. Auflage, München 2012, S. 29 - 153.

- Schmidt, R. H./Terberger, E.: Grundzüge der Investitions- und Finanzierungstheorie, 4. Auflage, Wiesbaden 1999, S. 83 – 190.
- Schäfer, H.: Unternehmensinvestitionen – Grundzüge in Theorie und Management –, 2. Auflage, Heidelberg 2005.

Stand: WS 2016/2017

## Jahresabschluss

Modulnr.: 11578

Moduldauer	Semester, in dem das Modul stattfindet	Häufigkeit des Angebots		Kreditpunkte (ECTS)	Gewichtung der Note für die Endnote
1 Semester	2. Semester	<input checked="" type="checkbox"/> jedes Sommersemester	<input type="checkbox"/> jedes Wintersemester	5 ECTS	Gewichtung entsprechend Prüfungsordnung (Curriculum lt. Anlage zur PO)
		<input type="checkbox"/> bei Bedarf			
Lehr-/Lernformen		Kontaktzeit	Selbststudium	Gesamtarbeitsaufwand (Workload) der/des Studierenden	
Vorlesung		2 SWS / 22,5 Std.	40 Std.	125 Std.	
Übung		2 SWS / 22,5 Std.	40 Std.		

### Kompetenzziele (Lernergebnisse)

- Aufbauend auf der Technik der Doppelten Buchführung haben die Studierende ein Verständnis für die Notwendigkeit und Bedeutung des externen Rechnungswesens.
- Die Studierenden verstehen die handelsrechtlichen Normen zur Erstellung des Einzelabschlusses (Bilanz, GuV, Anhang, ggf. Ergänzung durch Lagebericht) und können die rechtsformspezifischen Normen anwenden.
- Am Ende des Kurses können die Studierenden die Rechnungslegung nach HGB und die einzelnen Komponenten des handelsrechtlichen Jahresabschlusses erläutern und einen handelsrechtlichen Jahresabschluss lesen, verstehen und interpretieren.
- Die Studierenden verstehen, dass die Rechnungslegung für unternehmerische Entscheidungen unabdingbar ist und können erläutern, warum die Rechnungslegung ein wesentliches Instrument der Unternehmenssteuerung darstellt.

### Inhalte

- Einordnung des externen Rechnungswesens
- Aufgaben der Rechnungslegung
- Normative Grundlagen
- Handelsrechtliche Ansatz-, Bewertungs- und Ausweisregeln (Bilanzierung dem Grunde, der Höhe und dem Orte nach)
- Bilanzierung ausgewählter Bilanzpositionen
- Handelsrechtliche Gewinn- und Verlustrechnung
- Weitere Komponenten des handelsrechtlichen Jahresabschlusses
- Grundlagen der Unternehmensbesteuerung

Verwendbarkeit des Moduls

Wirtschaftspsychologie	<input checked="" type="checkbox"/> Pflichtfach	<input type="checkbox"/> Wahlpflichtfach
Betriebswirtschaft	<input checked="" type="checkbox"/> Pflichtfach	<input type="checkbox"/> Wahlpflichtfach
Wirtschaftsinformatik	<input checked="" type="checkbox"/> Pflichtfach	<input type="checkbox"/> Wahlpflichtfach

Empfohlene Voraussetzungen für die Teilnahme

Grundlagen der BWL und Buchführung

Prüfungsformen	Voraussetzung für die Vergabe von ECTS
<input checked="" type="checkbox"/> Klausur <input type="checkbox"/> mündliche Prüfung <input type="checkbox"/> Praktikums-/Laborleistung <input type="checkbox"/> Kolloquium <input type="checkbox"/> Projektpräsentationen <input type="checkbox"/> Portfolio <input type="checkbox"/> Seminar- und Hausarbeit <input type="checkbox"/> praktische Prüfung <input type="checkbox"/> Referat	Erfolgreiches Bestehen der Prüfungsform.
Lehrende/r	Modulverantwortliche/r
Prof. Dr. Matthias Weimann	Prof. Dr. Matthias Weimann

Literatur/Lernhilfen

- Baetge/Kirsch/Thiele (2017): Bilanzen, 14. Aufl., IWP Verlag Düsseldorf.
- Baetge/Kirsch/Thiele (2017): Übungsbuch Bilanzen, 5. Aufl., IWP Verlag Düsseldorf.
- Coenenberg (2016): Jahresabschluss und Jahresabschlussanalyse – Betriebswirtschaftliche, handelsrechtliche, steuerrechtliche und internationale Grundlagen, 24. A., Schäffer Poeschel Verlag Stuttgart.
- Grefe, Cord (2016): Kompakt-Training Bilanzen, 9. A., Ludwigshafen.

Stand: WS 2016/2017

## Kalkulation und Kontrolle

Modulnr.: 11579

Moduldauer	Semester, in dem das Modul stattfindet	Häufigkeit des Angebots	Kreditpunkte (ECTS)	Gewichtung der Note für die Endnote
1 Semester	4. Semester	<input checked="" type="checkbox"/> jedes Sommersemester <input type="checkbox"/> jedes Wintersemester <input type="checkbox"/> bei Bedarf	5 ECTS	Gewichtung entsprechend Prüfungsordnung (Curriculum lt. Anlage zur PO)
Lehr-/Lernformen		Kontaktzeit	Selbststudium	Gesamtarbeitsaufwand (Workload) der/des Studierenden
Vorlesung BWL		3 SWS / 33,75 Std.	60 Std.	125 Std.
Vorlesung Buchführung		1 SWS / 11,25 Std.	20 Std.	
Kompetenzziele (Lernergebnisse)				

Die Studierenden haben folgende Fach- und Methodenkompetenzen erreicht:

- Verständnis der Aufgaben und des konzeptionellen Aufbaus von operativen Erfolgskalkulationen, der Zurechnungsprinzipien sowie deren kritische Würdigung,
- Verständnis der Aufgaben, des Aufbaus und der Methoden der Kosten-/Erlösartenrechnung inklusive deren Anwendung in einfachen Problemstellungen sowie deren kritische Würdigung,
- Verständnis der Aufgaben, des Aufbaus und der Methoden der Kosten-/Erlösstellenrechnung inklusive deren Anwendung in einfachen Problemstellungen sowie deren kritische Würdigung,
- Verständnis der Aufgaben, des Aufbaus und der Methoden der Kosten-/Erlösträgerrechnung inklusive deren Anwendung in einfachen Problemstellungen sowie deren kritische Würdigung,
- Verständnis der Erweiterung einer Kostenkalkulation um eine Kostenprozessrechnung inklusive deren Anwendung in einfachen Problemstellungen und kritische Würdigung,
- Verständnis der Umsetzung einer Kosten-/Erlöskalkulation für Planungs- und Entscheidungszwecke,
- Verständnis der Aufgaben, des konzeptionellen Aufbaus sowie sonstiger Grundlagen von operativen Erfolgskontrollen,
- Verständnis der konzeptionellen Grundlagen und des Aufbaus einer Kosten-/Erlösabweichungsanalyse inklusive deren Anwendung in einfachen Problemstellungen und kritische Würdigung.

### Inhalte

- Grundlagen der internen Unternehmensrechnung
- Grundlagen der Kosten- und Leistungsrechnung
- Teilbereiche der Kosten- und Leistungsrechnung
  - Kostenrechnung
    - Kostenartenrechnung

- Kostenstellenrechnung
- Kostenprozessrechnung
- Kostenträgerrechnung
- Leistungsrechnung
- Erfolgsrechnung
- Operative Plankosten- und Planleistungsrechnung
- Operative Kontrollrechnungen
  - Grundlagen von Kontrollrechnungen
- Abweichungsanalyse in der flexiblen PKR auf Teilkostenbasis

#### Verwendbarkeit des Moduls

Wirtschaftspsychologie	<input checked="" type="checkbox"/> Pflichtfach	<input type="checkbox"/> Wahlpflichtfach
Betriebswirtschaft	<input checked="" type="checkbox"/> Pflichtfach	<input type="checkbox"/> Wahlpflichtfach
Wirtschaftsinformatik	<input checked="" type="checkbox"/> Pflichtfach	<input type="checkbox"/> Wahlpflichtfach

#### Empfohlene Voraussetzungen für die Teilnahme

Einführung in die Unternehmens- und Investitionsrechnung; Mathematik, Statistik für Betriebswirte

Prüfungsformen	Voraussetzung für die Vergabe von ECTS
<input checked="" type="checkbox"/> Klausur <input type="checkbox"/> Portfolio <input type="checkbox"/> mündliche Prüfung <input type="checkbox"/> Seminar- und Hausarbeit <input type="checkbox"/> Praktikums-/Laborleistung <input type="checkbox"/> praktische Prüfung <input type="checkbox"/> Kolloquium <input type="checkbox"/> Referat <input type="checkbox"/> Projektpräsentationen	Erfolgreiches Bestehen der Prüfungsform.
Lehrende/r	Modulverantwortliche/r
Prof. Dr. Michael Keilus Prof. Dr. Dominik Kramer	Prof. Dr. Michael Keilus Prof. Dr. Dominik Kramer

#### Literatur/Lernhilfen

- Haberstock, L.: Kostenrechnung 1 – Einführung –, 13. Auflage, Berlin 2008.
- Haberstock, L.: Kostenrechnung 2 – (Grenz-)Plankostenrechnung –, 10. Auflage, Hamburg 2008.
- Keilus, M./Maltry, H.: Managementorientierte Kosten- und Leistungsrechnung, 2. Auflage, Wiesbaden 2006.
- Kilger, W.: Einführung in die Kostenrechnung, 3. Auflage, Wiesbaden 1987.
- Weber, J./Weißberger, B.E.: Einführung in das Rechnungswesen, 9. Auflage, Stuttgart 2015, S. 249 – 440.

Stand: WS 2016/2017

## Logistik und Produktion

Modulnr.: 31916

Moduldauer	Semester, in dem das Modul stattfindet	Häufigkeit des Angebots		Kreditpunkte (ECTS)	Gewichtung der Note für die Endnote
1 Semester	5. Semester	<input type="checkbox"/> jedes Sommersemester	<input checked="" type="checkbox"/> jedes Wintersemester	5 ECTS	Gewichtung entsprechend Prüfungsordnung (Curriculum lt. Anlage zur PO)
Lehr-/Lernformen		Kontaktzeit	Selbststudium	Gesamtarbeitsaufwand (Workload) der/des Studierenden	
Vorlesung		4 SWS / 45 Std.	80 Std.	125 Std.	
Kompetenzziele (Lernergebnisse)					

Die Studierenden kennen

- die semantischen Objekte des Fachgebiets kennen und deren Bedeutung sowie die Verknüpfung der semantischen Objekte
- das einschlägige Vokabular des Fachgebiets
- die Struktur, Akteure und Aufgabenverteilung von internationalen multimodalen Logistik-Netzwerken
- die Bereiche und das Zusammenwirken unternehmensinterner Logistik-Systeme und die Möglichkeiten diese nach unterschiedlichen Aspekten zu strukturieren
- die Bedeutung von Versorgungssystemen und Entsorgungssystemen
- einen Auftragsdurchlauf von der Angebotsphase bis zur Rechnungsabwicklung
- die Möglichkeiten der Abbildung eines einfachen Geschäftsprozesses in der Logistik mit BPMN unter Nutzung eines ausgewählten IT-Werkzeugs
- an einem ausgewählten Beispiel die Unterstützungs-Funktionen eines ERP-Systems
- die aktuellen Technologien zur Unterstützung der Aufgaben in Logistik und Produktion
- das Zusammenwirken von Unternehmensprozessen, IT-Unterstützung, Daten und der Möglichkeit aus diesen Kennzahlen zu bilden

Die Studierenden verstehen

- ausgewählte wichtige und praxisrelevante Methoden des Fachgebiets in ihrer praktischen Bedeutung
- die Aufgaben- und Verantwortungsbereiche der Strukturen wie Bereiche, Abteilungen des Fachgebiets und verstehen die Aktivitäten und Aufgaben der Mitarbeiter von Unternehmen unterschiedlicher Größenordnungen und Wirtschaftsbereiche
- das Zusammenwirken von internen und externen Logistiksysteme
- die Bedeutung von Verpackungssystemen für multimodale Transporte sowie die technischen Möglichkeiten im Rahmen des Tracking and Tracing
- die Bedeutung von Nachhaltigkeitskonzepten in den Fachgebieten
- die Aufgaben und das Zusammenwirken der Organisationseinheiten und Akteure im Rahmen eines Auftragsdurchlaufs durch Unternehmen
- die Bedeutung des Einsatzes von integrierten IT-Systemen in Logistik und Produktion
- die Probleme und Risiken bei integrierten Planungssystemen in der Produktion
- die Bedeutung von Daten zur Steuerung und Kontrolle von Unternehmensabläufen

Die Studierenden können

- praktische Beispiele, Fragestellungen und Aufgaben in den Kontext des Fachgebiets einordnen
- die vermittelten Inhalte in Strukturen zur Lösungsfindung anwenden
- einfache Methoden und Instrumente zur Analyse und Konzeption von Aufgaben im

- Fachgebiet oberflächlich anwenden
  - können eine Stücklistenauflösung durchführen, eine Produktkalkulation skizzieren und eine ABC-/XYZ-Analyse ausführen sowie die Ergebnisse interpretieren
- die Modelle des Fachgebiets DV-technisch abbilden und lösen

### Inhalte

- Internationale Logistik Systeme
- Entwicklungsstufen zu Internationalen Logistik Service Providern
- Nachhaltigkeit in Logistik und Produktion
- Unternehmensinterne Logistik-Systeme
- Auftragsdurchlauf von der Kundenanfrage bis zur Rechnungsstellung mit Schwerpunkten auf den Aufgaben der Produktion
- Einsatz von integrierten IT-Systemen zur Unterstützung der Aufgaben von Logistik und Produktion an einem ausgewählten Beispiel (z.B. SAP Enterprise)
- Möglichkeiten der Darstellung von Geschäftsprozessen unter Verwendung von BPMN mit IT-Unterstützung
- Daten in integrierten IT-Systemen sowie deren Bedeutung und Verwendung
- Verpackungen, Identifikation, Tracing and Tracking von Objekten mit aktuellen Technologien

### Verwendbarkeit des Moduls

Wirtschaftspsychologie	<input checked="" type="checkbox"/> Pflichtfach	<input type="checkbox"/> Wahlpflichtfach
Betriebswirtschaft	<input checked="" type="checkbox"/> Pflichtfach	<input type="checkbox"/> Wahlpflichtfach
Wirtschaftsinformatik	<input checked="" type="checkbox"/> Pflichtfach	<input type="checkbox"/> Wahlpflichtfach

### Empfohlene Voraussetzungen für die Teilnahme

#### Grundlagenvorlesungen zu Wirtschaftsinformatik

Prüfungsformen	Voraussetzung für die Vergabe von ECTS
<input checked="" type="checkbox"/> Klausur <input type="checkbox"/> Portfolio <input type="checkbox"/> mündliche Prüfung <input type="checkbox"/> Seminar- und Hausarbeit <input type="checkbox"/> Praktikums-/Laborleistung <input type="checkbox"/> praktische Prüfung <input type="checkbox"/> Kolloquium <input type="checkbox"/> Referat <input type="checkbox"/> Projektpräsentationen	Erfolgreiches Bestehen der Prüfungsform.
Lehrende/r	Modulverantwortliche/r
Prof. Dr. Dieter Steinmann	Prof. Dr. Dieter Steinmann

### Literatur/Lernhilfen

- Wöhe, G., Einführung in die Betriebswirtschaftslehre, 20. Auflage, Vahlen Verlag, München 2000
- Adam, D., Produktionsmanagement, 9. Auflage, Gabler Verlag, Wiesbaden 1998
- Schneeweiß, Chr. Einführung in die Produktionswirtschaft, 7. Auflage, Springer Verlag, Berlin u.a. 1999



Stand: WS 2016/2017

## Makroökonomie und Wirtschaftspolitik

Modulnr.: 31919

Moduldauer	Semester, in dem das Modul stattfindet	Häufigkeit des Angebots		Kreditpunkte (ECTS)	Gewichtung der Note für die Endnote
1 Semester	3. Semester	<input type="checkbox"/> jedes Sommersemester	<input checked="" type="checkbox"/> jedes Wintersemester	5 ECTS	Gewichtung entsprechend Prüfungsordnung (Curriculum lt. Anlage zur PO)
Lehr-/Lernformen		Kontaktzeit	Selbststudium	Gesamtarbeitsaufwand (Workload) der/des Studierenden	
Vorlesung		4 SWS / 45 Std.	80 Std.	125 Std.	

### Kompetenzziele (Lernergebnisse)

- Gesamtwirtschaftliche Zusammenhänge und den Wirtschaftskreislauf kennenlernen.
- Wirtschaftspolitische Begriffe wie Bruttoinlandsprodukt, Inflation, Arbeitslosigkeit usw. diskutieren.
- Wichtigsten Fragestellungen, Methoden und Theorien kennen, sie einordnen und anwenden können.
- Erkennen, wie sich makroökonomische Probleme modelltheoretisch erklären lassen.
- Erkennen, wie Makroökonomie und Wirtschaftspolitik zusammenhängen.
- Erkennen, welche Rolle empirische Analysen im Rahmen der Makroökonomie spielen.
- Am Ende des Kurses kennen die Studenten den Wirtschaftskreislauf, verstehen die wichtigsten makroökonomischen Theorien und ihre wirtschaftspolitischen Anwendungen.

### Inhalte

- Die klassischen, makroökonomischen Theorien zur Erklärung des Bruttoinlandsproduktes, der Inflation und der Arbeitslosigkeit
- Der Unterschied zwischen kurzer und langer Frist in der Makroökonomie
- Die keynesianische Theorie und insbesondere das IS-LM Modell
- Wirtschaftspolitische Anwendungen der Theorie

### Verwendbarkeit des Moduls

Wirtschaftspsychologie	<input checked="" type="checkbox"/> Pflichtfach	<input type="checkbox"/> Wahlpflichtfach
Betriebswirtschaft	<input checked="" type="checkbox"/> Pflichtfach	<input type="checkbox"/> Wahlpflichtfach
Wirtschaftsinformatik	<input checked="" type="checkbox"/> Pflichtfach	<input type="checkbox"/> Wahlpflichtfach

### Empfohlene Voraussetzungen für die Teilnahme

Mathematik, Statistik

Prüfungsformen	Voraussetzung für die Vergabe von ECTS
<input checked="" type="checkbox"/> Klausur <input type="checkbox"/> Portfolio <input type="checkbox"/> mündliche Prüfung <input type="checkbox"/> Seminar- und Hausarbeit <input type="checkbox"/> Praktikums-/Laborleistung <input type="checkbox"/> praktische Prüfung <input type="checkbox"/> Kolloquium <input type="checkbox"/> Referat <input type="checkbox"/> Projektpräsentationen	Erfolgreiches Bestehen der Prüfungsform.
Lehrende/r	Modulverantwortliche/r
Prof. Dr. Jörg Henzler	Prof. Dr. Jörg Henzler
Literatur/Lernhilfen	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mankiw, N.G.; Makroökonomik, Verlag Schäffer-Poeschel.</li> <li>• Mankiw, Gregory, Grundzüge der Volkswirtschaftslehre, Schäffer-Poeschel</li> <li>• Samuelson, Paul A. und W.D. Nordhaus, Volkswirtschaftslehre.</li> </ul>	
Stand: WS 2016/2017	

## Marketing und Vertrieb

Modulnr.: 31915

Moduldauer	Semester, in dem das Modul stattfindet	Häufigkeit des Angebots		Kreditpunkte (ECTS)	Gewichtung der Note für die Endnote
1 Semester	1. Semester	<input type="checkbox"/> jedes Sommersemester	<input checked="" type="checkbox"/> jedes Wintersemester	5 ECTS	Gewichtung entsprechend Prüfungsordnung (Curriculum lt. Anlage zur PO)
Lehr-/Lernformen		Kontaktzeit	Selbststudium	Gesamtarbeitsaufwand (Workload) der/des Studierenden	
Vorlesung		4 SWS / 45 Std.	80 Std.	125 Std.	

### Kompetenzziele (Lernergebnisse)

Studierende erinnern

- das einschlägige Marketingvokabular,
- die Struktur der einschlägigen wissenschaftlichen und praktischen Erkenntnisse aus Marketing und Vertrieb.

Studierende verstehen

- wichtige und praxisrelevante Methoden und Konzepte der Marketing- und Vertriebsarbeit,
- die Aufgaben- und Verantwortungsbereiche der Marketing- und Vertriebsmanager in Unternehmen unterschiedlicher Größenordnungen und Wirtschaftsbereiche.

Studierende können

- praktische Beispiele, Fragestellungen und Aufgaben in den Kontext des Fachgebietes einordnen,
- Strukturen zur Lösungsfindung entwerfen,
- einfache Methoden und Instrumente zur Analyse und Konzeption von Marketing- und Vertriebsaufgaben oberflächlich anwenden.

### Inhalte

- Grundbegriffe des Marketings
- Konsumentenverhalten
- Marktforschung
- Strategien und Ziele
- Produktpolitik
- Preispolitik
- Distributionspolitik
- Kommunikationspolitik
- Implementierung

Verwendbarkeit des Moduls

Wirtschaftspsychologie	<input checked="" type="checkbox"/> Pflichtfach	<input type="checkbox"/> Wahlpflichtfach
Betriebswirtschaft	<input checked="" type="checkbox"/> Pflichtfach	<input type="checkbox"/> Wahlpflichtfach
Wirtschaftsinformatik	<input checked="" type="checkbox"/> Pflichtfach	<input type="checkbox"/> Wahlpflichtfach

Empfohlene Voraussetzungen für die Teilnahme

Keine

Prüfungsformen	Voraussetzung für die Vergabe von ECTS
<input checked="" type="checkbox"/> Klausur <input type="checkbox"/> mündliche Prüfung <input type="checkbox"/> Praktikums-/Laborleistung <input type="checkbox"/> Kolloquium <input type="checkbox"/> Projektpräsentationen <input type="checkbox"/> Portfolio <input type="checkbox"/> Seminar- und Hausarbeit <input type="checkbox"/> praktische Prüfung <input type="checkbox"/> Referat	Erfolgreiches Bestehen der Prüfungsform.
Lehrende/r	Modulverantwortliche/r
Prof. Dr. Udo Burchard	Prof. Dr. Udo Burchard

Literatur/Lernhilfen

- Bernecker, M.: Marketing. DIM, 2013.
- Bruhn, M.: Marketing. Grundlagen für Theorie und Praxis. Springer Gabler, 2014.
- Meffert H.; Burmann, C.; und Kirchgeorg M.: Marketing – Grundlagen marktorientierter Unternehmensführung. 12. Aufl. Springer Gabler, 2014.
- Scharf, A.; Schubert, B.; Hehn, P.: Marketing – Einführung in Theorie und Praxis. Schäffer Poeschel, 2015.
- Walsh, G.; Deseniss, A.; Kilian, T.: Marketing. Eine Einführung auf der Grundlage von Case Studies. Springer Gabler 2013.
- Walsh, G.; et. al: Marketingübungsbuch. Springer Gabler, 2013.

