

Modulhandbuch

Fakultät Management und Vertrieb

Studiengang Global Digital Marketing and Sales, Bachelor of Arts (B.A.)

Datum der Einführung	01.09.2025
Studiengangverantwortlicher	Prof. Dr. Christian Buske
Erstellungsdatum	13.03.2025
Workload	210 Credit Points ≙ 25h / Credit Point (ECTS)
SPO	1 GDM

Modulübersicht

Grundstudium

Semester	Nr.	Name
1	G1	General Business Administration
1	G2	Applied Mathematics
1	G3	Introduction to IFRS
1	G4	Economics
1	G5	International Law
1	A1/ B1	German 1 Beginner Spanish 1 Beginner
2	G6	Internal Accounting
2	G7	Statistics
2	G8	Management Decisions in Operational Performance Processes I
2	G9	Management Decisions in Operational Performance Processes II
2	G10	Scientific Work
2	A2/ B2	German 2 Beginner Spanish 2 Beginner

Hauptstudium

Semester	Nr.	Name
3	DM1	Digital Marketing I
3	DM2	Entrepreneurship
3	DM3	Innovation Management
3	GS1	International Logistics
3	GS2	Intercultural Competence and Ethics
3	A3/ B3	German 3 Intermediate Spanish 3 Intermediate
4	DM4	Digital Marketing II
4	DM5	Website Optimization
4	GS3	Global Market Research & Big Data

Modulhandbuch Global Digital Marketing and Sales

4	GS4	Customer Management
4	GS5	Marketing and Sales Law
4	A4/ B4	German 4 Intermediate Spanish 4 Intermediate

Praxissemester

Semester	Nr.	Name
5	P	Internship Semester

Hauptstudium

Semester	Nr.	Name
6	DM6	Digital Leadership & Management
6	DM7	Website Coding and Tracking
6	DM8	Business Simulation
6	DM9	Digital Marketing Case Study
6	GS6	Sales Controlling
6	A5/ B5	German 5 Advanced Spanish 5 Advanced
7	DM10	Digital Marketing III
7	DM11	Business Transformation
7	A6/ B6	German 6 Advanced Spanish 6 Advanced
7	BT	Bachelor Thesis and Colloquium

Abkürzungsverzeichnis:

GDM	Global Digital Marketing and Sales
B.A.	Bachelor of Arts
SPO	Studien-und Prüfungsordnung
SPO – AT	Studien-und Prüfungsordnung Allgemeiner Teil
SWS	Semesterwochenstunden
ECTS	European Credit Transfer System
DQR	Deutscher Qualifikationsrahmen

Kursarten

Abkürzung	Beschreibung
V	<p>Vorlesung</p> <p>Vorlesungen dienen der zusammenhängenden Darstellung und Vermittlung von wissenschaftlichem Grund- und Spezialwissen und von methodischen Kenntnissen. Der Lehrvortrag dient der zusammenhängenden Darstellung eines Lehrstoffes sowie der Vermittlung von Fakten und Methoden. Vermittelt werden (über den gesamten Studienverlauf hinweg) breites und integriertes Wissen eines wissenschaftlichen Faches sowie Theorien und Methoden zur Bearbeitung komplexer Probleme einschließlich der wissenschaftlichen Grundlagen, derer praktischen Anwendung sowie eines kritischen Verständnisses der wichtigsten Theorien und Methoden Dabei trägt der/die Lehrende vor und entwickelt den Lehrstoff unter aktiver Beteiligung der Studierenden.</p>
S	<p>Seminar</p> <p>Das Seminar dient der Vertiefung eines Fachgebiets. Die Studierenden erarbeiten selbstständig einen eingegrenzten Themenbereich. Typisch für die Arbeitsweise in Seminaren ist der Wechsel zwischen Vortrag (Studierende und/oder Lehrkraft) und Diskussion nach vorangegangenem studentischem Literaturstudium (Selbststudium). Die Studierenden präsentieren in der Regel die Ergebnisse ihrer Ausarbeitungen und vertiefen hierbei ihre schriftlichen und mündlichen kommunikativen Fähigkeiten. Durch die Möglichkeit der Ausarbeitung in einer Gruppe wird darüber hinaus soziale Kompetenz geschult. Während der Bearbeitungszeit stehen die Studierenden im direkten Kontakt mit dem/der Lehrenden.</p>
Ü	<p>Übung</p> <p>Übungen dienen der praktischen Anwendung und Einübung wissenschaftlicher Methoden und Verfahren in eng umgrenzten Themenbereichen. Anhand von Übungsaufgaben bzw. Übungsfällen wird der Stoff einer Lehrveranstaltung vertieft.</p>
SP	<p>Sprachunterricht</p>