Stand: WS 2016/2017

## Mathematik

Modulnr.: 11584

Moduldauer	Semester, in dem das Modul stattfindet	Häufigkeit des Angebots	Kreditpunkte (ECTS)	Gewichtung der Note für die Endnote
1 Semester	1. Semester	<input type="checkbox"/> jedes Sommersemester <input checked="" type="checkbox"/> jedes Wintersemester <input type="checkbox"/> bei Bedarf	5 ECTS	Gewichtung entsprechend Prüfungsordnung (Curriculum lt. Anlage zur PO)
Lehr-/Lernformen		Kontaktzeit	Selbststudium	Gesamtarbeitsaufwand (Workload) der/des Studierenden
Vorlesung		4 SWS / 45 Std.	80 Std.	125 Std.

### Kompetenzziele (Lernergebnisse)

- Die Studierenden kennen fortgeschrittene, praxisorientierte Konzepte und Grundbegriffe der linearen Algebra, Analysis und Wahrscheinlichkeitsrechnung.
- Sie können diese Konzepte zur Lösung mathematischer Fragestellungen und Probleme an Beispielfällen anwenden.
- Sie können ökonomische Fragestellungen in mathematische Probleme übersetzen, geeignete Lösungsstrategien finden und optimale Lösungen für einfache Beispielfälle ermitteln.

### Inhalte

- Differenzialrechnung (Kap. 6 MW)
- Anwendungen der Differenzialrechnung (Kap. 7 MW)
- Univariate Optimierung (Kap. 8 MW)
- Integralrechnung (Kap. 9 MW)
- Optimierung unter Nebenbedingungen (Kap. 14 MW)
- Analyse von Funktionen mit mehreren Variablen (Kap. 11 MW)
- Matrizen und Vektoralgebra (Kap. 15 MW)
- Determinanten und Inverse Matrizen (Kap. 16 MW)
- Grundlagen der Wahrscheinlichkeitsrechnung / Kombinatorik (Kap. 5 SB)
- Zufallsvariablen und Wahrscheinlichkeitsverteilungen (Kap. 6 SB)
- Ein- und Zweidimensionale Häufigkeitsverteilungen (Kap. 1-2 SB)

### Verwendbarkeit des Moduls

Wirtschaftspsychologie	<input checked="" type="checkbox"/> Pflichtfach	<input type="checkbox"/> Wahlpflichtfach
Betriebswirtschaft	<input checked="" type="checkbox"/> Pflichtfach	<input type="checkbox"/> Wahlpflichtfach
Wirtschaftsinformatik	<input checked="" type="checkbox"/> Pflichtfach	<input type="checkbox"/> Wahlpflichtfach

Empfohlene Voraussetzungen für die Teilnahme

Keine

Prüfungsformen	Voraussetzung für die Vergabe von ECTS
<input checked="" type="checkbox"/> Klausur (95%) <input type="checkbox"/> mündliche Prüfung <input type="checkbox"/> Praktikums-/Laborleistung <input type="checkbox"/> Kolloquium <input type="checkbox"/> Projektpräsentationen <input type="checkbox"/> Portfolio <input checked="" type="checkbox"/> Seminar- und Hausarbeit (5%) <input type="checkbox"/> praktische Prüfung <input type="checkbox"/> Referat	Erfolgreiches Bestehen der Prüfungsform.
Lehrende/r	Modulverantwortliche/r
Prof. Dr. Frank Altmann	Prof. Dr. Frank Altmann

Literatur/Lernhilfen

- Sydsaeter, K./Hammond, P. (2014): Mathematik für Wirtschaftswissenschaftler, 4. Aufl., Pearson Verlag ("MW")
- Böker, F. (2013): Mathematik für Wirtschaftswissenschaftler - Das Übungsbuch, 2. Aufl., Pearson Verlag
- Wewel, M.C. (2014): Statistik im Bachelor-Studium der BWL und VWL, 3. Aufl., Pearson Verlag („SB“)

Stand: WS 2016/2017

## Mikroökonomie

Modulnr.: 31918

Moduldauer	Semester, in dem das Modul stattfindet	Häufigkeit des Angebots		Kreditpunkte (ECTS)	Gewichtung der Note für die Endnote
1 Semester	2. Semester	<input checked="" type="checkbox"/> jedes Sommersemester	<input type="checkbox"/> jedes Wintersemester	5 ECTS	Gewichtung entsprechend Prüfungsordnung (Curriculum lt. Anlage zur PO)
		<input type="checkbox"/> bei Bedarf			
Lehr-/Lernformen		Kontaktzeit	Selbststudium	Gesamtarbeitsaufwand (Workload) der/des Studierenden	
Vorlesung		4 SWS / 45 Std.	80 Std.	125 Std.	

### Kompetenzziele (Lernergebnisse)

- Die Studierenden können das Wesen einer Marktwirtschaft mit dezentraler Planung erkennen.
- Sie haben einen Überblick über die Marktformen und die Funktionsweise von Märkten und kennen die besonderen Fragen, die sich im Zusammenhang damit stellen.
- Sie kennen die wichtigsten Fragestellungen, Methoden und Theorien, sie können diese einordnen und anwenden.
- Sie erkennen, wie sich Angebot und Nachfrage auf Gütermärkten bilden.
- Sie erkennen, wie Angebot und Nachfrage auf Gütermärkten den Güterpreis bestimmen.
- Sie verstehen die vollständige Konkurrenz als ideale Marktform und sie kennen die Abgrenzung zu unvollkommenen Märkten.

### Inhalte

- Theorie der Unternehmen und Angebotsfunktion
- Theorie des Haushalts und Nachfragefunktion
- Vollständige Konkurrenz und Preismechanismus
- Marktformen und Marktversagen

### Verwendbarkeit des Moduls

Wirtschaftspsychologie	<input checked="" type="checkbox"/> Pflichtfach	<input type="checkbox"/> Wahlpflichtfach
Betriebswirtschaft	<input checked="" type="checkbox"/> Pflichtfach	<input type="checkbox"/> Wahlpflichtfach
Wirtschaftsinformatik	<input checked="" type="checkbox"/> Pflichtfach	<input type="checkbox"/> Wahlpflichtfach

### Empfohlene Voraussetzungen für die Teilnahme

Mathematik, Statistik



Prüfungsformen	Voraussetzung für die Vergabe von ECTS
<input checked="" type="checkbox"/> Klausur <input type="checkbox"/> Portfolio <input type="checkbox"/> mündliche Prüfung <input type="checkbox"/> Seminar- und Hausarbeit <input type="checkbox"/> Praktikums-/Laborleistung <input type="checkbox"/> praktische Prüfung <input type="checkbox"/> Kolloquium <input type="checkbox"/> Referat <input type="checkbox"/> Projektpräsentationen	Erfolgreiches Bestehen der Prüfungsform.
Lehrende/r	Modulverantwortliche/r
Prof. Dr. Jörg Henzler	Prof. Dr. Jörg Henzler
Literatur/Lernhilfen	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pindyck, R.S. und D.L. Rubinfeld, Mikroökonomie, Pearson Studium Verlag</li> <li>• Mankiw, Gregory, Grundzüge der Volkswirtschaftslehre, Schäffer-Poeschel</li> <li>• Samuelson, Paul A. und W.D. Nordhaus, Volkswirtschaftslehre.</li> </ul>	
Stand: WS 2016/2017	

## Multivariate Verfahren der Psychologie

Modulnr.: tba

Moduldauer	Semester, in dem das Modul stattfindet	Häufigkeit des Angebots	Kreditpunkte (ECTS)	Gewichtung der Note für die Endnote
1 Semester	3. Semester	<input type="checkbox"/> jedes Sommersemester <input checked="" type="checkbox"/> jedes Wintersemester <input type="checkbox"/> bei Bedarf	5 ECTS	Gewichtung entsprechend Prüfungsordnung (Curriculum lt. Anlage zur PO)

Lehr-/Lernformen	Kontaktzeit	Selbststudium	Gesamtarbeitsaufwand (Workload) der/des Studierenden
------------------	-------------	---------------	--

Seminaristische Vorlesung	4 SWS / 45 Std.	80 Std.	125 Std.
---------------------------	-----------------	---------	----------

### Kompetenzziele (Lernergebnisse)

Die Studierenden kennen

- die grundlegenden multivariaten Verfahren der Psychologie;
- geeignete Software für den Einsatz dieser Verfahren.

Die Studierenden können

- die behandelten Verfahren erklären und psychologischen Forschungsfragen und Anwendungsproblemen zuordnen;
- Ergebnisse der Verfahren sicher interpretieren;
- die Güte ermittelter Modelle fundiert beurteilen;
- die Verfahren in der Software R für kleinere Problemstellungen selbst umsetzen.

### Inhalte

- Vertiefung der linearen Regression;
- Logistische Regression und Multinomiales Logit-Modell;
- Explorative Faktorenanalyse;
- Strukturgleichungsmodelle.

### Verwendbarkeit des Moduls

Wirtschaftspsychologie

Pflichtfach

Wahlpflichtfach

### Empfohlene Voraussetzungen für die Teilnahme

Einführung in die psychologische Methodik, Mathematik, Statistik

Prüfungsformen	Voraussetzung für die Vergabe von ECTS
<input checked="" type="checkbox"/> Klausur <input type="checkbox"/> mündliche Prüfung <input type="checkbox"/> Praktikums-/Laborleistung <input type="checkbox"/> Kolloquium <input type="checkbox"/> Projektpräsentationen <input type="checkbox"/> Portfolio <input type="checkbox"/> Seminar- und Hausarbeit <input type="checkbox"/> praktische Prüfung <input type="checkbox"/> Referat	Erfolgreiches Bestehen der Prüfungsform.
Lehrende/r	Modulverantwortliche/r

Prof. Dr. Jörg Gutsche

Prof. Dr. Jörg Gutsche

Literatur/Lernhilfen

Pelham, B. & Blanton, H. (2018): Conducting Research in Psychology (5th edition). London: SAGE Publications.

Rudolf, M. & Buse, J. (2020). Multivariate Verfahren (3. Aufl.). Göttingen: Hogrefe-Verlag.

Stand: WS 2022/23

## Psychologische Marktforschung

Modulnr.: tba

Moduldauer	Semester, in dem das Modul stattfindet	Häufigkeit des Angebots		Kreditpunkte (ECTS)	Gewichtung der Note für die Endnote
1 Semester	5. Semester	<input type="checkbox"/> jedes Sommersemester	<input checked="" type="checkbox"/> jedes Wintersemester	5 ECTS	Gewichtung entsprechend Prüfungsordnung (Curriculum lt. Anlage zur PO)
Lehr-/Lernformen		Kontaktzeit	Selbststudium	Gesamtarbeitsaufwand (Workload) der/des Studierenden	
Vorlesung		4 SWS / 45 Std.	80 Std.	125 Std.	

### Kompetenzziele (Lernergebnisse)

Die Studierenden kennen

- allgemeine Grundlagen der psychologischen Marktforschung;
- Herausforderungen und Lösungsansätze bei der Durchführung von Marktforschungsuntersuchungen;
- Quantitative und Qualitative Marktforschungsmethoden;
- aktuelle Methoden und Trends in der Markt- und Konsumentenforschung.

Die Studierenden können

- selbstständig für konkrete Fragestellungen aus dem Spektrum marktpsychologischer Verfahren auswählen und die Wahl anhand der Beschreibung von Stärken und Schwächen verschiedener Verfahren begründen;
- die wesentlichen Methoden, Konzepte und Prinzipien der angewandten Marktforschung kritisch reflektieren sowie;
- Instrumente der Verbraucher- und Marktanalyse, insbesondere der Datengewinnung und Datenauswertung, zielorientiert anwenden;
- Ein Forschungskonzept für eine konkrete Fragestellung aus der Marktforschung konzipieren, kritisch reflektieren und präsentieren.

### Inhalte

- Gegenstand und Anwendungsfelder der Marktforschung;
- Datenschutz und Ethik in der Marktforschung;
- Grundlagen und Prozessphasen der Marktforschung;
- Anwendungsgebiete der Primär- und Sekundärforschung;
- Messtheoretische Grundlagen;
- Formate und Besonderheiten quantitativer Methoden;
- Verfahren und Besonderheiten qualitativer Methoden;
- Trends und Entwicklungen der Marktforschung wie z.B. digitale Ethnografie, Social Media Research, KI;
- Anwendung der theoretischen Grundlagen durch die Bewertung und Erstellung von Marktforschungskonzepten.

### Verwendbarkeit des Moduls

Wirtschaftspsychologie

Pflichtfach

Wahlpflichtfach

Empfohlene Voraussetzungen für die Teilnahme

Allgemeine Psychologie, Differentielle Psychologie, Sozialpsychologie, Werbe- und Konsumpsychologie

Prüfungsformen	Voraussetzung für die Vergabe von ECTS
<input checked="" type="checkbox"/> Klausur <input type="checkbox"/> mündliche Prüfung <input type="checkbox"/> Praktikums-/Laborleistung <input type="checkbox"/> Kolloquium <input type="checkbox"/> Projektpräsentationen <input checked="" type="checkbox"/> Portfolio <input type="checkbox"/> Seminar- und Hausarbeit <input type="checkbox"/> praktische Prüfung <input type="checkbox"/> Referat	Erfolgreiches Bestehen aller Prüfungsformen.

Lehrende/r	Modulverantwortliche/r
Prof. Dr. Anna Schneider	Prof. Dr. Anna Schneider

Literatur/Lernhilfen

Altobelli, C. F. (2017). *Marktforschung: Methoden-Anwendungen-Praxisbeispiele*. Utb.

Bortz, J. & Döring, N. (2006) *Forschungsmethoden und Evaluation: für Human- und Sozialwissenschaftler*. Heidelberg: Springer.

Kirchmair, R. (2022). *Qualitative Forschungsmethoden*. Springer, Berlin, Heidelberg.

Naderer, G., Balzer, E., Batinic, B., Bauer, F., Blank, R., & David, J. (2007). *Qualitative Marktforschung in Theorie und Praxis*. Wiesbaden: Gabler.

Pusler, M. (2019) *Dem Konsumenten auf der Spur – Erfolgreiches Marketing durch zeitgemäße Marktforschung*. Freiburg: Haufe.

Salcher, E. F. (2011). *Psychologische Marktforschung*. de Gruyter.

Sethna, Z., & Blythe, J. (2019). *Consumer Behaviour*. SAGE Publications Ltd.

Stand: WS 2022/23

## Sozialpsychologie

Modulnr.:

Moduldauer	Semester, in dem das Modul stattfindet	Häufigkeit des Angebots	Kreditpunkte (ECTS)	Gewichtung der Note für die Endnote
1 Semester	2. Semester	<input checked="" type="checkbox"/> jedes Sommersemester <input type="checkbox"/> jedes Wintersemester <input type="checkbox"/> bei Bedarf	5 ECTS	Gewichtung entsprechend Prüfungsordnung (Curriculum lt. Anlage zur PO)

Lehr-/Lernformen	Kontaktzeit	Selbststudium	Gesamtarbeitsaufwand (Workload) der/des Studierenden
------------------	-------------	---------------	--

Seminaristische Vorlesung	4 SWS / 45 Std.	80 Std.	125 Std.
---------------------------	-----------------	---------	----------

### Kompetenzziele (Lernergebnisse)

Die Studierenden können

- Zentrale Konzepte, Theorien und Methoden der Sozialpsychologie erklären und gegenüberstellen;
- Befunde der Sozialpsychologie kritisch reflektieren und dabei den historischen Hintergrund i.S.v. Menschenbildern und gesellschaftlichen Werten mit in die Reflektion einbeziehen;
- Grundlagen der Kognition und Interaktion auf wirtschaftspsychologische Fragestellungen anwenden;
- sozialpsychologische Grundlagen und Studien in Kleingruppenarbeit prägnant aufbereiten und präsentieren.

Die Studierenden kennen

- Methoden der Sozialpsychologie;
- Theorien und Befunde zu relevanten Fragestellungen der Sozialpsychologie;
- Messverfahren und Ansätze zu Intervention und Prävention für aktuelle Handlungsfelder der Sozial- und Wirtschaftspsychologie.

### Inhalte

- Methoden der Sozialpsychologie;
- soziale Wahrnehmung, Eindrucksbildung und Attributionsprozesse;
- Identität und Selbst;
- Einstellungen und Einstellungsänderungen;
- Funktionen von Gruppen, Gruppeneffekte, Interaktion in Gruppen;
- prosoziales und aggressives Verhalten;
- zwischenmenschliche Anziehung.

### Verwendbarkeit des Moduls

Wirtschaftspsychologie

Pflichtfach

Wahlpflichtfach

### Empfohlene Voraussetzungen für die Teilnahme

Allgemeine Psychologie, Entwicklungspsychologie, Einführung in die psychologische Methodik

Prüfungsformen	Voraussetzung für die Vergabe von ECTS
<input checked="" type="checkbox"/> Klausur <input type="checkbox"/> mündliche Prüfung <input type="checkbox"/> Praktikums-/Laborleistung <input type="checkbox"/> Kolloquium <input type="checkbox"/> Projektpräsentationen <input type="checkbox"/> Portfolio <input type="checkbox"/> Seminar- und Hausarbeit <input type="checkbox"/> praktische Prüfung <input type="checkbox"/> Referat	Erfolgreiches Bestehen der Prüfungsform.
Lehrende/r	Modulverantwortliche/r
Prof. Dr. Anna Schneider	Prof. Dr. Anna Schneider
Literatur/Lernhilfen	
<p>Aronson, E., Wilson, T. D. &amp; Akert, R. M. (2014) <i>Social Psychology</i> (8. Aufl.). Hallbergmoos: Pearson.</p> <p>Fischer, P., Jander, K. &amp; Krueger, J. I. (2018). <i>Sozialpsychologie für Bachelor</i>. Heidelberg: Springer.</p> <p>Jonas, K. Stroebe, W., Hewstone, M. &amp; Reiss, M. (2014) <i>Sozialpsychologie</i> (6. Aufl.). Berlin: Springer.</p> <p>Kessler, T., &amp; Fritsche, I. (2018). <i>Sozialpsychologie</i>. Springer Fachmedien Wiesbaden.</p>	
Stand: WS 2022/23	

## Statistik

Modulnr.: 5617

Moduldauer	Semester, in dem das Modul stattfindet	Häufigkeit des Angebots		Kreditpunkte (ECTS)	Gewichtung der Note für die Endnote
1 Semester	2. Semester	<input checked="" type="checkbox"/> jedes Sommersemester	<input type="checkbox"/> jedes Wintersemester	5 ECTS	Gewichtung entsprechend Prüfungsordnung (Curriculum lt. Anlage zur PO)
		<input type="checkbox"/> bei Bedarf			
Lehr-/Lernformen		Kontaktzeit	Selbststudium	Gesamtarbeitsaufwand (Workload) der/des Studierenden	
Vorlesung		3 SWS / 33,75 Std.	60 Std.	125 Std.	
Übung		1 SWS / 11,25 Std.	20 Std.		
Kompetenzziele (Lernergebnisse)					

Die Studierenden haben folgende Fach- und Methodenkompetenzen erreicht:

- Verständnis von Prognosemethoden zur Lösung betriebswirtschaftlicher Prognoseprobleme,
- selbstständige Lösung einfacher ökonomischer Prognoseprobleme,
- Verständnis von Testmethoden zur Überprüfung von Hypothesen,
- selbstständige Lösung von einfachen Testproblemen in der Qualitätskontrolle, der Marktforschung u.a. betriebswirtschaftlichen Bereichen,
- kritische Würdigung der vorgestellten statistischen Methoden und ihrer Ergebnisse.

### Inhalte

Deskriptive Statistik:

- Zweidimensionale Häufigkeitsverteilungen und ihre Kennzahlen,
- lineare, nichtlineare und multiple Regressionsanalyse,
- Zeitreihenanalyse.

Induktive Statistik:

- Stichprobentheorie: Verteilung des Stichprobenanteilswertes, der Stichprobenvarianz und des Stichprobenmittelwertes sowie deren Differenzen/Quotienten,
- Schätztheorie: Punkt- und Intervallschätzung,
- Testtheorie: Parametrische Testverfahren für Anteilswert, Varianz und Mittelwert als Ein- und Zweistichprobentests, Nichtparametrische Testverfahren für Anpassungs- und Unabhängigkeitshypothesen.



Verwendbarkeit des Moduls

Wirtschaftspsychologie	<input checked="" type="checkbox"/> Pflichtfach	<input type="checkbox"/> Wahlpflichtfach
Betriebswirtschaft	<input checked="" type="checkbox"/> Pflichtfach	<input type="checkbox"/> Wahlpflichtfach
Wirtschaftsinformatik	<input checked="" type="checkbox"/> Pflichtfach	<input type="checkbox"/> Wahlpflichtfach

Empfohlene Voraussetzungen für die Teilnahme

Mathematik

Prüfungsformen	Voraussetzung für die Vergabe von ECTS
<input checked="" type="checkbox"/> Klausur <input type="checkbox"/> mündliche Prüfung <input type="checkbox"/> Praktikums-/Laborleistung <input type="checkbox"/> Kolloquium <input type="checkbox"/> Projektpräsentationen	Erfolgreiches Bestehen der Prüfungsform.
<input type="checkbox"/> Portfolio <input type="checkbox"/> Seminar- und Hausarbeit <input type="checkbox"/> praktische Prüfung <input type="checkbox"/> Referat	
Lehrende/r	Modulverantwortliche/r
Prof. Dr. Martin Vogt	Prof. Dr. Martin Vogt

Literatur/Lernhilfen

- Bamberg, G./Baur, F./Krapp, M.: Statistik Arbeitsbuch, 9. Auflage, München/ Wien 2012.
- Bihn, W. R./Bomsdorf, E./Gröhn, E./Schäffer, K.-A.: Statistik-Training für Wirtschaftswissenschaftler, Köln 1992.
- Bleymüller, J./Weißbach, R./Gehlert, G./Gülicher, H.: Statistik für Wirtschaftswissenschaftler, 17. Auflage, München, 2015.
- Bohley, P.: Statistik (Einführendes Lehrbuch für Wirtschafts- und Sozialwissenschaftler), 7. Auflage, München/Wien, 2000.
- Bomsdorf, E.: Deskriptive Statistik, 14. Auflage, Bergisch Gladbach/Köln 2013.
- Bomsdorf, E.: Induktive Statistik, Bergisch Gladbach/Köln, 8. Auflage, 2002.
- Hartung, J./Elpelt, B./Klößener, K.-H.: Statistik (Lehr- und Handbuch der angewandten Statistik), 15. Auflage, München/Wien 2009.
- Hartung, J./Heine, B.: Statistik-Übungen (Deskriptive Statistik), 6. Auflage, München/Wien 1999.
- Hartung, J./Heine, B.: Statistik-Übungen (Induktive Statistik), 4. Auflage, München/Wien 2004.
- Mosler, K./Schmid, F.: Beschreibende Statistik und Wirtschaftsstatistik, 4. Auflage, Berlin et al 2009.
- Mosler, K./Schmid, F.: Wahrscheinlichkeitsrechnung und schließende Statistik, 4. Auflage, Berlin et al, 2010.
- Schira, J.: Statistische Methoden der VWL und BWL, 4. Auflage, München 2012.
- Schwarze, G.: Aufgabensammlung zur Statistik, 7. Auflage, Herne/Berlin 2013.
- Schwarze, G.: Grundlagen der Statistik 1 - Beschreibende Verfahren, 12. Auflage, Herne/Berlin 2014.

- Schwarze, G.: Grundlagen der Statistik 2 – Wahrscheinlichkeitsrechnung und induktive Statistik, 10. Auflage, Herne/Berlin, 2013.

Stand: WS 2020/2021

## Unternehmensführung

Modulnr.: 5667

Moduldauer	Semester, in dem das Modul stattfindet	Häufigkeit des Angebots		Kreditpunkte (ECTS)	Gewichtung der Note für die Endnote
1 Semester	2. Semester	<input checked="" type="checkbox"/> jedes Sommersemester	<input type="checkbox"/> jedes Wintersemester	5 ECTS	Gewichtung entsprechend Prüfungsordnung (Curriculum lt. Anlage zur PO)
Lehr-/Lernformen		Kontaktzeit	Selbststudium	Gesamtarbeitsaufwand (Workload) der/des Studierenden	
Vorlesung		4 SWS / 45 Std.	80 Std.	125 Std.	

### Kompetenzziele (Lernergebnisse)

Die Studierenden kennen und verstehen

- den Stellenwert und die Funktion des Managements innerhalb eines Unternehmens,
- die wesentlichen Handlungsfelder des Managements,
- die grundsätzlichen Ziele, Herausforderungen und Vorgehensweisen innerhalb jedes Handlungsfeldes,
- ausgewählte praxiserprobte Managementmethoden und -instrumente.

Die Studierenden können

- die tatsächliche Strategie, Organisation und Personalpolitik von Unternehmen in Grundzügen analysieren und bewerten,
- für Situationen mit begrenzter Komplexität eigenständig konkrete strategische, organisatorische und personalpolitische Maßnahmen zu entwickeln, bewerten und deren Umsetzung planen,
- in einem mit komplexen Managementfragestellungen befassten Team sachkundig mitarbeiten.

### Inhalte

#### Grundlagen

- Managementfunktion und -prozess
- Unternehmensverfassung und Unternehmensethik

#### Strategie

- Strategische Analyse
- Geschäftsfeld- und Unternehmensstrategie
- Strategieumsetzung

#### Organisation

- Gestaltung organisatorischer Strukturen
- Unternehmenskultur als informale Organisation

- Veränderungsmanagement

Personal

- Motivation und Individualverhalten
- Gruppenverhalten
- Führung

Personalmanagement

Verwendbarkeit des Moduls

Wirtschaftspsychologie	<input checked="" type="checkbox"/> Pflichtfach	<input type="checkbox"/> Wahlpflichtfach
Betriebswirtschaft	<input checked="" type="checkbox"/> Pflichtfach	<input type="checkbox"/> Wahlpflichtfach
Wirtschaftsinformatik	<input type="checkbox"/> Pflichtfach	<input checked="" type="checkbox"/> Wahlpflichtfach

Empfohlene Voraussetzungen für die Teilnahme

Keine

Prüfungsformen	Voraussetzung für die Vergabe von ECTS
<input checked="" type="checkbox"/> Klausur <input type="checkbox"/> Portfolio <input type="checkbox"/> mündliche Prüfung <input type="checkbox"/> Seminar- und Hausarbeit <input type="checkbox"/> Praktikums-/Laborleistung <input type="checkbox"/> praktische Prüfung <input type="checkbox"/> Kolloquium <input type="checkbox"/> Referat <input type="checkbox"/> Projektpräsentationen	Erfolgreiches Bestehen der Prüfungsform.

Lehrende/r	Modulverantwortliche/r
------------	------------------------

Prof. Dr. Udo Burchard

Prof. Dr. Udo Burchard

Literatur/Lernhilfen

- Dillerup, R. / Stoi, R. (2013): Unternehmensführung, 4. Auflage. München, Vahlen.
- Hungenberg, H. / Wulf, T. (2015): Grundlagen der Unternehmensführung, 5. Auflage. Wiesbaden, Springer Gabler.
- Schreyögg, G. / Koch, J. (2015): Grundlagen des Managements, 3. Auflage. Wiesbaden, Springer Gabler.
- Steinmann, H. / Schreyögg, G. / Koch, J. (2013): Management, 7. Auflage, Wiesbaden, Springer Gabler.

Stand: SS 2021

## Werbe- und Konsumpsychologie

Modulnr.: tba

Moduldauer	Semester, in dem das Modul stattfindet	Häufigkeit des Angebots	Kreditpunkte (ECTS)	Gewichtung der Note für die Endnote
1 Semester	3. Semester	<input type="checkbox"/> jedes Sommersemester <input checked="" type="checkbox"/> jedes Wintersemester <input type="checkbox"/> bei Bedarf	5 ECTS	Gewichtung entsprechend Prüfungsordnung (Curriculum lt. Anlage zur PO)
Lehr-/Lernformen		Kontaktzeit	Selbststudium	Gesamtarbeitsaufwand (Workload) der/des Studierenden
Vorlesung		2 SWS / 22,5 Std.	60 Std.	125 Std.
Projektarbeit		2 SWS / 22,5 Std.	20 Std.	
Kompetenzziele (Lernergebnisse)				

Die Studierenden kennen:

- Einschlägige Begriffe sowie wissenschaftliche und praktische Erkenntnisse im Bereich der Werbe- und Konsumpsychologie.
- Die Studierenden kennen die Anwendungsmöglichkeiten der Psychologie im Bereich der Werbung und des Konsumentenverhaltens.

Die Studierenden verstehen:

- Wie Urteile und Bewertungen in Konsumprozessen psychologisch entstehen, welche typischen Verzerrungen darin vorkommen und von welchen äußeren Faktoren sie beeinflusst werden.

Die Studierenden können:

- Die Erforschung der Konsumentenbedürfnisse auf unterschiedlichen Wegen skizzieren und diese hinsichtlich ihrer Eignung in spezifischen Kontexten bewerten. Sie sind in der Lage unbewusste Konsumentenmotive methodisch zu erheben.

Die Studierenden erleben:

- Die Komplexität der Einflussfaktoren und situativen Parameter bei Kaufentscheidungen von Individuen und Gruppen.
- Die Vielfalt der Ansätze zur Intervention in das Kaufverhalten.

### Inhalte

- Die Psychologie der Kaufentscheidung
- Die Bedeutung von Wahrnehmung, Lernen und Gedächtnis bei der Kaufentscheidung
- Mechanismen der Verhaltenssteuerung
- Handlungssteuerung von außen
- Sozialpsychologische Aspekte bei der Erklärung des Konsumentenverhaltens
- Psychologische Konsistenz und Reaktanz
- Differentielle Konsumentenpsychologie
- Zufriedenheit und Einstellung
- Konsumentenverhalten im Internet
- Storytelling als Mittel der Beeinflussung
- Werbegestaltung

- Geld- und Preispsychologie

Verwendbarkeit des Moduls

Wirtschaftspsychologie       Pflichtfach       Wahlpflichtfach

Empfohlene Voraussetzungen für die Teilnahme

Marketing und Vertrieb, alle vier psychologischen Grundlagenfächer des 1. und 2. Semesters.

Prüfungsformen	Voraussetzung für die Vergabe von ECTS
<input type="checkbox"/> Klausur <input checked="" type="checkbox"/> Portfolio <input type="checkbox"/> mündliche Prüfung <input type="checkbox"/> Seminar- und Hausarbeit <input type="checkbox"/> Praktikums-/Laborleistung <input type="checkbox"/> praktische Prüfung <input type="checkbox"/> Kolloquium <input type="checkbox"/> Referat <input type="checkbox"/> Projektpräsentationen	Erfolgreiches Bestehen aller Prüfungsformen.
Lehrende/r	Modulverantwortliche/r
Prof. Dr. Udo Burchard	Prof. Dr. Udo Burchard

Literatur/Lernhilfen

- Bak, P.: Werbe- und Konsumentenpsychologie – eine Einführung. 2. Aufl. Schäffer-Poeschel, 2019.
- Felser, G.: Werbe- und Konsumentenpsychologie, 4. Aufl. Heidelberg: Springer, 2015.
- Häusel, H.: Neuromarketing. Haufe, 2019.
- Hoffmann, S.; Akbar, P.: Konsumentenverhalten. 2. Aufl. Springer Gabler, 2018.
- Kahneman, D.; Sibony, O.; Sunstein, C.: Noise – was unsere Entscheidungen verzerrt. Siedler, 2021.
- Mittelstaedt, M.: Werbepsychologie. 2019.
- Raab, G.; Unger, A.; Unger, F.: Marktpsychologie. Grundlagen und Anwendung. 4. Aufl. Gabler 2016.

Stand: WS 2022/23

## Wirtschaftsprivatrecht

Modulnr.: 31917

Moduldauer	Semester, in dem das Modul stattfindet	Häufigkeit des Angebots		Kreditpunkte (ECTS)	Gewichtung der Note für die Endnote
1 Semester	5. Semester	<input type="checkbox"/> jedes Sommersemester	<input checked="" type="checkbox"/> jedes Wintersemester	5 ECTS	Gewichtung entsprechend Prüfungsordnung (Curriculum lt. Anlage zur PO)
		<input type="checkbox"/> bei Bedarf			
Lehr-/Lernformen		Kontaktzeit	Selbststudium	Gesamtarbeitsaufwand (Workload) der/des Studierenden	
Vorlesung		3 SWS / 33,75 Std.	60 Std.	125 Std.	
Übung		1 SWS / 11,25 Std.	20 Std.		
Kompetenzziele (Lernergebnisse)					

- Die Studierenden kennen die juristische Terminologie.
- Sie verstehen die wesentlichen Prinzipien, Theorien und Probleme des Wirtschaftsprivatrechts.
- Sie haben die für einen Betriebswirt notwendigen detaillierten Kenntnisse zum Recht der Leistungsstörungen sowie des Kauf- und Werkvertragsrechts.
- Die Studierenden haben ein Verständnis für die zivilrechtlichen Fragen eines Unternehmens.
- Die Studierenden wenden die Methoden der juristischen Arbeitsweise an.
- Sie verstehen juristische Texte.
- Sie lösen ziel- und bedarfsorientiert einfache Fälle zum Vertragsrecht

### Inhalte

Die Vorlesung befasst sich mit denjenigen Grundlagen des Wirtschaftsprivatrechts, die ein Betriebswirt in der Praxis benötigt. Im Mittelpunkt stehen daher die zivilrechtlichen Grundlagen des BGB, insbesondere das Vertragsrecht des Allgemeinen und Besonderen Schuldrechts. Hier sind vor allem zu nennen:

- Abschluss von Verträgen,
- Stellvertretung,
- Allgemeine Geschäftsbedingungen,
- Leistungsstörungen,
- Beendigung von Schuldverhältnissen,
- die wichtigsten Vertragstypen des BGB (insbesondere das Kauf- und Werkvertragsrecht) sowie
- Fragen vertraglicher und deliktischer Haftung (einschließlich der Produkthaftung).

Wirtschaftlich relevante Aspekte des Sachenrechts (insbesondere die rechtsgeschäftliche Eigentumsübertragung) werden ebenso behandelt wie Grundzüge des Zivilprozessrechts und der juristischen Methodik (z.B. Subsumtion, Prüfungsschemata, Falllösungstechnik).

Verwendbarkeit des Moduls
---------------------------

Wirtschaftspsychologie	<input checked="" type="checkbox"/> Pflichtfach	<input type="checkbox"/> Wahlpflichtfach
Betriebswirtschaft	<input checked="" type="checkbox"/> Pflichtfach	<input type="checkbox"/> Wahlpflichtfach
Wirtschaftsinformatik	<input checked="" type="checkbox"/> Pflichtfach	<input type="checkbox"/> Wahlpflichtfach

Empfohlene Voraussetzungen für die Teilnahme
--

Keine

Prüfungsformen	Voraussetzung für die Vergabe von ECTS
<input checked="" type="checkbox"/> Klausur <input type="checkbox"/> Portfolio <input type="checkbox"/> mündliche Prüfung <input type="checkbox"/> Seminar- und Hausarbeit <input type="checkbox"/> Praktikums-/Laborleistung <input type="checkbox"/> praktische Prüfung <input type="checkbox"/> Kolloquium <input type="checkbox"/> Referat <input type="checkbox"/> Projektpräsentationen	Erfolgreiches Bestehen der Prüfungsform.
Lehrende/r	Modulverantwortliche/r
Prof. Dr. Tina Hubert	Prof. Dr. Tina Hubert

Literatur/Lernhilfen
----------------------

- *Ullrich*, Wirtschaftsrecht für Betriebswirte, NWB Verlag und
- Gesetzestext BGB; alternativ
- *Führich*, Wirtschaftsprivatrecht, Verlag Vahlen,
- *Klunzinger*, Einführung in das Bürgerliche Recht, Verlag Vahlen,
- *Müssig*, Wirtschaftsprivatrecht, Verlag C.F. Müller; jeweils neueste Auflage.

Stand: WS 2016/2017
---------------------



# Sprache

In den Curricula der jeweiligen Bachelor-Studiengänge sind die zu absolvierenden Sprachkurse dokumentiert. Folgende Modulbeschreibungen umfassen jegliche Wirtschaftsfremdsprachen der Bachelor-Programme des Fachbereichs Wirtschaft der Hochschule Trier:

Business English 1				Modulnr.: 7498	
Moduldauer	Semester, in dem das Modul stattfindet	Häufigkeit des Angebots		Kreditpunkte (ECTS)	Gewichtung der Note für die Endnote
1 Semester	5. Semester	<input type="checkbox"/> jedes Sommersemester <input checked="" type="checkbox"/> jedes Wintersemester <input type="checkbox"/> bei Bedarf		5 ECTS	Gewichtung entsprechend Prüfungsordnung (Curriculum lt. Anlage zur PO)
Lehr-/Lernformen		Kontaktzeit	Selbststudium	Gesamtarbeitsaufwand (Workload) der/des Studierenden	
Vorlesung		4 SWS / 45 Std.	80 Std.	125 Std.	
Kompetenzziele (Lernergebnisse)					

Students are able:

- to write a personalized and customized application for an internship.
- to write emails for routine situations in both formal and less formal style.
- to use appropriate telephone language for typical business telephone situations.
- to make and handle complaints by telephone or in writing.
- to present written arguments and explanations clearly and to organize written text into paragraphs with linking words and topic sentences.
- to acquire vocabulary in relation to job applications, human resources, customer service, retailing, and globalization.

## Inhalte

- Applying for an internship
- Emailing
- Telephoning
- Complaining
- Organisation of writing

## Verwendbarkeit des Moduls

Wirtschaftspsychologie	<input type="checkbox"/> Pflichtfach	<input checked="" type="checkbox"/> Sprachmodul
Betriebswirtschaft	<input type="checkbox"/> Pflichtfach	<input checked="" type="checkbox"/> Sprachmodul

Wirtschaftsinformatik

Pflichtfach

Sprachmodul

Empfohlene Voraussetzungen für die Teilnahme

Good knowledge of English (minimum CEF B1)

Prüfungsformen		Voraussetzung für die Vergabe von ECTS
<input checked="" type="checkbox"/> Klausur (85%) <input type="checkbox"/> mündliche Prüfung <input type="checkbox"/> Praktikums-/Laborleistung <input type="checkbox"/> Kolloquium <input type="checkbox"/> Projektpräsentationen	<input type="checkbox"/> Portfolio <input checked="" type="checkbox"/> Seminar- und Hausarbeit (15%) <input type="checkbox"/> praktische Prüfung <input type="checkbox"/> Referat	Erfolgreiches Bestehen aller Prüfungsformen.
Lehrende/r		Modulverantwortliche/r
Tim Mauger		Tim Mauger
Literatur/Lernhilfen		
<ul style="list-style-type: none"> <li>Butzphal, G. and Maier Fairclough, J., T. 2010 <i>Career Express Business English B2</i>. Cornelsen</li> </ul>		
Stand: WS 2016/2017		

## Business English 2

Modulnr.: 7499

Moduldauer	Semester, in dem das Modul stattfindet	Häufigkeit des Angebots		Kreditpunkte (ECTS)	Gewichtung der Note für die Endnote
1 Semester	4. Semester	<input checked="" type="checkbox"/> jedes Sommersemester	<input type="checkbox"/> jedes Wintersemester	5 ECTS	Gewichtung entsprechend Prüfungsordnung (Curriculum lt. Anlage zur PO)
Lehr-/Lernformen		Kontaktzeit	Selbststudium	Gesamtarbeitsaufwand (Workload) der/des Studierenden	
Vorlesung		4 SWS / 45 Std.	80 Std.	125 Std.	
Kompetenzziele (Lernergebnisse)					

Students are able:

- to give a presentation on a business topic using appropriate language to structure the presentation.
- to negotiate with a business partner, using appropriate language to bargain, to confront, or to be cautious and diplomatic.
- to use appropriate language to manage and participate in meetings.
- to describe graphs using a wide range of appropriate grammar and vocabulary.
- to use accounting and finance terminology to talk about investments, accounting issues and balance sheets.
- to use a range of grammar and vocabulary relating to negotiation, meetings, describing trends, economic growth, finance and accounting.

### Inhalte

- Presentations
- Negotiations
- Rapidly developing economies
- Describing graphs
- Accounting

### Verwendbarkeit des Moduls

Wirtschaftspsychologie	<input type="checkbox"/> Pflichtfach	<input checked="" type="checkbox"/> Sprachmodul
Betriebswirtschaft	<input type="checkbox"/> Pflichtfach	<input checked="" type="checkbox"/> Sprachmodul
Wirtschaftsinformatik	<input type="checkbox"/> Pflichtfach	<input checked="" type="checkbox"/> Sprachmodul

Empfohlene Voraussetzungen für die Teilnahme

Good knowledge of English (minimum CEF B1)

Prüfungsformen	Voraussetzung für die Vergabe von ECTS
<input checked="" type="checkbox"/> Klausur (80%) <input type="checkbox"/> Portfolio <input type="checkbox"/> mündliche Prüfung <input type="checkbox"/> Seminar- und Hausarbeit <input type="checkbox"/> Praktikums-/Laborleistung <input type="checkbox"/> praktische Prüfung <input type="checkbox"/> Kolloquium <input type="checkbox"/> Referat <input checked="" type="checkbox"/> Projektpräsentationen (20%)	Erfolgreiches Bestehen aller Prüfungsformen.
Lehrende/r	Modulverantwortliche/r
Tim Mauger	Tim Mauger

Literatur/Lernhilfen

- Butzphal, G. and Maier Fairclough, J., T. 2010 *Career Express Business English B2*. Cornelsen

Stand: WS 2016/2017

## Chinesisch 1

Modulnr.: 34037

Moduldauer	Semester, in dem das Modul stattfindet	Häufigkeit des Angebots	Kreditpunkte (ECTS)	Gewichtung der Note für die Endnote
1 Semester	4, 5. Semester	<input checked="" type="checkbox"/> jedes Sommersemester <input checked="" type="checkbox"/> jedes Wintersemester <input type="checkbox"/> bei Bedarf	5 ECTS	Gewichtung entsprechend Prüfungsordnung (Curriculum lt. Anlage zur PO)
Lehr-/Lernformen		Kontaktzeit	Selbststudium	Gesamtarbeitsaufwand (Workload) der/des Studierenden
Übung		2 SWS / 22,5 Std.	40 Std.	125 Std.
Projekt		2 SWS / 22,5 Std.	40 Std.	

### Kompetenzziele (Lernergebnisse)

- Die Studierenden können die Grundzüge der chinesischen Sprache und Schrift verstehen und schreiben.
- Sie können die Grundlagen der Satzstruktur reproduzieren.
- Sie haben einfache kommunikative Fertigkeiten und kennen einfache grammatikalische Strukturen der chinesischen Sprache sowie den Aufbau, Strichfolge und -richtung chinesischer Schriftzeichen.
- Am Ende des Kurses kennen die Studierenden einige der Besonderheiten der chinesischen Sprache und Schrift und haben die Fähigkeit, einfache Sachverhalte des Alltags mündlich und schriftlich zu reproduzieren.

### Inhalte

- Einführung in die grundlegenden Strukturen des modernen Chinesisch und die Entwicklungsgeschichte der chinesischen Schrift;
- Kurze Dialoge und Texte über Alltagsthemen wie z.B. sich und anderen Menschen vorstellen, Essen, Trinken usw. entsprechenden Grammatikpunkte und Wortschatz zu den Themen

### Verwendbarkeit des Moduls

Wirtschaftspsychologie	<input type="checkbox"/> Pflichtfach	<input checked="" type="checkbox"/> Sprachmodul
Betriebswirtschaft	<input type="checkbox"/> Pflichtfach	<input checked="" type="checkbox"/> Sprachmodul
Wirtschaftsinformatik	<input type="checkbox"/> Pflichtfach	<input checked="" type="checkbox"/> Sprachmodul

### Empfohlene Voraussetzungen für die Teilnahme

Keine

Prüfungsformen	Voraussetzung für die Vergabe von ECTS
<input checked="" type="checkbox"/> Klausur (60%) <input type="checkbox"/> Portfolio <input type="checkbox"/> mündliche Prüfung <input type="checkbox"/> Seminar- und Hausarbeit <input type="checkbox"/> Praktikums-/Laborleistung <input type="checkbox"/> praktische Prüfung <input type="checkbox"/> Kolloquium <input type="checkbox"/> Referat <input checked="" type="checkbox"/> Projektpräsentationen (40%)	Erfolgreiches Bestehen aller Prüfungsformen.
Lehrende/r	Modulverantwortliche/r
Yang Liu-Gerhards, CFA	Yang Liu-Gerhards, CFA
Literatur/Lernhilfen	

- Liu Xun, Das neue praktische Chinesisch, Lehrbuch & Arbeitsbuch

Stand: WS 2016/2017

## Chinesisch 2

Modulnr.: 34038

Moduldauer	Semester, in dem das Modul stattfindet	Häufigkeit des Angebots	Kreditpunkte (ECTS)	Gewichtung der Note für die Endnote
1 Semester	4, 5. Semester	<input checked="" type="checkbox"/> jedes Sommersemester <input checked="" type="checkbox"/> jedes Wintersemester <input type="checkbox"/> bei Bedarf	5 ECTS	Gewichtung entsprechend Prüfungsordnung (Curriculum lt. Anlage zur PO)
Lehr-/Lernformen		Kontaktzeit	Selbststudium	Gesamtarbeitsaufwand (Workload) der/des Studierenden
Übung		2 SWS / 22,5 Std.	40 Std.	125 Std.
Projekt		2 SWS / 22,5 Std.	40 Std.	