	Sprachdidaktische Kolloquien zeichnen sich durch die Vermittlung von Stoff in Kleingruppen aus, in denen die aktive Mitarbeit der Studierenden ermöglicht wird. Aus diesem Grund besteht Anwesenheitspflicht für die Studierenden. Mündlicher und schriftlicher Ausdruck sowie Hörverständnis werden vermittelt.
PS	Planspiel Planspiele werden eingesetzt, um Entscheidungsprobleme zu simulieren und die Entscheidungsfindung unter bestimmten Zielen und Rahmenbedingungen zu trainieren. Sie ermöglichen es, durch das Einüben von Entscheidungssituationen unterschiedliche Wissensgebiete zusammenzubringen.

Examination Types (see SPO-AT §32)

Abbr.	Description
LK	<p>Studiengangsspezifische Prüfungslesitung</p> <p>In schriftlichen Prüfungen sollen Studierende nachweisen, dass sie in begrenzter Zeit, mit begrenzten Hilfsmitteln und mit den üblichen Methoden ihres Faches Aufgaben lösen und Themen bearbeiten können. Die schriftliche Prüfung soll auch feststellen, ob sie über die erforderlichen Grundkenntnisse verfügen. Abgeprüft werden primär die Inhalte des jeweiligen Faches. Die schriftliche Prüfung findet in dem in der Hochschulordnung festgelegten Prüfungszeitraum statt.</p>
LR	<p>Lehrveranstaltungsspezifische Ausarbeitung/Präsentation</p> <p>In einer Präsentation verfassen die Studierenden eine wissenschaftlich fundierte Ausarbeitung zu einem begrenzten Thema und präsentieren die Ergebnisse mündlich. In der Regel stellen die Kandidatinnen und Kandidaten zusätzliche Unterlagen (Handouts) zur Verfügung und nutzen Visualisierungsmöglichkeiten (Folien, PowerPoint-Präsentationen, Tafelbilder etc.).</p>
LA	<p>Studiengangsspezifische Praxisaufgabe</p> <p>In einer Praxisaufgabe muss die Lösung einer bestimmten Anzahl von Aufgabenstellungen mit theoretischem Bezug geplant und umgesetzt werden. Die Ergebnisse werden in der Regel schriftlich festgehalten.</p>
LKBK	<p>Studiengangsspezifische Kombination von Prüfungsleistungen; Abschluss: Klausur</p> <p>Die kombinierte Prüfungsform „LKBK“ ist eine zusammengesetzte Prüfung, bestehend aus einer oder mehreren mündlichen oder schriftlichen Teilprüfungen und einer abschließenden schriftlichen Prüfung (Abschlussprüfung). Die/Der für die Lehrveranstaltung zuständige Prüfer/in legt in den ersten drei Wochen der Vorlesungszeit fest, wie viele Teilprüfungen an welchen Terminen abgehalten werden. Gleichzeitig legt sie/er den Anteil der einzelnen Teilprüfungen am Endergebnis fest. Diese Festlegung ist den Studierenden schriftlich mitzuteilen und dem für den Studiengang zuständigen Prüfungsausschuss zu melden. Die Bewertung der kombinierten Prüfung ergibt sich aus der Bewertung der Teilprüfungen und der Abschlussprüfung, wobei die Abschlussprüfung bestanden sein muss und mit mindestens 50 % in das Endergebnis einfließt.</p>
LKBR	<p>Lehrveranstaltungsspezifische Kombination von Prüfungsleistungen; Abschluss: Hausarbeit/Präsentation</p> <p>Die kombinierte Prüfungsform „LKBR“ ist eine zusammengesetzte Prüfungsleistung, bestehend aus einer oder mehreren mündlichen oder schriftlichen Teilprüfungen und einer Abschlusspräsentation (Abschlussprüfung). Die/Der für die Lehrveranstaltung zuständige Prüfer/in legt in den ersten drei Wochen der Vorlesungszeit fest, wie viele Teilprüfungen an welchen Terminen abgehalten werden. Gleichzeitig legt sie/er den Anteil der einzelnen Teilprüfungen am Endergebnis fest. Diese Entscheidung ist den Studierenden schriftlich mitzuteilen und dem für den Studiengang zuständigen Prüfungsausschuss mitzuteilen. Die Bewertung der kombinierten Prüfungsleistung ergibt sich gemäß § 11 aus der Bewertung der Teilprüfungen und der Abschlusspräsentation, wobei die Abschlusspräsentation bestanden sein muss und mit mindestens 50 Prozent in das Endergebnis einfließt.</p>
PR	<p>Modulspezifische Ausarbeitung/Präsentation</p>