### Kompetenzziele (Lernergebnisse)

- Die Studierenden kennen weitere einfache Satzstrukturen, einfache grammatikalischer Strukturen der chinesischen Sprache sowie weitere chinesische Schriftzeichen.
- Sie können einfache Gespräche führen und beherrschen die entsprechenden Schriftzeichen und grammatikalischen Formen.
- Am Ende des Kurses können die Studierenden weitere wichtige Alltagssituationen sprachlich bewältigen. Die Studierenden sind in der Lage, Termine zu vereinbaren und Tages- & Wochenabläufe zu beschreiben.

### Inhalte

- Knüpft an Chinesisch I an.
- Der Fokus liegt dabei zu einem auf die Fähigkeiten auf chinesische Small Talks zu betreiben;
- Ein zweiter Schwerpunkt liegt auf Zahlen, Uhrzeiten, Wochentagen und Datumsangaben.

### Verwendbarkeit des Moduls

Wirtschaftspsychologie	<input type="checkbox"/> Pflichtfach	<input checked="" type="checkbox"/> Sprachmodul
Betriebswirtschaft	<input type="checkbox"/> Pflichtfach	<input checked="" type="checkbox"/> Sprachmodul
Wirtschaftsinformatik	<input type="checkbox"/> Pflichtfach	<input checked="" type="checkbox"/> Sprachmodul

### Empfohlene Voraussetzungen für die Teilnahme

Chinesisch I

Prüfungsformen	Voraussetzung für die Vergabe von ECTS
<input checked="" type="checkbox"/> Klausur (60%) <input type="checkbox"/> Portfolio <input type="checkbox"/> mündliche Prüfung <input type="checkbox"/> Seminar- und Hausarbeit <input type="checkbox"/> Praktikums-/Laborleistung <input type="checkbox"/> praktische Prüfung <input type="checkbox"/> Kolloquium <input type="checkbox"/> Referat <input checked="" type="checkbox"/> Projektpräsentationen (40%)	Erfolgreiches Bestehen aller Prüfungsformen.
Lehrende/r	Modulverantwortliche/r
Yang Liu-Gerhards, CFA	Yang Liu-Gerhards, CFA
Literatur/Lernhilfen	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Liu Xun, Das neue praktische Chinesisch, Lehrbuch &amp; Arbeitsbuch</li> </ul>	
Stand: WS 2016/2017	



## Chinesisch 3 / HSK 2 (CEF A2)

Modulnr.: tba

Moduldauer	Semester, in dem das Modul stattfindet	Häufigkeit des Angebots	Kreditpunkte (ECTS)	Gewichtung der Note für die Endnote
1 Semester	4, 5. Semester	<input type="checkbox"/> jedes Sommersemester <input type="checkbox"/> jedes Wintersemester <input checked="" type="checkbox"/> bei Bedarf	5 ECTS	Gewichtung entsprechend Prüfungsordnung (Curriculum lt. Anlage zur PO)
Lehr-/Lernformen		Kontaktzeit	Selbststudium	Gesamtarbeitsaufwand (Workload) der/des Studierenden
Übung		3 SWS / 33,75 Std.	60 Std.	125 Std.
Projekt		1 SWS / 11,25 Std.	20 Std.	
Kompetenzziele (Lernergebnisse)				

Die Studierenden, die dieses Modul erfolgreich studiert haben, sind in der Lage:

- Sich in einfachen und alltagsüblichen Situationen zu verständigen, in denen es um einen einfachen und direkten Austausch von Informationen über vertraute und geläufige Dinge (z.B. die eigene Herkunft und Ausbildung, Einkaufen, die direkte Umgebung usw.) geht
- Sich zum Globalverstehen kurzer Dialoge und zur Identifikation spezifischer Informationsbestandteile zu befähigen
- kurze Texte des geschriebenen Chinesisch (Schriftzeichen) zu verstehen
- sich für die in Ausgangs- und Zielkultur herrschenden Kulturunterschiede zu sensibilisieren

### Inhalte

- Grundlegende Themen des täglichen Lebens (z.B. Beruf, Familie, Gesundheit, persönliche Bedürfnisse)
- Grammatik: Adverbien, Adjektiven, Imperativ, Komplemente usw.
- Smalltalk
- Ermittlung grundlegender Informationen zur Person des jeweiligen Gesprächspartners

### Verwendbarkeit des Moduls

Wirtschaftspsychologie	<input type="checkbox"/> Pflichtfach	<input checked="" type="checkbox"/> Sprachmodul
Betriebswirtschaft	<input type="checkbox"/> Pflichtfach	<input checked="" type="checkbox"/> Sprachmodul
Wirtschaftsinformatik	<input type="checkbox"/> Pflichtfach	<input checked="" type="checkbox"/> Sprachmodul

### Empfohlene Voraussetzungen für die Teilnahme

Chinesisch 1 und 2 oder HSK Niveau 1

Prüfungsformen	Voraussetzung für die Vergabe von ECTS
<input checked="" type="checkbox"/> Klausur (60%) <input type="checkbox"/> Portfolio <input type="checkbox"/> mündliche Prüfung <input type="checkbox"/> Seminar- und Hausarbeit <input type="checkbox"/> Praktikums-/Laborleistung <input type="checkbox"/> praktische Prüfung <input type="checkbox"/> Kolloquium <input type="checkbox"/> Referat <input checked="" type="checkbox"/> Projektpräsentationen (40%)	Erfolgreiches Bestehen aller Prüfungsformen.
Lehrende/r	Modulverantwortliche/r
Yang Liu-Gerhards, CFA	Yang Liu-Gerhards, CFA
Literatur/Lernhilfen	
<ul style="list-style-type: none"> <li>Standard Course HSK 2 (Beijing Language and Culture University Press, Lead Author: Jiang Liping)</li> </ul>	
Stand: WS 2016/2017	

## Cooking up Chinese: a delicious way to Understand the Language and Culture

Modulnr.: tbd

Duration	Semester in which the module takes place	Credit points (ECTS)	The weighting of the grade
1 semester	<input type="checkbox"/> each summer semester <input type="checkbox"/> each winter semester <input checked="" type="checkbox"/> when needed	5 ECTS	calculation of final grade according to examination rules based on §20(1)
Course type	Taught hours	Self-study	Total student workload
Lecture	4 contact hours / 45 h	80 h	125 h

### Learning Aims

This course is designed for anyone who wants to learn basic Mandarin and loves Chinese food. You will not only enjoy the taste of China but also the meaning behind it.

- You will practice speaking and listening skills in Mandarin by learning how to order food, express your likes and dislikes, and ask for recommendations in a restaurant setting.
- You will explore the origins and variations of different Chinese cuisines, such as Cantonese, Sichuan, and Beijing styles, and how they reflect China's geography, history, and philosophy.
- You will discover the cultural significance and symbolism of certain Chinese foods and ingredients and how they are used in festivals, celebrations, and rituals.
- You will learn how to cook some popular and easy Chinese dishes at home and adjust them according to your preferences and availability of ingredients.

### Content

This course will combine Chinese culture, food and language in a fun and interactive way; in this course, you shall learn:

- How to pronounce and write Chinese characters related to food, dining and etiquette, using the pinyin system and stroke order;
- How to communicate effectively in Chinese in various social situations involving food, such as ordering, paying, complimenting, etc.;
- How to appreciate the diversity and richness of Chinese cuisines and culinary regions, as well as their historical and cultural origins;
- How to master the essential grammar points and vocabulary for talking about food culture in China;
- How to prepare authentic and tasty Chinese dishes for different occasions, such as business meetings, family gatherings, festivals and celebrations.

### Module applicability

B.A. Business Management

language module

B.Sc. Business Information Systems

mandatory module  elective m.  seminar 4.  
semester

Pre-requisites

Forms of assessment / in %		Requirement for awarding of ECTS points
<input checked="" type="checkbox"/> Test	0 %	
<input checked="" type="checkbox"/> Presentations	100 %	
Professors/Lecturers		Module Coordinator
Yang Liu-Gerhards, CFA		

Bibliography/Study aids

WS 2023 version

## Français économique 1

Modulnr.: 7500

Moduldauer	Semester, in dem das Modul stattfindet	Häufigkeit des Angebots	Kreditpunkte (ECTS)	Gewichtung der Note für die Endnote
1 Semester	5. Semester	<input type="checkbox"/> jedes Sommersemester <input checked="" type="checkbox"/> jedes Wintersemester <input type="checkbox"/> bei Bedarf	5 ECTS	Gewichtung entsprechend Prüfungsordnung (Curriculum lt. Anlage zur PO)
Lehr-/Lernformen		Kontaktzeit	Selbststudium	Gesamtarbeitsaufwand (Workload) der/des Studierenden
Vorlesung		2 SWS / 22,5 Std.	40 Std.	
Übung		2 SWS / 22,5 Std.	40 Std.	

125 Std.

### Kompetenzziele (Lernergebnisse)

- Die Studierenden können die französische Geschäftssprache in ausgewählten Bereichen verstehen und anwenden.  
*Comprendre et appliquer le vocabulaire des affaires et du commerce dans des domaines sélectionnés*
- Sie können ausgewählte Fachbegriffe des beruflichen Lebens sowohl mündlich als auch schriftlich in beruflichen Situationen anwenden.  
*Connaître une sélection de termes du domaine commercial et leur usage écrit et oral dans des situations professionnelles*
- Sie können einfache fachbezogenen Texte, Audio- oder Videoaufzeichnungen verstehen und das Erlernte umsetzen.  
*Comprendre des textes ainsi que des enregistrements audio et vidéo et mettre en pratique la matière apprise*
- Die Studierenden können in verschiedenen beruflichen Situationen mündlich und schriftlich in Französisch kommunizieren.  
*Communiquer en français, par écrit et par oral, dans des situations diverses du monde du travail*

### Inhalte

Initiation au vocabulaire des affaires et du commerce

Par exemple ...

- Accueillir et présenter quelqu'un
- Organiser un voyage d'affaires
- Écrire une lettre commerciale, écrire un e-mail
- Répondre au téléphone
- Effectuer des opérations bancaires, etc.

Verwendbarkeit des Moduls

Wirtschaftspsychologie	<input type="checkbox"/> Pflichtfach	<input checked="" type="checkbox"/> Sprachmodul
Betriebswirtschaft	<input type="checkbox"/> Pflichtfach	<input checked="" type="checkbox"/> Sprachmodul
Wirtschaftsinformatik	<input type="checkbox"/> Pflichtfach	<input checked="" type="checkbox"/> Sprachmodul

Empfohlene Voraussetzungen für die Teilnahme

Gute Grundkenntnisse der französischen Allgemeinsprache

Prüfungsformen	Voraussetzung für die Vergabe von ECTS
<input checked="" type="checkbox"/> Klausur (90%) <input type="checkbox"/> mündliche Prüfung <input type="checkbox"/> Praktikums-/Laborleistung <input type="checkbox"/> Kolloquium <input checked="" type="checkbox"/> Projektpräsentationen (10%)	Erfolgreiches Bestehen aller Prüfungsformen.
<input type="checkbox"/> Portfolio <input type="checkbox"/> Seminar- und Hausarbeit <input type="checkbox"/> praktische Prüfung <input type="checkbox"/> Referat	

Lehrende/r	Modulverantwortliche/r
------------	------------------------

Pascale Tüscher | tba

Literatur/Lernhilfen

- Wird im Kurs bekanntgegeben

Stand: WS 2017/2018

## Français économique 2

Modulnr.: 7501

Moduldauer	Semester, in dem das Modul stattfindet	Häufigkeit des Angebots		Kreditpunkte (ECTS)	Gewichtung der Note für die Endnote
1 Semester	4. Semester	<input checked="" type="checkbox"/> jedes Sommersemester	<input type="checkbox"/> jedes Wintersemester	5 ECTS	Gewichtung entsprechend Prüfungsordnung (Curriculum lt. Anlage zur PO)
		<input type="checkbox"/> bei Bedarf			
Lehr-/Lernformen		Kontaktzeit	Selbststudium	Gesamtarbeitsaufwand (Workload) der/des Studierenden	
Vorlesung		2 SWS / 22,5 Std.	40 Std.	125 Std.	
Übung		2 SWS / 22,5 Std.	40 Std.		
Kompetenzziele (Lernergebnisse)					

- Die Studierenden kennen grundlegendes Fachvokabulars aus ausgewählten Wirtschaftsbereichen.  
*Connaître le vocabulaire spécifique de base de certains domaines de l'économie choisis*
- Sie haben ein Einblick in ausgewählte Problemstellungen der Wirtschaft und der Unternehmen.  
*Avoir un aperçu de quelques problématiques choisies portant sur l'économie et l'entreprise*
- Die Studierenden sind in der Lage, einfache Wirtschaftstexte zu verstehen und den Inhalt mündlich und schriftlich zusammenzufassen.  
*Comprendre des textes économiques et décrire le contenu par oral et par écrit*
- Die Studierenden können ein ausgewähltes wirtschaftsbezogenes Thema vor den anderen Kursteilnehmern präsentieren.  
*Exposer un thème économique choisi aux autres participants du cours*

### Inhalte

Par exemple ...

- L'économie française
- L'emploi et le chômage
- L'entreprise – organisation et activités
- Les relations internationales
- etc.

### Verwendbarkeit des Moduls

Wirtschaftspsychologie	<input type="checkbox"/> Pflichtfach	<input checked="" type="checkbox"/> Sprachmodul
Betriebswirtschaft	<input type="checkbox"/> Pflichtfach	<input checked="" type="checkbox"/> Sprachmodul
Wirtschaftsinformatik	<input type="checkbox"/> Pflichtfach	<input checked="" type="checkbox"/> Sprachmodul

Empfohlene Voraussetzungen für die Teilnahme

Erfolgreiche Teilnahme an Français économique 1

Prüfungsformen	Voraussetzung für die Vergabe von ECTS
<input checked="" type="checkbox"/> Klausur (90%) <input type="checkbox"/> Portfolio <input type="checkbox"/> mündliche Prüfung <input type="checkbox"/> Seminar- und Hausarbeit <input type="checkbox"/> Praktikums-/Laborleistung <input type="checkbox"/> praktische Prüfung <input type="checkbox"/> Kolloquium <input type="checkbox"/> Referat <input checked="" type="checkbox"/> Projektpräsentationen (10%)	Erfolgreiches Bestehen aller Prüfungsformen.
Lehrende/r	Modulverantwortliche/r
Pascale Tüscher	tba
Literatur/Lernhilfen	

- Wird im Kurs bekanntgegeben

Stand: WS 2017/2018



## Spanisch 1

Modulnr.: 7502

Moduldauer	Semester, in dem das Modul stattfindet	Häufigkeit des Angebots		Kreditpunkte (ECTS)	Gewichtung der Note für die Endnote
1 Semester	5. Semester	<input type="checkbox"/> jedes Sommersemester <input checked="" type="checkbox"/> jedes Wintersemester <input type="checkbox"/> bei Bedarf		5 ECTS	Gewichtung entsprechend Prüfungsordnung (Curriculum lt. Anlage zur PO)
Lehr-/Lernformen		Kontaktzeit	Selbststudium	Gesamtarbeitsaufwand (Workload) der/des Studierenden	
Vorlesung		2 SWS / 22,5 Std.	40 Std.	125 Std.	
Übung		2 SWS / 22,5 Std.	40 Std.		
Kompetenzziele (Lernergebnisse)					

Nach Beendigung des **Anfängerkurses** sind die Studierenden in der Lage:

- sich zu begrüßen und zu verabschieden
- jemanden nach seinem Namen zu fragen und zu antworten
- nach der Bedeutung eines Wortes zu fragen
- zu sagen, warum man Spanisch lernt
- sich vorzustellen und darauf zu reagieren
- über die Herkunft zu sprechen
- sich nach dem Befinden zu erkundigen und darauf zu reagieren
- zu buchstabieren
- die Telefonnummer und Mailadresse anzugeben
- nach dem Beruf und Arbeitsort zu fragen
- eine Aussage zu verneinen
- Verwandtschaftsbeziehungen anzugeben
- Aussehen und Charakter von Personen zu beschreiben
- Alter und Geburtstag anzugeben
- Gefallen und Missfallen zu äußern
- Lebensmittel einzukaufen
- Mengen- und Verpackungsangaben zu nennen
- über Vorlieben zu sprechen
- sich auf eine erwähnte Sache zu beziehen
- etwas in einer Bar zu bestellen
- sich nach einem Gericht zu erkundigen
- Uhrzeit und Tageszeit anzugeben.
- Sie verstehen einfache Texte und Hörspiele, die sich mit dieser Thematik beschäftigen.

### Inhalte

- Grundlagen der spanischen Grammatik, vermittelt anhand geeigneter Übungsaufgaben (Lektionen 1 – 6 des Lehrwerks)
- Textverständnis einfacher spanischer Texte
- Hörverständnis mit Hilfe von Übungs-CDs
- Einzel- und Gruppenarbeit zur Vertiefung der Kenntnisse.

### Verwendbarkeit des Moduls

Wirtschaftspsychologie	<input type="checkbox"/> Pflichtfach	<input checked="" type="checkbox"/> Sprachmodul
Betriebswirtschaft	<input type="checkbox"/> Pflichtfach	<input checked="" type="checkbox"/> Sprachmodul
Wirtschaftsinformatik	<input type="checkbox"/> Pflichtfach	<input checked="" type="checkbox"/> Sprachmodul

### Empfohlene Voraussetzungen für die Teilnahme

keine

Prüfungsformen	Voraussetzung für die Vergabe von ECTS
<input checked="" type="checkbox"/> Klausur <input type="checkbox"/> mündliche Prüfung <input type="checkbox"/> Praktikums-/Laborleistung <input type="checkbox"/> Kolloquium <input checked="" type="checkbox"/> Projektpräsentationen <input type="checkbox"/> Portfolio <input type="checkbox"/> Seminar- und Hausarbeit <input type="checkbox"/> praktische Prüfung <input type="checkbox"/> Referat	Erfolgreiches Bestehen der Prüfungsform.
Lehrende/r	Modulverantwortliche/r
Dr. Kathrin Jaszus	Dr. Kathrin Jaszus

### Literatur/Lernhilfen

- Lloret, I. et al. (2009): Con gusto A1. Lehr- und Arbeitsbuch, Stuttgart.

Stand: WS 2016/2017

## Spanisch 2

Modulnr.: 7503

Moduldauer	Semester, in dem das Modul stattfindet	Häufigkeit des Angebots		Kreditpunkte (ECTS)	Gewichtung der Note für die Endnote
1 Semester	1. Semester	<input checked="" type="checkbox"/> jedes Sommersemester	<input type="checkbox"/> jedes Wintersemester	5 ECTS	Gewichtung entsprechend Prüfungsordnung (Curriculum lt. Anlage zur PO)
		<input type="checkbox"/> bei Bedarf			
Lehr-/Lernformen		Kontaktzeit	Selbststudium	Gesamtarbeitsaufwand (Workload) der/des Studierenden	
Vorlesung		2 SWS / 22,5 Std.	40 Std.	125 Std.	
Übung		2 SWS / 22,5 Std.	40 Std.		
Kompetenzziele (Lernergebnisse)					

Zu Ende des **Fortgeschrittenenkurses** sind die Studierenden in der Lage:

- eine Stadt zu beschreiben
- zu fragen und sagen, wo sich etwas befindet
- sich in einem Tourismusbüro zu erkundigen
- einen Weg mit Verkehrsmitteln und zu Fuß zu beschreiben
- die wichtigsten Geschäfte zu benennen
- die Wochentage aufzuzählen
- ein Hotelzimmer zu reservieren
- Auskünfte einzuholen
- Vorlieben zu äußern
- zuzustimmen und zu widersprechen
- eine Urlaubskarte zu schreiben
- über Erfahrungen zu berichten
- sich zu beschweren
- sich zu entschuldigen und darauf zu reagieren
- Kleidung und Farben zu beschreiben
- auf etwas hinzuweisen
- sich über das Wetter zu unterhalten
- Vergleiche anzustellen
- Empfehlungen auszusprechen
- einen Vorgang zu beschreiben
- einen Vorschlag zu machen und darauf zu reagieren
- sich zu verabreden
- etwas zu definieren.

Sie verstehen einfache Texte und Hörspiele, die sich mit dieser Thematik beschäftigen.

### Inhalte

- Vertiefung der spanischen Grammatik, vermittelt anhand geeigneter Übungen (Lektionen 7-12 des Lehrwerks)
- Textverständnis einfacher bis mittelschwerer spanischer Texte
- Hörverständnis mit Hilfe von Übungs-CDs
- Einzel- und Gruppenarbeit zur Vertiefung der Kenntnisse.

### Verwendbarkeit des Moduls

Wirtschaftspsychologie	<input type="checkbox"/> Pflichtfach	<input checked="" type="checkbox"/> Sprachmodul
Betriebswirtschaft	<input type="checkbox"/> Pflichtfach	<input checked="" type="checkbox"/> Sprachmodul
Wirtschaftsinformatik	<input type="checkbox"/> Pflichtfach	<input checked="" type="checkbox"/> Sprachmodul

### Empfohlene Voraussetzungen für die Teilnahme

Teilnahme an der Vorlesung „Spanisch für Anfänger“ bzw. Grundkenntnisse in Spanisch

Prüfungsformen	Voraussetzung für die Vergabe von ECTS
<input checked="" type="checkbox"/> Klausur <input type="checkbox"/> mündliche Prüfung <input type="checkbox"/> Praktikums-/Laborleistung <input type="checkbox"/> Kolloquium <input checked="" type="checkbox"/> Projektpräsentationen <input type="checkbox"/> Portfolio <input type="checkbox"/> Seminar- und Hausarbeit <input type="checkbox"/> praktische Prüfung <input type="checkbox"/> Referat	Erfolgreiches Bestehen der Prüfungsform.
Lehrende/r	Modulverantwortliche/r
Dr. Kathrin Jaszus	Dr. Kathrin Jaszus

### Literatur/Lernhilfen

- Lloret, I. et al. (2009): Con gusto A1. Lehr- und Arbeitsbuch, Stuttgart.

Stand: WS 2016/2017

# Seminare

In den Curricula der jeweiligen Bachelor-Studiengänge sind die zu absolvierenden Seminare dokumentiert. Folgende Modulbeschreibungen umfassen jegliche Seminare der Bachelor-Programme des Fachbereichs Wirtschaft der Hochschule Trier:

## Seminar Advanced Analytics: Aktuelle Methoden und Anwendungen

Modulnr.: 37374

Moduldauer	Semester, in dem das Modul stattfindet	Häufigkeit des Angebots	Kreditpunkte (ECTS)	Gewichtung der Note für die Endnote
1 Semester	4, 5. Semester	<input type="checkbox"/> jedes Sommersemester <input type="checkbox"/> jedes Wintersemester <input checked="" type="checkbox"/> bei Bedarf	10 ECTS	Gewichtung entsprechend Prüfungsordnung (Curriculum lt. Anlage zur PO)
Lehr-/Lernformen		Kontaktzeit	Selbststudium	Gesamtarbeitsaufwand (Workload) der/des Studierenden
Seminar		4 SWS / 45 Std.	205 Std.	250 Std.
Kompetenzziele (Lernergebnisse)				

### Studierende verstehen

- die allgemeinen Möglichkeiten von Advanced Business Analytics oder Big Data im Hinblick auf konkrete betriebswirtschaftliche Fragestellungen.
- die Bedeutung von Advanced Business Analytics und/oder Big Data für die wirtschaftswissenschaftliche Praxis.
- ausgewählte, relevante Methoden des Advanced Business Analytics.

### Studierende können

- Datensätze aus verschiedenen Datenquellen, wie etwa Social Media, Satelliten oder räumliche Daten analysieren und die Ergebnisse betriebswirtschaftlich interpretieren bzw. visualisieren.
- die in der Praxis weitverbreitete Statistiksoftware R sowie verschiedene notwendige R-Pakete einsetzen.
- im Rahmen eines forschungsnahen Vorgehens ein zugewiesenes Thema selbstständig erarbeiten und umsetzen.
- sein Vorgehen und seine Ergebnisse effektiv und effizient vermitteln.

### Inhalte

Ausgangspunkt des Seminars sind reale Datensätze aus den Bereichen Social Media, Web, Satelliten, räumliche Daten oder andere Quellen der betriebswirtschaftlichen Praxis. Im Rahmen eines forschungsnahen Vorgehens werden relevante betriebswirtschaftliche Fragestellungen abgeleitet und diese dann mit ausgewählten Methoden der Advanced Business Analytics beantwortet.

Alle Seminarteilnehmer erarbeiten hierzu eigenständig forschungsnaher Fragestellungen anhand

vorher definierter Themengebiete. Die Umsetzung soll dabei insbesondere mit der Statistiksoftware R erfolgen, ergänzend/alternativ sind aber auch andere Softwarepakete wie Python denkbar.

Verwendbarkeit des Moduls		
Wirtschaftspsychologie	<input type="checkbox"/> Pflichtfach	<input checked="" type="checkbox"/> Seminar
Betriebswirtschaft	<input type="checkbox"/> Pflichtfach	<input checked="" type="checkbox"/> Seminar
Wirtschaftsinformatik	<input type="checkbox"/> Pflichtfach	<input checked="" type="checkbox"/> Seminar

### Empfohlene Voraussetzungen für die Teilnahme

#### Statistik

Prüfungsformen	Voraussetzung für die Vergabe von ECTS
<input type="checkbox"/> Klausur <input type="checkbox"/> mündliche Prüfung <input type="checkbox"/> Praktikums-/Laborleistung <input type="checkbox"/> Kolloquium <input checked="" type="checkbox"/> Projektpräsentationen (50%) <input type="checkbox"/> Portfolio <input checked="" type="checkbox"/> Seminar- und Hausarbeit (50%) <input type="checkbox"/> praktische Prüfung <input type="checkbox"/> Referat	Erfolgreiches Bestehen aller Prüfungsformen.
Lehrende/r	Modulverantwortliche/r
Prof. Dr. Martin Vogt	Prof. Dr. Martin Vogt

### Literatur/Lernhilfen

- Ravindran S.K. / Garg V. (2015): Mastering Social Media Mining with R, PACKT
- Robinson D. / Silge J. (2017): Text Mining with R.A Tidy Approach, O'Reilly Media
- Rahlf T. (2017): Data Visualisation with R: 100 Examples, Springer International Publishing
- Roger B. et al. (2013): Applied Spatial Data Analysis with R, Springer-Verlag New York

Stand: WS 2016/2017

## Seminar Aktuelle Themen der Unternehmensführung

Modulnr.: tba

Moduldauer	Semester, in dem das Modul stattfindet	Häufigkeit des Angebots		Kreditpunkte (ECTS)	Gewichtung der Note für die Endnote
1 Semester	4, 5. Semester	<input type="checkbox"/> jedes Sommersemester	<input type="checkbox"/> jedes Wintersemester	10 ECTS	Gewichtung entsprechend Prüfungsordnung (Curriculum lt. Anlage zur PO)
		<input checked="" type="checkbox"/> bei Bedarf			
Lehr-/Lernformen		Kontaktzeit	Selbststudium	Gesamtarbeitsaufwand (Workload) der/des Studierenden	
Seminar		4 SWS / 45 Std.	205 Std.	250 Std.	
Kompetenzziele (Lernergebnisse)					

### Teilnehmende erinnern

- einschlägige Begriffe der Unternehmensführung,
- einschlägige wissenschaftliche und praktische Erkenntnisse im Bereich Unternehmensführung.

### Teilnehmende verstehen

- welche Managementfunktionen zum Gebiet der Unternehmensführung gehören,
- wie Managementfunktionen der Unternehmensführung sich wechselseitig beeinflussen und bedingen,
- mit welchen Vor- und Nachteilen unterschiedliche Werkzeuge der Unternehmensführung einhergehen,
- wesentliche Trends im Bereich Unternehmensführung.

### Teilnehmende können

- praktische Beispiele, Fragestellungen und Aufgaben in den Kontext des Fachgebietes einordnen,
- Theorien und Methoden der Unternehmensführung auf praktische Fallbeispiele anwenden,
- Lösungen für Managementprobleme aus dem Bereich der Unternehmensführung konzeptionell erarbeiten
- und mit wissenschaftliche Methoden Themen und Fragen der Unternehmensführung erforschen.

### Inhalte

- Theorien und Methoden der Unternehmensführung und ihre Anwendung auf Managementprobleme
- Wissenschaftliche Erforschungen von Fragestellungen der Unternehmensführung

### Verwendbarkeit des Moduls

Wirtschaftspsychologie	<input type="checkbox"/> Pflichtfach	<input checked="" type="checkbox"/> Seminar
Betriebswirtschaft	<input type="checkbox"/> Pflichtfach	<input checked="" type="checkbox"/> Seminar
Wirtschaftsinformatik	<input type="checkbox"/> Pflichtfach	<input checked="" type="checkbox"/> Seminar

Empfohlene Voraussetzungen für die Teilnahme

Der Besuch von Veranstaltungen aus dem Feld der Unternehmensführung (Strategie, Personal, Organisation, Führung, Controlling, Entrepreneurship) wird empfohlen.

Prüfungsformen	Voraussetzung für die Vergabe von ECTS
<input type="checkbox"/> Klausur <input type="checkbox"/> mündliche Prüfung <input type="checkbox"/> Praktikums-/Laborleistung <input type="checkbox"/> Kolloquium <input type="checkbox"/> Projektpräsentationen <input checked="" type="checkbox"/> Portfolio <input type="checkbox"/> Seminar- und Hausarbeit <input type="checkbox"/> praktische Prüfung <input type="checkbox"/> Referat	Erfolgreiches Bestehen aller Prüfungsformen.
Lehrende/r	Modulverantwortliche/r
Prof. Dr. Jan-Thomas Bachmann	Prof. Dr. Jan-Thomas Bachmann

Literatur/Lernhilfen

- Freiling, J.; Harima, J.: Entrepreneurship: Gründung und Skalierung von Startups. Springer Gabler, 2019.
- Fueglistaller, U.; Müller, C.; Müller, S.; Volery, T.: Entrepreneurship: Modelle – Umsetzung – Perspektiven Mit Fallbeispielen aus Deutschland, Österreich und der Schweiz. Springer Gabler, 2019, 5. Auflage.
- Klimmer, M. (2012). Unternehmensorganisation: eine kompakte und praxisnahe Einführung. Deutschland: NWB-Verlag.
- Schreyögg, G.: Grundlagen der Organisation. Basiswissen für Studium und Praxis. Springer Gabler, 2016, 2. Auflage.
- Kieser, A.; Ebers, M.: Organisationstheorien. Kohlhammer, 2019, 8. Auflage.
- Rowold, J.: Human Resource Management – Lehrbuch für Bachelor und Master. Springer Gabler, 2015, 2. Auflage.
- Bröckermann, R.: Personalwirtschaft – Lehr- und Übungsbuch für Human Resources Management. Schäffer Pöschel, 2016, 7. Auflage.
- Hungenberg, H.: Strategisches Management im Unternehmen. Springer Gabler, 2014, 8. Auflage.
- Grant, R. M.: Contemporary Strategy Analysis. Wiley, 2015, 9th Edition.

Stand: WS 2021



## Seminar Aktuelles Steuerrecht

Modulnr.: 11599

Moduldauer	Semester, in dem das Modul stattfindet	Häufigkeit des Angebots	Kreditpunkte (ECTS)	Gewichtung der Note für die Endnote
1 Semester	4. Semester	<input type="checkbox"/> jedes Sommersemester <input type="checkbox"/> jedes Wintersemester <input checked="" type="checkbox"/> bei Bedarf	10 ECTS	Gewichtung entsprechend Prüfungsordnung (Curriculum lt. Anlage zur PO)
Lehr-/Lernformen		Kontaktzeit	Selbststudium	Gesamtarbeitsaufwand (Workload) der/des Studierenden
Seminar		4 SWS / 45 Std.	205 Std.	250 Std.

### Kompetenzziele (Lernergebnisse)

- Die Studierenden integrieren sich selbständig mit einem bestimmten Aspekt des aktuellen Steuerrechts. Sie rekapitulieren (erinnern) dafür das in den bisherigen steuerrechtlichen Veranstaltungen (Steuern, International Taxation) Gelernte.
- Sie sind in der Lage die wesentlichen Prinzipien, Theorien und Probleme des neu generierten Wissens zu erkennen und haben in diesem Bereich große Detailkenntnisse.
- Die Studierenden haben das wissenschaftliche Arbeiten verstanden und sie können nach Literatur suchen, eine Arbeit gliedern, richtig formulieren und korrekt zitieren.
- Sie verstehen die Grundsätze ordnungsgemäßen wissenschaftlichen und ethischen Arbeitens (z. B. Verbot der Übernahme fremder Textpassagen).
- Die Studierenden steuern ihren Lernprozess selber. Sie können ein wissenschaftliches Projekt planen und durchführen.
- Sie wenden die Grundsätze ordnungsgemäßen wissenschaftlichen und ethischen Arbeitens selbständig an.
- Sie haben eine eigenständige Problemlösungskompetenz entwickelt.
- Sie präsentieren ihre Arbeit mündlich und verteidigen ihre Positionen.

### Inhalte

- Aktuelle Entwicklungen des Steuerrechts in Gesetzgebung, Rechtsprechung und Finanzverwaltung werden thematisiert und hinsichtlich Bedeutung und Auswirkungen für die betriebliche Praxis analysiert

### Verwendbarkeit des Moduls

Wirtschaftspsychologie	<input type="checkbox"/> Pflichtfach	<input checked="" type="checkbox"/> Seminar
Betriebswirtschaft	<input type="checkbox"/> Pflichtfach	<input checked="" type="checkbox"/> Seminar
Wirtschaftsinformatik	<input type="checkbox"/> Pflichtfach	<input checked="" type="checkbox"/> Seminar

Empfohlene Voraussetzungen für die Teilnahme

Steuern/International Taxation

Prüfungsformen	Voraussetzung für die Vergabe von ECTS
<input type="checkbox"/> Klausur <input type="checkbox"/> mündliche Prüfung <input type="checkbox"/> Praktikums-/Laborleistung <input type="checkbox"/> Kolloquium <input checked="" type="checkbox"/> Projektpräsentationen (30%) <input type="checkbox"/> Portfolio <input checked="" type="checkbox"/> Seminar- und Hausarbeit (70%) <input type="checkbox"/> praktische Prüfung <input type="checkbox"/> Referat	Erfolgreiches Bestehen aller Prüfungsformen.
Lehrende/r	Modulverantwortliche/r
Prof. Dr. Tina Hubert	Prof. Dr. Tina Hubert

Literatur/Lernhilfen

- Aktuelles Fachschrifttum

Stand: WS 2016/2017

## Seminar Angewandtes Marketing Management

Modulnr.: 11592

Moduldauer	Semester, in dem das Modul stattfindet	Häufigkeit des Angebots		Kreditpunkte (ECTS)	Gewichtung der Note für die Endnote
1 Semester	4. Semester	<input type="checkbox"/> jedes Sommersemester	<input type="checkbox"/> jedes Wintersemester	10 ECTS	Gewichtung entsprechend Prüfungsordnung (Curriculum lt. Anlage zur PO)
		<input checked="" type="checkbox"/> bei Bedarf			
Lehr-/Lernformen		Kontaktzeit	Selbststudium	Gesamtarbeitsaufwand (Workload) der/des Studierenden	
Seminar		2 SWS / 22,5 Std.	75 Std.	250 Std.	
Projekt		2 SWS / 22,5 Std.	130 Std.		
Kompetenzziele (Lernergebnisse)					

Studierende erinnern

- ausgewählte Fragestellungen und Aufgaben aus dem Marketing- und Vertriebsbereich.
- mögliche Strukturen eines Forschungs- bzw. Beratungsprojektes.
- praxisrelevante Bestandteile einer Marktrecherche, einer Marketingkonzeption sowie ausgewählter Marketing-Instrumente

Studierende verstehen

- die Anwendung eines Instrumentes zur umfassenden Sekundärdatenerhebung,
- die fünf Phasen einer Marketingforschung,
- die Projektierung eines Forschungs- bzw. Beratungsprojektes von der Zieldefinition bis zur Konzepterstellung.

Studierende können

- ungerichtete Fragestellungen aus der Praxis in Forschungsfragen überführen und diese mit ausgewählten Methoden der Marketingforschung/-beratung zielführend bearbeiten,
- Sekundär- und Primärdaten aus einem Marketing- bzw. Vertriebsthemenkomplex mit ausgewählten Methoden erheben, analysieren und aufbereiten,
- Forschungsergebnisse und Vorgehensweisen in verständlicher Form und unter Einsatz geeigneter Medien vor einem kleineren oder größeren Zuschauerkreis präsentieren.

Studierende erleben

- die projektfokussierte Zusammenarbeit in heterogenen Teams,
- die Bedeutung der Integrationsfähigkeit für den Gruppenerfolg,
- sich in Gruppensituationen zu positionieren, nachhaltig zum Ergebnis beizutragen und Konflikte konstruktiv zu lösen,
- den Umgang mit Kunden bzw. Auftraggebern und deren heterogenen Motivations- und Persönlichkeitsstrukturen.

Inhalte

Ausgewählte theoretische, branchenspezifische, unternehmensbezogene Fragestellungen mit Marketing- und/oder Vertriebsrelevanz werden als Forschungs- oder Beratungs-Projekt definiert und in Gruppen- oder Einzelarbeiten unter Einsatz geeigneter Methoden aus der Beratungs- und Marktforschungspraxis in mehreren Teilphasen bearbeitet, dokumentiert und präsentiert. Die Kooperation mit einem oder mehreren Praxispartnern wird angestrebt. Nach Bedarf werden auch begleitend methodische Übungen (z.B. Videotraining, Präsentationsübungen, Fallstudien) durchgeführt. Ggf. finden ergänzend Exkursionen und Gastvorträge statt.

Verwendbarkeit des Moduls

Wirtschaftspsychologie	<input type="checkbox"/> Pflichtfach	<input checked="" type="checkbox"/> Seminar
Betriebswirtschaft	<input type="checkbox"/> Pflichtfach	<input checked="" type="checkbox"/> Seminar
Wirtschaftsinformatik	<input type="checkbox"/> Pflichtfach	<input checked="" type="checkbox"/> Seminar

Empfohlene Voraussetzungen für die Teilnahme

Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, Wahlpflichtfach Human Resource Management

Prüfungsformen		Voraussetzung für die Vergabe von ECTS
<input type="checkbox"/> Klausur <input type="checkbox"/> mündliche Prüfung <input type="checkbox"/> Praktikums-/Laborleistung <input checked="" type="checkbox"/> Kolloquium (20%) <input checked="" type="checkbox"/> Projektpräsentationen (20%)	<input type="checkbox"/> Portfolio <input checked="" type="checkbox"/> Seminar- und Hausarbeit (60%) <input type="checkbox"/> praktische Prüfung <input type="checkbox"/> Referat	Erfolgreiches Bestehen aller Prüfungsformen.
Lehrende/r		Modulverantwortliche/r
Prof. Dr. Udo Burchard		Prof. Dr. Udo Burchard
Literatur/Lernhilfen		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Meffert H.; Burmann, C.; und Kirchgeorg M.: Marketing – Grundlagen marktorientierter Unternehmensführung. 12. Aufl. Springer Gabler, 2014.</li> <li>• Scharf, A.; Schubert, B.; Hehn, P.: Marketing – Einführung in Theorie und Praxis. Schäffer Poeschel, 2015.</li> <li>• Raab, A.; Poost, A.; Eichhorn, S.: Marketingforschung - Ein praxisorientierter Leitfaden. Kohlhammer, 2008.</li> <li>• Kuß, A.: Marktforschung - Grundlagen der Datenerhebung und Datenanalyse. Gabler, 2012.</li> <li>• Theisen, R., Theisen, M.: Wissenschaftliches Arbeiten. 16. Aufl. Vahlen, 2013</li> </ul>		
Stand: WS 2016/2017		

## Seminar Ausgewählte Themen der Finanzwirtschaft

Modulnr.: 40778

Moduldauer	Semester, in dem das Modul stattfindet	Häufigkeit des Angebots		Kreditpunkte (ECTS)	Gewichtung der Note für die Endnote
1 Semester	4, 5. Semester	<input type="checkbox"/> jedes Sommersemester	<input type="checkbox"/> jedes Wintersemester	10 ECTS	Gewichtung entsprechend Prüfungsordnung (Curriculum lt. Anlage zur PO)
		<input checked="" type="checkbox"/> bei Bedarf			
Lehr-/Lernformen		Kontaktzeit	Selbststudium	Gesamtarbeitsaufwand (Workload) der/des Studierenden	
Seminar		4 SWS / 45 Std.	205 Std.	250 Std.	
Kompetenzziele (Lernergebnisse)					

Die Studierenden können

- Aspekte von aktuellen und praxisrelevanten Themen der Finanzwirtschaft beschreiben,
- die Bedeutung finanzwirtschaftlicher Methoden in unternehmerischen Entscheidungen aufzeigen.

Die Studierenden können außerdem

- ausgewählte finanzwirtschaftliche Instrumente anwenden,
- ein vorgegebenes Themenfeld eigenständig erfassen und strukturieren,
- relevante Literatur, Wirtschaftsnachrichten und Forschungsergebnisse identifizieren und in ihre Themenbearbeitung aufnehmen,
- ihre Überlegungen präzise niederschreiben und unter Einsatz geeigneter Medien präsentieren.

### Inhalte

- Ausgewählte Themen der Finanzwirtschaft

### Verwendbarkeit des Moduls

Wirtschaftspsychologie	<input type="checkbox"/> Pflichtfach	<input checked="" type="checkbox"/> Seminar
Betriebswirtschaft	<input type="checkbox"/> Pflichtfach	<input checked="" type="checkbox"/> Seminar
Wirtschaftsinformatik	<input type="checkbox"/> Pflichtfach	<input checked="" type="checkbox"/> Seminar

### Empfohlene Voraussetzungen für die Teilnahme

Finanzierung, Finanzmanagement

Prüfungsformen	Voraussetzung für die Vergabe von ECTS
<input type="checkbox"/> Klausur <input type="checkbox"/> Portfolio <input type="checkbox"/> mündliche Prüfung <input type="checkbox"/> Seminar- und Hausarbeit <input type="checkbox"/> Praktikums-/Laborleistung <input type="checkbox"/> praktische Prüfung <input type="checkbox"/> Kolloquium <input type="checkbox"/> Referat <input checked="" type="checkbox"/> Projektpräsentationen <input checked="" type="checkbox"/> Eigenreflexion (50%) (50%)	Erfolgreiches Bestehen aller Prüfungsformen.
Lehrende/r	Modulverantwortliche/r
Prof. Dr. Sebastian Geissel	Prof. Dr. Sebastian Geissel
Literatur/Lernhilfen	
<ul style="list-style-type: none"> <li>Literatur wird zu Semesterbeginn bekannt gegeben.</li> </ul>	
Stand: WS 2020/2021	

## Seminar Controlling und Management

Modulnr.: 11585

Moduldauer	Semester, in dem das Modul stattfindet	Häufigkeit des Angebots	Kreditpunkte (ECTS)	Gewichtung der Note für die Endnote
1 Semester	4, 5. Semester	<input type="checkbox"/> jedes Sommersemester <input type="checkbox"/> jedes Wintersemester <input checked="" type="checkbox"/> bei Bedarf	10 ECTS	Gewichtung entsprechend Prüfungsordnung (Curriculum lt. Anlage zur PO)
Lehr-/Lernformen		Kontaktzeit	Selbststudium	Gesamtarbeitsaufwand (Workload) der/des Studierenden
Seminar		4 SWS / 45 Std.	205 Std.	250 Std.

### Kompetenzziele (Lernergebnisse)

Die Teilnehmer haben folgende Fach-, Methoden-, Umsetzungs-, Sozial- und Kommunikationskompetenzen erreicht:

- Eigenständiges Bearbeiten eines Themengebietes in Form einer wissenschaftlichen Hausarbeit,
- Präsentation von Arbeitsergebnissen unter Berücksichtigung erforderlicher Präsentationstechniken,
- Teamfähigkeit, soziale Kompetenz und Kommunikationsfähigkeit sowie
- alternativ:
  - Bearbeitung von Fallstudien in Einzel-/Gruppenarbeit sowie Präsentation der Lösung,
  - Bearbeitung von übergreifenden Aufgabenstellungen aus dem Bereich des Controlling in Gruppenarbeit,
  - Bearbeitung der unterschiedlichen Aufgaben eines Unternehmensplanspiels in Gruppenarbeit sowie Präsentation der Lösung.

### Inhalte

- Wechselnde Inhalte,
- aktuelle Themen aus dem Bereich des Controlling und Management,
- Planspiel TOPSIM GM,
- Lösung von Fallstudien.

### Verwendbarkeit des Moduls

Wirtschaftspsychologie	<input type="checkbox"/> Pflichtfach	<input checked="" type="checkbox"/> Seminar
Betriebswirtschaft	<input type="checkbox"/> Pflichtfach	<input checked="" type="checkbox"/> Seminar
Wirtschaftsinformatik	<input type="checkbox"/> Pflichtfach	<input checked="" type="checkbox"/> Seminar

### Empfohlene Voraussetzungen für die Teilnahme



Einführung in die Unternehmens- und Investitionsrechnung; Kalkulation und Kontrolle;  
Entscheidung und operatives Management; Mathematik; Statistik für Betriebswirte

Prüfungsformen	Voraussetzung für die Vergabe von ECTS
<input type="checkbox"/> Klausur <input type="checkbox"/> mündliche Prüfung <input type="checkbox"/> Praktikums-/Laborleistung <input type="checkbox"/> Kolloquium <input checked="" type="checkbox"/> Projektpräsentationen (50%) <input type="checkbox"/> Portfolio <input checked="" type="checkbox"/> Seminar- und Hausarbeit (50%) <input type="checkbox"/> praktische Prüfung <input type="checkbox"/> Referat	Erfolgreiches Bestehen aller Prüfungsformen.
Lehrende/r	Modulverantwortliche/r
Prof. Dr. Michael Keilus Prof. Dr. Dominik Kramer	Prof. Dr. Michael Keilus Prof. Dr. Dominik Kramer
Literatur/Lernhilfen	

Stand: WS 2016/2017

## Seminar Entrepreneurship

Modulnr.: 11590

Moduldauer	Semester, in dem das Modul stattfindet	Häufigkeit des Angebots		Kreditpunkte (ECTS)	Gewichtung der Note für die Endnote
1 Semester	4, 5. Semester	<input type="checkbox"/> jedes Sommersemester	<input type="checkbox"/> jedes Wintersemester	10 ECTS	Gewichtung entsprechend Prüfungsordnung (Curriculum lt. Anlage zur PO)
		<input checked="" type="checkbox"/> bei Bedarf			
Lehr-/Lernformen		Kontaktzeit	Selbststudium	Gesamtarbeitsaufwand (Workload) der/des Studierenden	
Seminar		4 SWS / 45 Std.	205 Std.	250 Std.	

### Kompetenzziele (Lernergebnisse)

#### Der Teilnehmer erinnert

- einschlägige Begriffe des Start-Up Entrepreneurships,
- Elemente und Struktur eines Geschäftsmodells,
- einschlägige wissenschaftliche und praktische Erkenntnisse im Bereich Entrepreneurship.

#### Der Teilnehmer versteht

- wichtige Methoden zur Generierung und Selektion von Geschäftsideen, zum Aufbau von Geschäftsmodellen und zur Bewertung von Unternehmen,
- Chancen und Risiken von Unternehmensgründungen,
- wesentliche Trends im Entrepreneurship.

#### Der Teilnehmer kann

- praktische Beispiele, Fragestellungen und Aufgaben in den Kontext des Fachgebietes einordnen,
- Methoden zur Ideenfindung- und Selektion anwenden,
- ein Value Proposition und ein darauf basierendes Geschäftsmodell entwerfen und testen und
- einen einfachen Business-Plan erstellen.

### Inhalte

- Ideenfindung und -selektion für ein Geschäftsmodell
- Entwicklung einer Value Proposition und eines Geschäftsmodells
- Test eines Geschäftsmodells
- Entwicklung eines Business-Plans
- aktuelle Themen und Ansätze im Entrepreneurship
- Fallstudien und Übungsaufgaben

### Verwendbarkeit des Moduls

Wirtschaftspsychologie	<input type="checkbox"/> Pflichtfach	<input checked="" type="checkbox"/> Seminar
Betriebswirtschaft	<input type="checkbox"/> Pflichtfach	<input checked="" type="checkbox"/> Seminar
Wirtschaftsinformatik	<input type="checkbox"/> Pflichtfach	<input checked="" type="checkbox"/> Seminar

Empfohlene Voraussetzungen für die Teilnahme

keine

Prüfungsformen	Voraussetzung für die Vergabe von ECTS
<input type="checkbox"/> Klausur <input type="checkbox"/> mündliche Prüfung <input type="checkbox"/> Praktikums-/Laborleistung <input type="checkbox"/> Kolloquium <input type="checkbox"/> Projektpräsentationen <input checked="" type="checkbox"/> Portfolio <input type="checkbox"/> Seminar- und Hausarbeit <input type="checkbox"/> praktische Prüfung <input type="checkbox"/> Referat	Erfolgreiches Bestehen aller Prüfungsformen.
Lehrende/r	Modulverantwortliche/r
Prof. Dr. Jan-Thomas Bachmann	Prof. Dr. Jan-Thomas Bachmann

Literatur/Lernhilfen

- Bland, D., Osterwalder, A.: Testing Business Ideas: Mit kleinem Einsatz durch schnelle Experimente zu großen Gewinnen. Campus, Frankfurt am Main (2020).
- Freiling, J.; Harima, J.: Entrepreneurship: Gründung und Skalierung von Startups. Springer Gabler, 2019.
- Fueglistaller, U.; Müller, C.; Müller, S.; Volery, T.: Entrepreneurship: Modelle – Umsetzung – Perspektiven Mit Fallbeispielen aus Deutschland, Österreich und der Schweiz. Springer Gabler, 2019, 5. Auflage.
- Osterwalder, A.; Pigneur, Y.: Business Model Generation: Ein Handbuch für Visionäre, Spielveränderer und Herausforderer. Campus Verlag, 2011.
- Osterwalder, A.; Pigneur, Y.: Value Proposition Design. Campus Verlag, 2015.
- Osterwalder, A.: The Invincible Company: How to Constantly Reinvent Your Organization with Inspiration From the World's Best Business Models. John Wiley & Sons, 2020.
- van Aerssen, B.; Buchholz, C.: Das große Handbuch Innovation: 555 Methoden und Instrumente für mehr Kreativität und Innovation im Unternehmen. Vahlen, 2018.
- Lewrick, M.; Link, P.; Leifer, L.; Langensand, N.: Das Design Thinking Playbook: Mit traditionellen, aktuellen und zukünftigen Erfolgsfaktoren. Campus Verlag, 2018.
- Lewrick, M.: Design Thinking: Radikale Innovationen in einer digitalisierten Welt. C.H.Beck; Auflage: 1, 2018.
- Lewrick, P., Link, P.: Das Design Thinking Toolbook: Die besten Werkzeuge & Methoden, Vahlen; Auflage: 1, 2019.

Stand: WS 2020/2021

## Seminar Forschungsprojekt (Wirtschaftspsychologie)

Modulnr.: tba

Moduldauer	Semester, in dem das Modul stattfindet	Häufigkeit des Angebots		Kreditpunkte (ECTS)	Gewichtung der Note für die Endnote
1 Semester	5. Semester	<input type="checkbox"/> jedes Sommersemester	<input checked="" type="checkbox"/> jedes Wintersemester	10 ECTS	Gewichtung entsprechend Prüfungsordnung (Curriculum lt. Anlage zur PO)
Lehr-/Lernformen		Kontaktzeit	Selbststudium	Gesamtarbeitsaufwand (Workload) der/des Studierenden	
Seminar		4 SWS / 45 Std.	205 Std.	250 Std.	
Kompetenzziele (Lernergebnisse)					

Die Studierenden:

- beherrschen die praktische Anwendung wirtschaftspsychologischer Forschung, sowie - Techniken und berücksichtigen Grundlagen wissenschaftlichen Arbeitens sowie Präsentationstechniken.
- haben für die im Seminar vermittelten Grundlagen des Forschungsprozesses ein grundlegendes Verständnis erlangt und können dieses auf eigene Forschungsvorhaben anhand einer konkreten Fragestellung anwenden.
- haben Kompetenzen der Gesprächsführung und des Fragebogendesigns erlangt, z.B. durch Rollenspiele und Fallbeispiele
- haben erfahren, wie sie durch ihr Tun und Lassen die Konflikt- und Kooperationsprozesse innerhalb der Projektgruppe beeinflussen.
- haben durch theoretische und praktische Befassung mit Herausforderungen im Laufe des Forschungsprojektes, sowie im Umgang mit AuftraggeberInnen, Lösungsstrategien erprobt.

### Inhalte

Praxisseminar: Forschungsprojekt:

- Forschungsprojekt mit wirtschaftspsychologischem Schwerpunkt,
- Einführung und Bearbeitung sämtlicher Phasen eines angewandten Forschungsprozesses (beispielsweise einer quantitativen oder qualitativen) Studie (Fragestellung, Sekundärforschung, Präzisierung des Themas durch Erarbeitung der theoretischen Grundlagen sowie Methodik der Studie),
- Erstellung der Materialien und gegebenenfalls Vorbereitung der Instrumente, Rekrutierung und Erhebung einer Stichprobe, Durchführung der Untersuchung, quantitative oder qualitative Datenanalyse,
- Interpretation und Diskussion der Ergebnisse, mündliche und schriftliche Präsentation der Studie unter Berücksichtigung der Richtlinien wissenschaftlichen Arbeitens),
- das Praxisprojekt bereitet auf die Bachelorarbeit vor und dient darüber hinaus zur Kontaktanbahnung mit potenziellen späteren Arbeitgebern.
- Prüfungsform: Präsentation vor internen / externen Projektpartnern

Verwendbarkeit des Moduls

Wirtschaftspsychologie       Pflichtfach       Wahlpflichtfach

Empfohlene Voraussetzungen für die Teilnahme

Allgemeine Psychologie, Werbe- und Konsumpsychologie, Psychologische Marktforschung, Einführung in die psychologische Methodik, Statistik, Multivariate Verfahren der Psychologie

Prüfungsformen	Voraussetzung für die Vergabe von ECTS
<input type="checkbox"/> Klausur <input type="checkbox"/> Portfolio <input type="checkbox"/> mündliche Prüfung <input checked="" type="checkbox"/> Seminar- und Hausarbeit <input type="checkbox"/> Praktikums-/Laborleistung <input type="checkbox"/> praktische Prüfung <input type="checkbox"/> Kolloquium <input type="checkbox"/> Referat <input checked="" type="checkbox"/> Projektpräsentationen	Erfolgreiches Bestehen aller Prüfungsformen.
Lehrende/r	Modulverantwortliche/r
tbd	Prof. Dr. Anna Schneider

Literatur/Lernhilfen

Bortz, J. & Döring, N. (2006) *Forschungsmethoden und Evaluation: für Human- und Sozialwissenschaftler*. Heidelberg: Springer.

Kirchmair, R. (2022). *Qualitative Forschungsmethoden*. Springer, Berlin, Heidelberg.

Naderer, G., Balzer, E., Batinic, B., Bauer, F., Blank, R., & David, J. (2007). *Qualitative Marktforschung in Theorie und Praxis*. Wiesbaden: Gabler.

Software und Online-Medien  
<http://zis.gesis.org/> (Gemeinfreie Messinstrumente)  
<https://www.psychlinker.de/category.php?cat=589> (Lizenzfreie Testverfahren)

Stand: WS 2022/23

## Seminar Human Resource Management

Modulnr.: 11591

Moduldauer	Semester, in dem das Modul stattfindet	Häufigkeit des Angebots	Kreditpunkte (ECTS)	Gewichtung der Note für die Endnote
1 Semester	4. Semester	<input type="checkbox"/> jedes Sommersemester <input type="checkbox"/> jedes Wintersemester <input checked="" type="checkbox"/> bei Bedarf	10 ECTS	Gewichtung entsprechend Prüfungsordnung (Curriculum lt. Anlage zur PO)
Lehr-/Lernformen		Kontaktzeit	Selbststudium	Gesamtarbeitsaufwand (Workload) der/des Studierenden
Seminar		4 SWS / 45 Std.	205 Std.	250 Std.

### Kompetenzziele (Lernergebnisse)

#### Studierende erinnern

- ausgewählte Fragestellungen und Aufgaben aus dem Human Resource Management, Studierende verstehen
- die Vielfalt und Breite des personalwirtschaftlichen Themenkomplexes
- die Grundstrukturen und Herausforderungen einer wissenschaftlichen Forschungsarbeit.

#### Studierende können

- personalwirtschaftliche Fragestellungen in Forschungsfragen überführen und diese mit wissenschaftlichen Methoden zielführend bearbeiten,
- Rechercheergebnisse und Vorgehensweisen in verständlicher Form und unter Einsatz geeigneter Medien vor einem kleineren oder größeren Zuschauerkreis präsentieren.
- kleinere Forschungsprojekte in Einzel- oder Gruppenarbeit innerhalb eines vorgegebenen Zeitrahmens definieren, organisieren und abarbeiten.

#### Studierende erleben

- die projektfokussierte Zusammenarbeit in heterogenen Teams,
- die Bedeutung der Integrationsfähigkeit für den Gruppenerfolg
- sich in Gruppensituationen zu positionieren, nachhaltig zum Ergebnis beizutragen und Konflikte konstruktiv zu lösen

### Inhalte

- Vorstellung und Vergabe aktueller und wichtiger Themen aus der Personalwirtschaft
- Abstimmung Grob- und Feingliederung, Literaturquellen und Forschungsfrage
- Hinweise zum wissenschaftlichen Arbeiten
- Begleitung bei der inhaltlichen, formalen und didaktischen Ausarbeitung des Themas
- Videotraining zur Präsentationstechnik
- ggf. Firmen-Exkursion und/oder Vortrag aus der Personalwirtschaft
- ggf. ausgewählte Fallstudien

- Themenpräsentation – i.d.R. im Rahmen eines Seminarwochenendes mit Übernachtung
- Abschlusstest zu den Inhalten der präsentierten Themen
- Feedback zur Seminararbeit

Verwendbarkeit des Moduls		
Wirtschaftspsychologie	<input type="checkbox"/> Pflichtfach	<input checked="" type="checkbox"/> Seminar
Betriebswirtschaft	<input type="checkbox"/> Pflichtfach	<input checked="" type="checkbox"/> Seminar
Wirtschaftsinformatik	<input type="checkbox"/> Pflichtfach	<input checked="" type="checkbox"/> Seminar

Empfohlene Voraussetzungen für die Teilnahme		
--	--	--

Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, Wahlpflichtfach Human Resources Management

Prüfungsformen		Voraussetzung für die Vergabe von ECTS
<input type="checkbox"/> Klausur <input type="checkbox"/> mündliche Prüfung <input type="checkbox"/> Praktikums-/Laborleistung <input checked="" type="checkbox"/> Kolloquium (20%) <input checked="" type="checkbox"/> Projektpräsentationen (30%)	<input type="checkbox"/> Portfolio <input checked="" type="checkbox"/> Seminar- und Hausarbeit (50%) <input type="checkbox"/> praktische Prüfung <input type="checkbox"/> Referat <input type="checkbox"/>	Erfolgreiches Bestehen aller Prüfungsformen.
Lehrende/r		Modulverantwortliche/r
Prof. Dr. Udo Burchard		Prof. Dr. Udo Burchard

Literatur/Lernhilfen
----------------------

- Bröckermann, R.: Personalwirtschaft – Lehr- und Übungsbuch für Human Resources Management. Schäffer Pöschel, 2016.
- Holtbrügge, D.: Personalmanagement, Springer Gabler, 2015.
- Rowold, J.: Human Resource Management – Lehrbuch für Bachelor und Master. Springer Gabler, 2015.
- Rimser, M.: Generation Resource Management – nachhaltige HR-Konzepte im demografischen Wandel. Springer Gabler, 2015.
- Böhmer, N.; Schinnenburg, H.; Steinert, C.: Fallstudien im Personalmanagement. Pearson, 2012.
- Theisen, R., Theisen, M.: Wissenschaftliches Arbeiten. 16. Aufl. Vahlen, 2013

Stand: WS 2022/23
-------------------

## Seminar Interkulturelles Management

Modulnr.: 29262

Moduldauer	Semester, in dem das Modul stattfindet	Häufigkeit des Angebots	Kreditpunkte (ECTS)	Gewichtung der Note für die Endnote
1 Semester	4, 5. Semester	<input type="checkbox"/> jedes Sommersemester <input type="checkbox"/> jedes Wintersemester <input checked="" type="checkbox"/> bei Bedarf	10 ECTS	Gewichtung entsprechend Prüfungsordnung (Curriculum lt. Anlage zur PO)
Lehr-/Lernformen		Kontaktzeit	Selbststudium	Gesamtarbeitsaufwand (Workload) der/des Studierenden
Seminar		4 SWS / 45 Std.	205 Std.	250 Std.

### Kompetenzziele (Lernergebnisse)

- Die Studierenden kennen die Besonderheiten bei einer Arbeit in multinationalen Teams bzw. bei Vertragsabschlüssen zwischen Vertragspartnern mit unterschiedlichen Nationalitäten. Viele der Verträge scheitern nicht etwa am Interesse, sondern an interkulturellem Unvermögen.
- Am Ende des Seminars wissen die Studierenden um die möglichen Probleme bei einer Arbeit in multinationalen Teams bzw. im Ausland und sind in der Lage, kulturspezifische Besonderheiten ihrer ausländischen Geschäftspartner zu interpretieren und darauf adäquat zu reagieren.
- Der interdisziplinäre Ansatz der Veranstaltung vermittelt den Studierenden interkulturelle Kompetenzen für Spanien sowie lateinamerikanische Staaten, die sie bei einem Auslandsstudium oder einer späteren Beschäftigung in spanischsprachigen Ländern nutzen können.
- Die Studierenden beherrschen durch regelmäßige Gruppenarbeit die Grundlagen der Team-, Kommunikations- und Ausdrucksfähigkeit.
- Sie erarbeiten ein ihnen fremdes Thema eigenständig, präsentieren ihre Ergebnisse vor der Gruppe und demonstrieren dadurch ihre Kenntnisse im wissenschaftlichen Arbeiten.

### Inhalte

Das Seminar gliedert sich in die folgenden vier Teilbereiche:

#### I. Globalisierung und die daraus resultierenden Konsequenzen

Auf eine kurze Diskussion der Globalisierung und ihrer Folgen für die Unternehmen folgt eine Bestandsaufnahme des spanisch- deutschen Außenhandels sowie eine Primärdaten gestützte Analyse der strategischen Bedeutung der Wachstumsmärkten Chile, Kolumbien, Mexiko und Peru für den deutschen Außenhandel.

#### II. Interkulturelles Management - theoretische Vorüberlegungen

Eine globalisierte Welt macht Kenntnisse des interkulturellen Managements bzw. der interkulturellen Kommunikation unumgänglich, um im Ausland bzw. in multikulturellen Teams erfolgreich arbeiten zu können. Teil II dient der Abgrenzung und Systematisierung der Begriffe „Interkulturelles Management, Interkulturelle Kompetenz, Interkulturelles Training“ und vertieft das Verständnis kultureller Unterschiede auf Basis der Kulturdimensionen von Geert Hofstede und Edward T. Hall.

#### III: Businessetikette in ausgewählten Ländern



Unter Berücksichtigung der theoretischen Vorüberlegungen erfolgt die Diskussion der Geschäftskulturen ausgewählter spanischsprachiger Länder und zeigt die Erfolgs- bzw. Misserfolgskriterien in der Zusammenarbeit bi- bzw. multinationaler Geschäftspartner, Kollegen und Mitarbeiter auf.

#### IV: Leben und Arbeiten im Ausland

An Manager, die im Ausland arbeiten, wird in der Regel ein besonderes Anforderungsprofil gestellt. Auch Auswandern als Mitausreisende bzw. mit Kindern und Jugendlichen bietet neben vielen Chancen auch einige Herausforderungen, die es zu berücksichtigen gilt, um den Auslandsaufenthalt für alle als Bereicherung sehen zu können.

- *Reentry* und *Repatriation* machen eine erfolgreiche Wiedereingliederung in das Heimatland möglich, mit der man sich frühzeitig auseinandersetzen sollte.

Verwendbarkeit des Moduls		
Wirtschaftspsychologie	<input type="checkbox"/> Pflichtfach	<input checked="" type="checkbox"/> Seminar
Betriebswirtschaft	<input type="checkbox"/> Pflichtfach	<input checked="" type="checkbox"/> Seminar
Wirtschaftsinformatik	<input type="checkbox"/> Pflichtfach	<input checked="" type="checkbox"/> Seminar
Empfohlene Voraussetzungen für die Teilnahme		

Keine

Prüfungsformen	Voraussetzung für die Vergabe von ECTS
<input type="checkbox"/> Klausur <input type="checkbox"/> mündliche Prüfung <input type="checkbox"/> Praktikums-/Laborleistung <input type="checkbox"/> Kolloquium <input checked="" type="checkbox"/> Projektpräsentationen (50%) <input type="checkbox"/> Portfolio <input checked="" type="checkbox"/> Seminar- und Hausarbeit (50%) <input type="checkbox"/> praktische Prüfung <input type="checkbox"/> Referat	Erfolgreiches Bestehen aller Prüfungsformen.
Lehrende/r	Modulverantwortliche/r
Dr. Kathrin Jaszus	Dr. Kathrin Jaszus
Literatur/Lernhilfen	

- Daufenbach, R., Bittner, A. (2010): *Ins Ausland mit Kindern und Jugendlichen*, Rheinbreitbach.
- Erll, A., Gymnich, M. (2013): *Interkulturelle Kompetenzen*, Stuttgart.
- Hasenfratz, C., Müller Alban, G. (2012): *Geschäftskultur Brasilien kompakt. Wie Sie mit brasilianischen Geschäftspartnern, Kollegen und Mitarbeitern erfolgreich zusammenarbeiten*, Meerbusch.
- Hall, E. T. (o.J.): *Nonverbal Communication, Intercultural Relations, Anthropology*, vgl. <http://www.edwardthall.com>.
- Hofstede, G., Hofstede, G.J. (2011): *Lokales Denken, globales Handeln. Interkulturelle Zusammenarbeit und globales Management*, 5. Auflage, München.

- Krumbrock, Ch., Derboven, W. (2009): Interkulturelles Training. Trainingsmanual zur Förderung interkultureller Kompetenzen in der Arbeit, 2. Auflage, Heidelberg.
- Metzger, A. (2013): Geschäftskultur Mexiko kompakt: Wie Sie mit mexikanischen Geschäftspartnern, Kollegen und Mitarbeitern erfolgreich zusammenarbeiten, Meerbusch.
- Morrison, T., Conway, W.A. (2007): Kiss, bow or shake hands: How to do business in 25 European countries, Avon.
- Morrison, T., Conway, W.A. (2008): Kiss, bow or shake hands: How to do business in 18 Latin American countries, Avon.
- Podsiadlowski, A. (2004): Interkulturelle Kommunikation und Zusammenarbeit, München.
- Reichard, S., Weidling, A. (2014): Gemeinsam ins Ausland und zurück: Workbook für das Leben in der Fremde, Stuttgart.
- Rehbein, R., Thomas, A., Steinhuber, S. (2009): Beruflich in Spanien. Trainingsprogramm für Manager, Fach- und Führungskräfte, Göttingen.
- Schulz, M. K. (2008): Leben in Mexiko. Wie mitausreisende Partner ihre Zeit im Ausland managen, Maarburg.

Stand: WS 2016/2017

## Seminar Internationale Finanzmärkte

Modulnr.: 11587

Moduldauer	Semester, in dem das Modul stattfindet	Häufigkeit des Angebots	Kreditpunkte (ECTS)	Gewichtung der Note für die Endnote
1 Semester	4, 5. Semester	<input type="checkbox"/> jedes Sommersemester <input type="checkbox"/> jedes Wintersemester <input checked="" type="checkbox"/> bei Bedarf	10 ECTS	Gewichtung entsprechend Prüfungsordnung (Curriculum lt. Anlage zur PO)
Lehr-/Lernformen		Kontaktzeit	Selbststudium	Gesamtarbeitsaufwand (Workload) der/des Studierenden
Seminar		4 SWS / 45 Std.	205 Std.	250 Std.

### Kompetenzziele (Lernergebnisse)

Die Studierenden kennen bzw. verstehen:

- das Finanzprodukt „Investmentfonds“.
- die Notwendigkeit und Bedeutung von Investmentfonds im volkswirtschaftlichen Kontext.
- wichtigste Fragestellungen, Methoden und Theorien, die sie einordnen und anwenden können.
- den gesamten Auflage-, Administrations- und Vertriebsprozess von unterschiedlichen Fondsstrukturen.
- die wichtigsten regulatorischen Aspekte.
- den Finanzplatz Luxembourg.
- Am Ende des Kurses haben die Studenten einen Überblick über die wesentlichen Aspekte von Investmentfonds, mit besonderem Blick auf Luxembourg als Finanzplatz.

### Inhalte

- Luxemburgische Investmentfondsstrukturen
- Portfoliomanagement
- Akquise und Administration von Investmentfonds
- Aspekte des Fondsvertriebs
- Regulatorische Aspekte

### Verwendbarkeit des Moduls

Wirtschaftspsychologie	<input type="checkbox"/> Pflichtfach	<input checked="" type="checkbox"/> Seminar
Betriebswirtschaft	<input type="checkbox"/> Pflichtfach	<input checked="" type="checkbox"/> Seminar
Wirtschaftsinformatik	<input type="checkbox"/> Pflichtfach	<input checked="" type="checkbox"/> Seminar

### Empfohlene Voraussetzungen für die Teilnahme

Mathematik, Statistik

Prüfungsformen	Voraussetzung für die Vergabe von ECTS
<input type="checkbox"/> Klausur <input type="checkbox"/> mündliche Prüfung <input type="checkbox"/> Praktikums-/Laborleistung <input checked="" type="checkbox"/> Kolloquium (20%) <input checked="" type="checkbox"/> Projektpräsentationen (80%) <input type="checkbox"/> Portfolio <input type="checkbox"/> Seminar- und Hausarbeit <input type="checkbox"/> praktische Prüfung <input type="checkbox"/> Referat	Erfolgreiches Bestehen aller Prüfungsformen.
Lehrende/r	Modulverantwortliche/r
Prof. Dr. Jörg Henzler	Prof. Dr. Jörg Henzler
Literatur/Lernhilfen	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Wird fallweise themenorientiert bekannt gegeben</li> </ul>	
Stand: WS 2016/2017	

## Seminar Internationale Rechnungslegung

Modulnr.: 32155

Moduldauer	Semester, in dem das Modul stattfindet	Häufigkeit des Angebots	Kreditpunkte (ECTS)	Gewichtung der Note für die Endnote
1 Semester	4, 5. Semester	<input type="checkbox"/> jedes Sommersemester <input type="checkbox"/> jedes Wintersemester <input checked="" type="checkbox"/> bei Bedarf	10 ECTS	Gewichtung entsprechend Prüfungsordnung (Curriculum lt. Anlage zur PO)
Lehr-/Lernformen		Kontaktzeit	Selbststudium	Gesamtarbeitsaufwand (Workload) der/des Studierenden
Seminar		4 SWS / 45 Std.	205 Std.	250 Std.

### Kompetenzziele (Lernergebnisse)

Die Studierenden verstehen

- fachliche Inhalte auf der Grundlage wissenschaftlichen Arbeitens,
- aktuelle, komplexe und praxisrelevante Problemstellungen in Bezug auf die Internationale Rechnungslegung nach IFRS und analysieren diese.

Die Studierenden können Arbeitsergebnisse in wissenschaftlicher und praktischer Hinsicht analysieren und erläutern.

- Die Studierenden verstehen die Grundlagen zur Erstellung einer Bachelor-Thesis und erschaffen eine eigenständige Problemlösungskompetenz.

### Inhalte

Aktuelle Themen aus den Bereichen

- Bilanzierung von Finanzinstrumenten
- Bilanzierung von Leasingverhältnissen
- Bilanzierung von Immobilien
- Bilanzierung immaterieller Vermögenswerte
- Fair value accounting
- Konzernrechnungslegung

### Verwendbarkeit des Moduls

Wirtschaftspsychologie	<input type="checkbox"/> Pflichtfach	<input checked="" type="checkbox"/> Seminar
Betriebswirtschaft	<input type="checkbox"/> Pflichtfach	<input checked="" type="checkbox"/> Seminar
Wirtschaftsinformatik	<input type="checkbox"/> Pflichtfach	<input checked="" type="checkbox"/> Seminar

### Empfohlene Voraussetzungen für die Teilnahme

Pflichtfächer der ersten beiden Semester (insbesondere Jahresabschluss)

Prüfungsformen		Voraussetzung für die Vergabe von ECTS
<input type="checkbox"/> Klausur <input type="checkbox"/> mündliche Prüfung <input type="checkbox"/> Praktikums-/Laborleistung <input type="checkbox"/> Kolloquium <input checked="" type="checkbox"/> Projektpräsentationen (50%)	<input type="checkbox"/> Portfolio <input checked="" type="checkbox"/> Seminar- und Hausarbeit (50%) <input type="checkbox"/> praktische Prüfung <input type="checkbox"/> Referat	Erfolgreiches Bestehen aller Prüfungsformen.
Lehrende/r		Modulverantwortliche/r
Prof. Dr. Matthias Weimann		Prof. Dr. Matthias Weimann
Literatur/Lernhilfen		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Buchholz (2015): Internationale Rechnungslegung, ESV Berlin.</li> <li>• Weimann (2013): Zeitwertbilanzierung und Wirtschaftsprüfung, Springer Gabler Wiesbaden.</li> <li>• Deloitte: <a href="http://www.iasplus.com/en">http://www.iasplus.com/en</a> &amp; <a href="http://www.iasplus.com/en/standards">http://www.iasplus.com/en/standards</a> ; online 2016.</li> <li>• IASB, <i>International Financial Reporting Standards</i>, London 2016.</li> </ul>		
Stand: WS 2016/2017		

## Seminar Konfliktmanagement und Kooperation (Wirtschaftspsychologie)

Modulnr.: tba

Moduldauer	Semester, in dem das Modul stattfindet	Häufigkeit des Angebots	Kreditpunkte (ECTS)	Gewichtung der Note für die Endnote
1 Semester	5. Semester	<input type="checkbox"/> jedes Sommersemester <input type="checkbox"/> jedes Wintersemester <input checked="" type="checkbox"/> bei Bedarf	10 ECTS	Gewichtung entsprechend Prüfungsordnung (Curriculum lt. Anlage zur PO)
Lehr-/Lernformen		Kontaktzeit	Selbststudium	Gesamtarbeitsaufwand (Workload) der/des Studierenden
Seminar		4 SWS / 45 Std.	205 Std.	250 Std.
Kompetenzziele (Lernergebnisse)				

### Die Studierenden

- haben für ein theoretisches Vertiefungsthema aus dem Gebiet der entscheidungsorientierten Spieltheorie (oder anderer Theoriegebäude der mikroökonomisch-orientierten Theorie der Unternehmung oder der Taxonomie von Konflikten) ein vertieftes Verständnis erlangt, haben dieses im Rahmen einer Seminararbeit geeignet strukturiert und dargestellt sowie der Gruppe präsentiert.
- beherrschen die praktische Anwendung der Techniken wissenschaftlichen Arbeitens und Präsentationstechniken.
- haben für die weiteren im Seminar behandelten theoretischen Themen ein grundlegendes Verständnis erlangt und können dieses auf Befragen oder anhand von Übungsaufgaben u.ä. darlegen bzw. anwenden.
- haben durch Rollenspiele, Fallstudien und andere Methoden der angeleiteten Selbsterfahrung Erkenntnisse gewonnen über
  - a. eigene grundlegende Konflikt- und Kooperationsmuster
  - b. den eigenen Beitrag zu Interpersonen- und Intergruppenkonflikten
- haben insb. erfahren, wie sie durch ihr Tun und Lassen die Konflikt- und Kooperationsprozesse innerhalb der Gruppe beeinflussen.
- haben durch theoretische und praktische Befassung mit verhaltenswissenschaftlichen Erklärungsmodellen weitere Erkenntnisse hierzu erlangt sowie zu Lösungsstrategien und Klärungsmethoden.
- haben für das Themenfeld Konflikt und Kooperation einen integrierten Überblick gewonnen.

### Inhalte

In diesem Seminar wird die Schnittmenge zwischen entscheidungsorientierter Spieltheorie (oder anderer Theoriegebäude der mikroökonomisch-orientierten Theorie der Unternehmung) und verhaltenswissenschaftlicher Managementlehre sowie angrenzender psychologisch orientierter Disziplinen (insb. Transaktionsanalyse) behandelt.

Nach theoretischen Seminararbeiten aus dem Gebiet der Spieltheorie und ggf. angrenzender Themen wird es praktische Übungen (Rollenspiele, Fallstudien) und andere Methoden der angeleiteten

Selbsterfahrung geben, die den Studierenden die Gelegenheit geben, eigenes Konflikt- und Kooperationsverhalten zu erkunden. In einem dritten Teil finden dann noch von den Studierenden zu erarbeitende Kurzreferate aus der verhaltenswissenschaftlichen Managementlehre oder der Transaktionsanalyse statt, welche in Verbindung mit zu erarbeitenden praktischen Übungen mit Selbsterfahrungsanteil Impulse zur weiteren Verbesserung der Wahrnehmung (und möglicherweise späteren Änderung) des Konflikt- und Kooperationsverhaltens geben.

Das Seminar kann in Teilen geblockt stattfinden und kann unter Einbindung eines zusätzlichen externen Übungsleiters durchgeführt werden.

Verwendbarkeit des Moduls		
Wirtschaftspsychologie	<input type="checkbox"/> Pflichtfach	<input checked="" type="checkbox"/> Seminar
Betriebswirtschaft	<input type="checkbox"/> Pflichtfach	<input checked="" type="checkbox"/> Seminar
Wirtschaftsinformatik	<input type="checkbox"/> Pflichtfach	<input checked="" type="checkbox"/> Seminar
Empfohlene Voraussetzungen für die Teilnahme		

Pflichtfächer der ersten beiden Semester (insbesondere Jahresabschluss)

Prüfungsformen	Voraussetzung für die Vergabe von ECTS
<input type="checkbox"/> Klausur <input type="checkbox"/> mündliche Prüfung <input type="checkbox"/> Praktikums-/Laborleistung <input type="checkbox"/> Kolloquium <input checked="" type="checkbox"/> Projektpräsentationen (in Einzelarbeit) (20%)	Erfolgreiches Bestehen aller Prüfungsformen.  Für den Mittelblock der angeleiteten Selbsterfahrung findet keine Leistungsbewertung statt. Es ist indes eine vollständige Teilnahme erforderlich.
<input type="checkbox"/> Portfolio <input checked="" type="checkbox"/> Seminar/ Hausarbeit (in Einzelarbeit) (30%) <input type="checkbox"/> praktische Prüfung <input checked="" type="checkbox"/> Referat (Kurzreferat (TA etc.) und zu erarbeitende praktische Übungen in Gruppenarbeit) (30%) <input checked="" type="checkbox"/> Mitarbeit (20%)	
Lehrende/r	Modulverantwortliche/r
Prof. Dr. Frank Altröck	Prof. Dr. Frank Altröck

Literatur/Lernhilfen
<ul style="list-style-type: none"> <li>Dixit, A.K./Nalebuff, B.J. (2018): Spieltheorie für Einsteiger - Strategisches Know-How für Gewinner, Schäffer Poeschel</li> <li>Gührs, M./Nowak, C. (2014): Das konstruktive Gespräch, 7. Aufl., Limmer</li> <li>Holler, M./Klose-Ullmann, B. (2007): Spieltheorie für Manager – Handbuch für Strategen, 2. Aufl., Vahlen</li> <li>Rieck, C. (2015): Spieltheorie – eine Einführung, 14. Aufl., C.-Rieck-Verlag</li> <li>Schwarz, G. (2014): Konfliktmanagement, 9. Aufl., Springer</li> </ul>

Stand: WS 2022/23



## Seminar Markt- und Sozialforschung

Modulnr.: tba

Moduldauer	Semester, in dem das Modul stattfindet	Häufigkeit des Angebots		Kreditpunkte (ECTS)	Gewichtung der Note für die Endnote
1 Semester	4./5. Semester	<input type="checkbox"/> jedes Sommersemester	<input type="checkbox"/> jedes Wintersemester	10 ECTS	Gewichtung entsprechend Prüfungsordnung (Curriculum lt. Anlage zur PO)
		<input checked="" type="checkbox"/> bei Bedarf			
Lehr-/Lernformen		Kontaktzeit	Selbststudium	Gesamtarbeitsaufwand (Workload) der/des Studierenden	
Praxisseminar		4 SWS / 45 Std.	205 Std.	250 Std.	
Kompetenzziele (Lernergebnisse)					

Die Studierenden:

- beherrschen die praktische Anwendung ausgewählter Methoden zum Zwecke der Markt- und Sozialforschung,
- kennen und berücksichtigen die Grundlagen wissenschaftlichen Arbeitens, sowie Präsentationstechniken,
- haben für die im Seminar vermittelten Grundlagen des Forschungsprozesses ein grundlegendes Verständnis erlangt und können dieses auf eigene Forschungsvorhaben anhand einer konkreten Fragestellung anwenden,
- haben Kompetenzen in der Umsetzung konkreter Methoden der Markt- und Sozialforschung,
- haben erfahren, wie sie durch ihr Tun und Lassen die Konflikt- und Kooperationsprozesse innerhalb der Projektgruppe beeinflussen,
- haben durch theoretische und praktische Befassung mit Herausforderungen im Laufe des Forschungsprojektes sowie im Umgang mit Auftraggeberinnen und Auftraggebern Lösungsstrategien erprobt.

### Inhalte

- 
- Forschungsprojekt mit Schwerpunkt auf die Bearbeitung aktueller wirtschaftlicher und gesellschaftlicher Fragestellungen,
- Einführung und Bearbeitung sämtlicher Phasen eines angewandten Forschungsprozesses (Fragestellung, Sekundärforschung, Präzisierung des Themas durch Erarbeitung der theoretischen Grundlagen sowie Methodik der Studie),
- Erstellung der Materialien und gegebenenfalls Vorbereitung der Instrumente, Rekrutierung und Erhebung einer Stichprobe, Durchführung der Untersuchung, Datenanalyse,
- Interpretation und Diskussion der Ergebnisse, mündliche und schriftliche Präsentation der Studie unter Berücksichtigung der Richtlinien des wissenschaftlichen Arbeitens).

### Verwendbarkeit des Moduls

Betriebswirtschaft	<input type="checkbox"/> Pflichtfach	<input checked="" type="checkbox"/> Wahlpflichtfach
Wirtschaftsinformatik	<input type="checkbox"/> Pflichtfach	<input checked="" type="checkbox"/> Wahlpflichtfach
Wirtschaftspsychologie	<input type="checkbox"/> Pflichtfach	<input checked="" type="checkbox"/> Wahlpflichtfach

Sonstiges: Klicken Sie hier, um Text einzugeben.

### Empfohlene Voraussetzungen für die Teilnahme

Die empfohlenen Voraussetzungen werden jedes Semester im Rahmen der Seminarvorstellungen bekanntgegeben.

Prüfungsformen	Voraussetzung für die Vergabe von ECTS
<input type="checkbox"/> Klausur <input type="checkbox"/> mündliche Prüfung <input type="checkbox"/> Praktikums-/Laborleistung <input type="checkbox"/> Kolloquium <input checked="" type="checkbox"/> Projektpräsentationen <input checked="" type="checkbox"/> Portfolio <input checked="" type="checkbox"/> Seminar- und Hausarbeit <input type="checkbox"/> praktische Prüfung <input type="checkbox"/> Referat	Alle Prüfungsformen müssen bestanden sein. Die genauen Prüfungsleistungen und ihre Gewichtungen werden jedes Semester im Rahmen der Seminarvorstellungen bekanntgegeben.
Lehrende/r	Modulverantwortliche/r
Prof. Dr. Anna Schneider (für qualitative Methoden) Prof. Dr. Jörg Gutsche (für quantitative Methoden)	Prof. Dr. Anna Schneider Prof. Dr. Jörg Gutsche

### Literatur/Lernhilfen

Bortz, J. & Döring, N. (2006) *Forschungsmethoden und Evaluation: für Human- und Sozialwissenschaftler*. Heidelberg: Springer.

Foscht, T., Swoboda, B. & Schramm-Klein, H. (2017) *Käuferverhalten*, 6. Auflage. Wiesbaden: Springer Gabler.

Homburg, C., Klarmann, M. & Vomberg, A. (2020): *Handbook of Market Research*. Wiesbaden: Springer Gabler.

Kirchmair, R. (2022). *Qualitative Forschungsmethoden*. Springer, Berlin, Heidelberg.

Kreis, H., Wildner, R. & Kuß, A. (2021) *Marktforschung*, 7. Auflage. Wiesbaden: Springer Gabler.

Naderer, G., Balzer, E., Batinic, B., Bauer, F., Blank, R., & David, J. (2007). *Qualitative Marktforschung in Theorie und Praxis*. Wiesbaden: Gabler.

Software und Online-Medien

<http://zis.gesis.org/> (Gemeinfreie Messinstrumente)

<https://www.psychlinker.de/category.php?cat=589> (Lizenzfreie Testverfahren)

<https://www.r-project.org>

Stand: WS 2022/23

## Seminar Methoden der Personalmanagementforschung (Wirtschaftspsychologie)

Modulnr.: tba

Moduldauer	Semester, in dem das Modul stattfindet	Häufigkeit des Angebots		Kreditpunkte (ECTS)	Gewichtung der Note für die Endnote
1 Semester	4, 5. Semester	<input type="checkbox"/> jedes Sommersemester	<input type="checkbox"/> jedes Wintersemester	10 ECTS	Gewichtung entsprechend Prüfungsordnung (Curriculum lt. Anlage zur PO)
		<input checked="" type="checkbox"/> bei Bedarf			
Lehr-/Lernformen		Kontaktzeit	Selbststudium	Gesamtarbeitsaufwand (Workload) der/des Studierenden	
Seminar		4 SWS / 45 Std.	205 Std.	250 Std.	

### Kompetenzziele (Lernergebnisse)

#### Studierende erinnern

- einschlägige Begriffe der empirischen Sozialforschung,
- die Elemente, Inhalte und Struktur eines empirischen Forschungsprojektes aus dem Feld der Personalmanagementforschung,
- einschlägige wissenschaftliche und praktische Erkenntnisse aus der Personalwirtschaft.

#### Studierende verstehen

- unterschiedliche Methoden der empirischen Sozialforschung,
- die Recherche von relevanter Literatur im Feld der empirischen Personalmanagementforschung,
- den Aufbau und die Umsetzung eines Forschungsdesigns mit einer Fragestellung aus der Personalmanagementforschung,
- Methoden der Analyse, Interpretation und Darstellung von Daten aus dem Feld der empirischen Personalmanagementforschung

#### Der Teilnehmer kann

- eine Fragestellung aus dem Bereich der empirischen Personalmanagementforschung entwickeln,
- relevante Literatur im Feld der Personalmanagementforschung recherchieren,
- ein Forschungsdesign entwickeln und umsetzen, um eine Frage aus dem Bereich der empirischen Personalmanagementforschung zu beantworten,
- die gewonnenen Erkenntnisse verständlich darstellen,
- empirische Forschungsergebnisse kritisch hinterfragen.

### Inhalte

- Aufbau eines empirischen Forschungsdesigns aus dem Feld der Personalmanagementforschung
- Literaturrecherche und Entwicklung und Durchführung einer empirischen Studie

- Analyse und Darstellung der Ergebnisse in unterschiedlichen Formaten
- Darstellung der Ergebnisse

Verwendbarkeit des Moduls		
Wirtschaftspsychologie	<input type="checkbox"/> Pflichtfach	<input checked="" type="checkbox"/> Seminar
Betriebswirtschaft	<input type="checkbox"/> Pflichtfach	<input checked="" type="checkbox"/> Seminar
Wirtschaftsinformatik	<input type="checkbox"/> Pflichtfach	<input checked="" type="checkbox"/> Seminar

Empfohlene Voraussetzungen für die Teilnahme

Vorlesung „Personalmanagement“

Prüfungsformen	Voraussetzung für die Vergabe von ECTS
<input type="checkbox"/> Klausur <input type="checkbox"/> mündliche Prüfung <input type="checkbox"/> Praktikums-/Laborleistung <input type="checkbox"/> Kolloquium <input type="checkbox"/> Projektpräsentationen	Erfolgreiches Bestehen der Prüfungsform.
<input checked="" type="checkbox"/> Portfolio <input type="checkbox"/> Seminar- und Hausarbeit <input type="checkbox"/> praktische Prüfung <input type="checkbox"/> Referat	
Lehrende/r	Modulverantwortliche/r
Prof. Dr. Jan-Thomas Bachmann	Prof. Dr. Jan-Thomas Bachmann

Literatur/Lernhilfen

- Rowold, J.(20105): Human Resource Management – Lehrbuch für Bachelor und Master. Springer Gabler. 2. Auflage.
- Holtbrügge, D.(2017): Personalmanagement, Springer Gabler. 7. Auflage.
- Stock-Homburg, R.; Groß, M. (2019): Personalmanagement, Springer Gabler. 4. Auflage.
- Hackl, B.; Wagner, M.; Attmer, L.; Baumann, D.(2019): New Work: Auf dem Weg zur neuen Arbeitswelt. Springer Gabler.
- Diekmann, A. (2010): Empirische Sozialforschung: Grundlagen, Methoden, Anwendungen- Rowohlt Taschenbuch; Auflage: 4.
- Schnell, R., Hill, B. H., Esser, E. Methoden der empirischen Sozialforschung (De Gruyter Studium) (Deutsch) Gebundene Ausgabe – 21. August 2018 von Rainer Schnell (Autor), Paul B. Hill (Autor), Elke Esser (Autor), De Gruyter Oldenbourg; Auflage: 11., überarbeitete (21. August 2018)
- Rüdiger, J., Heinz, A., Décieux, J. P. (2019): Umfrage: Einführung in die Methoden der Umfrageforschung. De Gruyter Oldenbourg; Auflage: 4.
- Kallus, W. (2016): Erstellung von Fragebogen. Auflage: 2.
- Moosbrugger, H., Kelava, H. (2020): Testtheorie und Fragebogenkonstruktion Springer. Auflage: 3.

Stand: WS 2022/23

## Seminar Personalentwicklung und Coaching (Wirtschaftspsychologie)

Modulnr.: tba

Moduldauer	Semester, in dem das Modul stattfindet	Häufigkeit des Angebots	Kreditpunkte (ECTS)	Gewichtung der Note für die Endnote
1 Semester	4, 5. Semester	<input type="checkbox"/> jedes Sommersemester <input type="checkbox"/> jedes Wintersemester <input checked="" type="checkbox"/> bei Bedarf	10 ECTS	Gewichtung entsprechend Prüfungsordnung (Curriculum lt. Anlage zur PO)

Lehr-/Lernformen	Kontaktzeit	Selbststudium	Gesamtarbeitsaufwand (Workload) der/des Studierenden
Seminar	4 SWS / 45 Std.	205 Std.	250 Std.

### Kompetenzziele (Lernergebnisse)

Studierende können

- spezifische Maßnahmen der Personalentwicklung von Mitarbeitern fachgerecht entwickeln, durchführen und anwenden;
- eigenständig typische Problemstellungen (und deren Ursachen) im Coaching-Prozess analysieren;
- verschiedene Coaching-Tools beschreiben und anwenden;
- typische Problemsituationen bei der Anwendung dieser Tools identifizieren.

### Inhalte

- Einführung in den Bereich Personalentwicklung;
- Prozess der Personalentwicklung;
- Methoden der Personalentwicklung;
- Einführung in den Bereich Coaching;
- Struktur eines Coaching-Prozesses;
- Abgrenzung zur Psychotherapie;
- Coaching-Ziele & Behandlungskonzepte.

### Verwendbarkeit des Moduls

Wirtschaftspsychologie

Pflichtfach

Seminar

### Empfohlene Voraussetzungen für die Teilnahme

Keine

Prüfungsformen

Voraussetzung für die Vergabe von ECTS

- |  |  |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> Klausur                   | <input checked="" type="checkbox"/> Portfolio    |
| <input type="checkbox"/> mündliche Prüfung         | <input type="checkbox"/> Seminar- und Hausarbeit |
| <input type="checkbox"/> Praktikums-/Laborleistung | <input type="checkbox"/> praktische Prüfung      |
| <input type="checkbox"/> Kolloquium                | <input type="checkbox"/> Referat                 |
| <input type="checkbox"/> Projektpräsentationen     |  |

Erfolgreiches Bestehen der Prüfungsform.

Lehrende/r	Modulverantwortliche/r
------------	------------------------

tbd

Prof. Dr. Anna Schneider

Literatur/Lernhilfen

Gasteiger, R. (2014). Laufbahnentwicklung und -beratung. Göttingen: Hogrefe.

Rauen, C. (Hrsg.). (2013). Coaching-Tools (8. Aufl.). Bonn: ManagerSeminare Verlags GmbH.

Rauen, C. (Hrsg.). (2013). Coaching-Tools II (3. Aufl.). Bonn: ManagerSeminare Verlags GmbH.

Schuler, H. & Moser, K. (2019). Lehrbuch Organisationspsychologie (6. Aufl.) Bern: Huber.

Schuler, H. & Kanning, U.P. (Hrsg.). (2014). Lehrbuch der Personalpsychologie (3., überarbeitete und erweiterte Aufl.). Göttingen: Hogrefe.

Yukl, G. (2019). Leadership in organizations (9. Aufl.). Upper Saddle River: Pearson.

Stand: WS 2022/2023

## Seminar Planspiel Universal Banking

Modulnr.: 29865

Moduldauer	Semester, in dem das Modul stattfindet	Häufigkeit des Angebots	Kreditpunkte (ECTS)	Gewichtung der Note für die Endnote
1 Semester	4, 5. Semester	<input type="checkbox"/> jedes Sommersemester <input type="checkbox"/> jedes Wintersemester <input checked="" type="checkbox"/> bei Bedarf	10 ECTS	Gewichtung entsprechend Prüfungsordnung (Curriculum lt. Anlage zur PO)
Lehr-/Lernformen		Kontaktzeit	Selbststudium	Gesamtarbeitsaufwand (Workload) der/des Studierenden
Seminar		4 SWS / 45 Std.	205 Std.	250 Std.

### Kompetenzziele (Lernergebnisse)

#### Die Studierenden

- haben für ein theoretisches Vertiefungsthema ein vertieftes Verständnis, haben dieses im Rahmen einer Gruppenarbeit geeignet strukturiert und dargestellt sowie der Gesamtgruppe präsentiert.
- beherrschen die praktische Anwendung der Techniken wissenschaftlichen Arbeitens und Präsentationstechniken.
- kennen und verstehen das Zielsystem des Bankenbetriebes mit dem grundsätzlichen Konflikt zwischen Rentabilität, Liquidität, Sicherheit und Wachstum.
- kennen und verstehen Ansätze zur Aktiv-/Passivsteuerung unter Berücksichtigung der Solvabilitäts- und Liquiditätsrestriktionen und können diese im Rahmen der Simulation des Bankbetriebs anwenden.
- verstehen den grundlegenden Zusammenhang von Aufwand und Ertrag, Volumen, Bilanzstruktur und Risiko und können die Implikationen von Entscheidungen für die Modellbank abschätzen. Insbesondere begreifen sie die Interdependenz derartiger Entscheidungen.
- haben im Rahmen der Modellbanksimulation zielorientierte Entscheidungen u.a. zu den Themenbereichen Zielgruppen- und Konkurrenzanalyse, Zinskonditionsentscheidung, Kapitalmarktinvestition, Eigenmittelausstattung und Dividendenpolitik, Personaleinsatzplanung sowie Marketing getroffen.
- haben die getroffenen Entscheidungen und deren Wirksamkeit geeignet analysiert und auf Anforderung einem simulierten Unternehmensgremium geeignet präsentiert.
- haben potenziell ihre Fähigkeit zur Kommunikation und Kooperation in Gruppen verbessert.

### Inhalte

TOPSIM – Universal Banking ist ein Banken-Planspiel mit den Schwerpunkten Volumen- und Zinsgeschäft, Vermögensverwaltung, Banken-Marketing und Personaleinsatz einer Bank unter Berücksichtigung von bis zu sieben unterschiedlichen Kundengruppen. Auch aktuelle Liquiditätsvorschriften wie BASEL III werden berücksichtigt. Das Unternehmensplanspiel erstreckt sich über mehrere Spielperioden.

In Gruppenarbeit erarbeiten die max. 20 Seminarteilnehmer Lösungen für die jeweils anstehenden Entscheidungsprobleme. Dabei erlernen sie die Anwendung bankbetrieblicher Entscheidungsmodelle und die Vernetztheit von Entscheidungen im Bankbetrieb. Zudem werden die Seminarteilnehmer mit

der Lösung zwangsläufig auftretender zwischenmenschlicher Konflikte in den Spielgruppen konfrontiert.

Zuvor fertigen die Studierenden in Gruppenarbeit Seminararbeiten zu relevanten Normen und Steuerungskonzepten an. Das dadurch gewonnene vertiefte Fachwissen unterstützt die Studierenden in der sich anschließenden Spielphase dabei, bessere Entscheidungen zu treffen.

Das Seminar findet in Teilen geblockt statt und ist mit einer Exkursion verbunden.

### Verwendbarkeit des Moduls

Wirtschaftspsychologie	<input type="checkbox"/> Pflichtfach	<input checked="" type="checkbox"/> Seminar
Betriebswirtschaft	<input type="checkbox"/> Pflichtfach	<input checked="" type="checkbox"/> Seminar
Wirtschaftsinformatik	<input type="checkbox"/> Pflichtfach	<input checked="" type="checkbox"/> Seminar

### Empfohlene Voraussetzungen für die Teilnahme

Keine

Prüfungsformen	Voraussetzung für die Vergabe von ECTS
<input checked="" type="checkbox"/> Klausur (15%) <input type="checkbox"/> mündliche Prüfung <input type="checkbox"/> Praktikums-/Laborleistung <input type="checkbox"/> Kolloquium <input checked="" type="checkbox"/> Projektpräsentationen (20%) <input type="checkbox"/> Portfolio <input checked="" type="checkbox"/> Seminar- und Hausarbeit (25%) <input type="checkbox"/> praktische Prüfung <input type="checkbox"/> Referat <input checked="" type="checkbox"/> Laborleistung (40%)	Erfolgreiches Bestehen aller Prüfungsformen.
Lehrende/r	Modulverantwortliche/r
Prof. Dr. Frank Altrock	Prof. Dr. Frank Altrock

### Literatur/Lernhilfen

- Dermine, J. (2014): Bank Valuation & Value-Based Management, 2. Aufl., McGrawHill
- Hartmann-Wendels, T./Pfungsten, A./Weber, M. (2014): Bankbetriebslehre, 6. Aufl., Springer

Stand: WS 2016/2017



## Seminar Projektmanagement und agile Methoden (Wirtschaftspsychologie)

Modulnr.:

Moduldauer	Semester, in dem das Modul stattfindet	Häufigkeit des Angebots		Kreditpunkte (ECTS)	Gewichtung der Note für die Endnote
1 Semester	4., 5. Semester	<input type="checkbox"/> jedes Sommersemester	<input type="checkbox"/> jedes Wintersemester	10 ECTS	Gewichtung entsprechend Prüfungsordnung (Curriculum lt. Anlage zur PO)
		<input checked="" type="checkbox"/> bei Bedarf			
Lehr-/Lernformen		Kontaktzeit	Selbststudium	Gesamtarbeitsaufwand (Workload) der/des Studierenden	
Seminaristische Vorlesung		4 SWS / 45 Std.	205 Std.	250 Std.	
Kompetenzziele (Lernergebnisse)					

Die Studierenden:

- Kennen die Grundlagen des Projektmanagements
- Sind mit den Aufgaben und Herausforderungen der einzelnen Phasen des Projektmanagements vertraut und können Projekte sowohl klassisch, als auch agil
  - auswählen und bewerten, sowie priorisieren,
  - definieren,
  - planen,
  - steuern,
  - und abschließen.
- Verstehen Rollen, Funktionen und Aufgaben der Beteiligten im klassischen, sowie agilen Projektumfeld.
- Beherrschen Grundsätze gelungener Kommunikation und Präsentationstechniken
- Können Konflikte in Projekten lösen, mit Widerständen umgehen und beherrschen entsprechende Techniken und Werkzeuge.
- Sind mit den Kriterien zur Entscheidungsfindung vertraut um sich für klassische, agile oder hybride Vorgehensweisen entscheiden zu können.

### Inhalte

Praxisseminar:

- Seminar mit wirtschaftspsychologischem Schwerpunkt, Einführung in das Projektmanagement einschließlich sämtlicher dazugehöriger Phasen
- Es werden Gemeinsamkeiten und Unterschiede des klassischen und agilen Projektmanagement aufgezeigt und grundlegende Voraussetzungen für das Gelingen von Projekten aufgezeigt.
- Es soll ein grundlegendes Verständnis für die Rolle des Menschen als Akteur im Rahmen von Projektmanagementprozessen erlangt werden. Hierbei werden Ansätze zur Optimierung von Rahmenbedingungen unter Bezugnahme auf Aspekte wie Stress, Motivation, Sinnerleben und Flow vermittelt.
- Das Seminar bereitet auf die spätere Berufstätigkeit vor und kann darüber hinaus durch ein Basiszertifikat der GPM, sowie ein Zertifikat IPMA Level D belegt werden (externe Prüfung und Zertifizierung)
- Prüfungsform: Klausur und Präsentation (in Kleingruppen)

Verwendbarkeit des Moduls

Wirtschaftspsychologie       Pflichtfach       Seminar

Empfohlene Voraussetzungen für die Teilnahme

Keine

Prüfungsformen	Voraussetzung für die Vergabe von ECTS
<input type="checkbox"/> Klausur <input checked="" type="checkbox"/> Portfolio <input type="checkbox"/> mündliche Prüfung <input type="checkbox"/> Seminar- und Hausarbeit <input type="checkbox"/> Praktikums-/Laborleistung <input type="checkbox"/> praktische Prüfung <input type="checkbox"/> Kolloquium <input type="checkbox"/> Referat <input type="checkbox"/> Projektpräsentationen	Erfolgreiches Bestehen aller Prüfungsformen.
Lehrende/r	Modulverantwortliche/r
tbd	tbd

Literatur/Lernhilfen

- Timinger, H. (2017). *Modernes Projektmanagement: Mit traditionellem, agilem und hybridem Vorgehen zum Erfolg*. John Wiley & Sons.
- Timinger, H. (2021). *Modernes Projektmanagement in der Praxis: Mit System zum richtigen Vorgehensmodell*. John Wiley & Sons.
- Peipe, S. (2018). *Crashkurs Projektmanagement-inkl. Arbeitshilfen online: Grundlagen für alle Projektphasen* (Vol. 353). Haufe-Lexware.
- Kuster, J., Bachmann, C., Huber, E., Hubmann, M., Lippmann, R., Schneider, E., Schneider, P., Witschi, U. & Wüst, R. (2019). *Handbuch Projektmanagement-Agile-Klassisch-Hybrid*, 4. Aufl., Berlin und Heidelberg
- <https://www.gpm-ipma.de>

Stand: WS 2022/23

## Seminar Tourismusmarketing

Modulnr.: 14318

Moduldauer	Semester, in dem das Modul stattfindet	Häufigkeit des Angebots	Kreditpunkte (ECTS)	Gewichtung der Note für die Endnote
1 Semester	4, 5. Semester	<input type="checkbox"/> jedes Sommersemester <input type="checkbox"/> jedes Wintersemester <input checked="" type="checkbox"/> bei Bedarf	10 ECTS	Gewichtung entsprechend Prüfungsordnung (Curriculum lt. Anlage zur PO)
Lehr-/Lernformen		Kontaktzeit	Selbststudium	Gesamtarbeitsaufwand (Workload) der/des Studierenden
Seminar		4 SWS / 45 Std.	205 Std.	250 Std.

### Kompetenzziele (Lernergebnisse)

- Die Studierenden haben einen Überblick über die touristische Marktforschung sowie das strategische und operative Tourismusmarketing.
- Durch regelmäßige Übungsaufgaben erkennen sie die praktische Relevanz des Gelernten und vertiefen die Thematik.
- Am Ende des Kurses sind die Studierenden mit den Grundlagen des Tourismus-Marketings vertraut und können das Gelernte praktisch umsetzen (z.B. bei der Ausgestaltung einfacher Marketingkonzepte).
- Die Studierenden beherrschen durch regelmäßige Gruppenarbeit die Grundlagen der Team-, Kommunikations- und Ausdrucksfähigkeit.
- Sie erarbeiten ein ihnen fremdes Thema eigenständig, präsentieren ihre Ergebnisse vor der Gruppe und demonstrieren dadurch ihre Kenntnisse im wissenschaftlichen Arbeiten.

### Inhalte

- Grundlagen des Tourismus-Marketings
- Marketingforschung im Tourismus (Umfeld-, Markt- und Betriebsanalysen)
- Strategisches Tourismus-Marketing
- Marketing-Mix im Tourismus
- Operatives Tourismus-Marketing.
- Ausgewählte Fallstudien zu aktuellen Themen.

### Verwendbarkeit des Moduls

Wirtschaftspsychologie	<input type="checkbox"/> Pflichtfach	<input checked="" type="checkbox"/> Seminar
Betriebswirtschaft	<input type="checkbox"/> Pflichtfach	<input checked="" type="checkbox"/> Seminar
Wirtschaftsinformatik	<input type="checkbox"/> Pflichtfach	<input checked="" type="checkbox"/> Seminar

### Empfohlene Voraussetzungen für die Teilnahme

Keine

Prüfungsformen	Voraussetzung für die Vergabe von ECTS
<input type="checkbox"/> Klausur <input type="checkbox"/> mündliche Prüfung <input type="checkbox"/> Praktikums-/Laborleistung <input type="checkbox"/> Kolloquium <input checked="" type="checkbox"/> Projektpräsentationen (50%) <input type="checkbox"/> Portfolio <input checked="" type="checkbox"/> Seminar- und Hausarbeit (50%) <input type="checkbox"/> praktische Prüfung <input type="checkbox"/> Referat	Erfolgreiches Bestehen aller Prüfungsformen.
Lehrende/r	Modulverantwortliche/r
Dr. Kathrin Jaszus	Dr. Kathrin Jaszus
Literatur/Lernhilfen	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Freyer, W. (2011): Tourismusmarketing. Marktorientiertes Management im Mikro- und Makrobereich der Tourismuswirtschaft, 7. Auflage., München.</li> </ul>	
Stand: WS 2016/2017	

# Praktische Studienphase/ Bachelor-Thesis

In der Praxisprojektordnung für Bachelor-Studiengänge sowie in den jeweiligen Prüfungsordnungen sind weitere Informationen zum Praxisprojekt zu finden. Laut § 5 (4)PO Wirtschaftspsychologie kann das Praxisprojekt durch entsprechende Zeiten an einer ausländischen Hochschule bzw. durch ein Auslandssemester oder in Ausnahmefällen durch gleichwertige Praxisprojekte an der Hochschule ersetzt werden

Praktische Studienphase			Modulnr.: 20936, 31950, 32611
Moduldauer	Häufigkeit des Angebots	Kreditpunkte (ECTS)	Gewichtung der Note für die Endnote
1 Semester	<input type="checkbox"/> jedes Sommersemester <input type="checkbox"/> jedes Wintersemester <input checked="" type="checkbox"/> bei Bedarf	18 ECTS	sonstige Berechnung der Endnote gemäß Prüfungsordnung
Lehrveranstaltungen/ Lehrformen	Kontaktzeit	Selbststudium	Gesamtarbeitsaufwand (Workload) der/des Studierenden
Projekt		450 Std.	450 Std.
Kompetenzziele (Lernergebnisse)			

Die Studierenden haben (aus dem Studium) bzw. erlernen (im Unternehmen) das zur Bewältigung der praktischen Studienphase relevante Fachwissen

Die Studierenden wenden die im Studium erlernten Methoden sicher in der Praxis an. Sie sind in der Lage, die Methoden an die jeweiligen Rahmenbedingungen der praktischen Studienphase anzupassen und die Ergebnisse vor dem praxisrelevanten Hintergrund zu interpretieren.

Die Studierenden lernen, sich in die sozialen Zusammenhänge eines Unternehmens einzufügen. Sie sind in der Lage, in Teams zu arbeiten, im Unternehmen zu präsentieren und lernen, ihre Meinungen und Ergebnisse zu verteidigen.

Die Studierenden sind in der Lage, umfangreiche Projekte selbständig zu analysieren, zu strukturieren und zu bearbeiten. Sie können den dafür notwendigen Zeitplan erstellen. Sie erkennen, wann sie Unterstützung z.B. auf fachlicher oder methodischer Ebene einfordern müssen.

Inhalte
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Individuell nach Absprache zwischen Studierenden, Firma und betreuender Person</li> <li>• In Form eines Projekts sollen ausgewählte Inhalte in der Praxis umgesetzt und vertieft werden</li> <li>• Weitere Einzelheiten regelt die Ordnung zur praktischen Studienphase</li> </ul>
Verwendbarkeit des Moduls

B.A. Betriebswirtschaft	<input checked="" type="checkbox"/> PF	<input type="checkbox"/> WPF	<input type="checkbox"/> Seminar	6. Semester
B.A. International Business	<input type="checkbox"/> PF	<input type="checkbox"/> WPF	<input type="checkbox"/> Seminar	
B.Sc. Wirtschaftsinformatik	<input checked="" type="checkbox"/> PF	<input type="checkbox"/> WPF	<input type="checkbox"/> Seminar	6. Semester
B.Sc. Wirtschaftspsychologie	<input checked="" type="checkbox"/> PF	<input type="checkbox"/> WPF	<input type="checkbox"/> Seminar	7. Semester

Empfohlene Voraussetzungen für die Teilnahme

Keine

Prüfungsformen / Gewichtung		Voraussetzung für die Vergabe von ECTS
<input checked="" type="checkbox"/> Projektbericht und ggf. Präsentation	100 %	Abschluss aller Pflichtveranstaltungen der ersten drei Semester Erfolgreiches Bestehen aller Prüfungsformen.
Lehrende/r		Modulverantwortliche/r
--		Individuell: Jeweilige Betreuer der praktischen Studienphase

Literatur/Lernhilfen

Stand: WS 2022/23

## Bachelor-Thesis

Modulnr.: 20937, 31948, 32166,  
32609

Moduldauer	Häufigkeit des Angebots	Kreditpunkte (ECTS)	Gewichtung der Note für die Endnote
1 Semester	<input type="checkbox"/> jedes Sommersemester <input type="checkbox"/> jedes Wintersemester <input checked="" type="checkbox"/> bei Bedarf	12 ECTS	sonstige Berechnung der Endnote gemäß Prüfungsordnung
Lehrveranstaltungen/ Lehrformen	Kontaktzeit	Selbststudium	Gesamtarbeitsaufwand (Workload) der/des Studierenden
Projekt		300 Std.	300 Std.

### Kompetenzziele (Lernergebnisse)

In der Bachelorthesis zeigen die Studierenden die Fähigkeit zur selbständigen Bearbeitung einer Aufgabenstellung, deren Schwierigkeitsgrad der späteren Berufspraxis entspricht. Sie zeigen, dass sie in der Lage sind

- innerhalb einer vorgegebenen Frist eine fachliche Fragestellung zu einem umschriebenen Forschungsgegenstand selbstständig mit wissenschaftlichen Methoden zu bearbeiten.
- bisher erworbenes Wissen und Können zur Beantwortung der Fragestellung anzuwenden und eigenständig weiterzuentwickeln.
- weitestgehend eigenständig Informationen zum auf die Fragestellung bezogenen aktuellen Forschungsstand zu sammeln, Daten zum Forschungsgegenstand zu erheben, auszuwerten und die Ergebnisse kritisch zu reflektieren und zu bewerten.
- eine komplexe, innovative, eigenständige und fachbezogene Arbeit zum Forschungsgegenstand auf hohem Niveau anzufertigen.

### Inhalte

- Individuell nach Absprache zwischen Studierenden und betreuender Person

### Anmeldung

Studierende stimmen ihr Thema sowohl mit der Studiengangsleitung als auch der/dem Betreuer\*in ab, um sicherzustellen, dass das Thema aus dem Feld der Wirtschaftspsychologie stammt. Sowohl Studiengangsleitung als auch Betreuer\*in müssen das Anmeldeformular für die Bachelorarbeit unterschreiben, bevor die Arbeit angemeldet wird

### Verwendbarkeit des Moduls

B.A. Betriebswirtschaft	<input checked="" type="checkbox"/> PF	<input type="checkbox"/> WPF	<input type="checkbox"/> Seminar	6. Semester
B.A. International Business	<input checked="" type="checkbox"/> PF	<input type="checkbox"/> WPF	<input type="checkbox"/> Seminar	8. Semester
B.Sc. Wirtschaftsinformatik	<input checked="" type="checkbox"/> PF	<input type="checkbox"/> WPF	<input type="checkbox"/> Seminar	6. Semester
B.Sc. Wirtschaftspsychologie	<input checked="" type="checkbox"/> PF	<input type="checkbox"/> WPF	<input type="checkbox"/> Seminar	7. Semester

Empfohlene Voraussetzungen für die Teilnahme

Prüfungsformen / Gewichtung		Voraussetzung für die Vergabe von ECTS
<input checked="" type="checkbox"/> Sonstiges: Thesis	100 %	Siehe aktuelle Fassung der Prüfungsordnung. Erfolgreiches Bestehen der Prüfungsform.
Lehrende/r		Modulverantwortliche/r
--		Individuell: Jeweilige Betreuer der Thesis

Literatur/Lernhilfen

Stand: WS 2022/23