	<p>In einer lehrveranstaltungsübergreifenden Präsentation verfassen die Studierenden eine wissenschaftlich fundierte Ausarbeitung zu einem interdisziplinären Thema und präsentieren die Ergebnisse mündlich. In der Regel stellen die Kandidatinnen und Kandidaten zusätzliche Unterlagen (Handouts) zur Verfügung und nutzen Visualisierungsmöglichkeiten (Folien, PowerPoint-Präsentationen, Tafelbilder etc.).</p>
SA	<p>Vorprüfung anhand einer praxisbezogenen Hausarbeit (unbenotet)</p> <p>In einer praktischen Hausarbeit muss die Lösung einer bestimmten Anzahl von Aufgabenstellungen mit theoretischem Bezug geplant und umgesetzt werden.</p>
SR	<p>Vorprüfung anhand einer Hausarbeit/eines Vortrags (unbenotet)</p> <p>Bei der Bewertung der Vorprüfungsleistung anhand eines Vortrags wird zwischen „bestanden“ und „nicht bestanden“ unterschieden. Eine Leistung gilt als „nicht bestanden“, wenn sie aufgrund erheblicher Mängel den Anforderungen nicht mehr genügt. Im Vortrag verfassen die Studierenden eine wissenschaftlich fundierte Arbeit zu einem begrenzten Thema und präsentieren die Ergebnisse mündlich. In der Regel stellen die Prüflinge zusätzliche Unterlagen (Handouts) zur Verfügung und nutzen Visualisierungsmöglichkeiten (Folien, PowerPoint-Präsentationen, Tafelbilder etc.).</p>

Ziele des Studiengangs Global Digital Marketing

Der unternehmerische Erfolg wird maßgeblich durch Internationalisierung, Digitalisierung und professionelles Marketing beeinflusst. Die zentrale Zielsetzung des Studiums besteht somit darin den akademischen Führungsnachwuchs im globalen digitalen Marketing zu entwickeln.

Der Bachelorstudiengang besteht aus drei Ausbildungssäulen, die den Studierenden eine optimale Ausbildung und Vorbereitung für die Praxis bieten. Mit der Säule „General Management“ werden die Studierenden in die Betriebswirtschaft eingeführt und erwerben betriebswirtschaftliches Basiswissen. Die in der Säule „General Sales Management“ erlernten Kenntnisse befähigen die Absolventen zur Konzeption innovativer Vertriebsstrukturen und -abläufe in Unternehmen. Die Säule „Digital Marketing“ qualifiziert die Studierenden fachlich und systematisch für jene Themengebiete, die eine Marketingexzellenz im E-Business Bereich des Unternehmens begründen. Darüber hinaus sollen die Flexikurse/ Elective Courses die Zielgruppe der ausländischen Studierenden befähigen, nach ihrem Studium über Deutschkenntnisse zu verfügen, die sie für den deutschsprachigen Arbeitsmarkt benötigen und Studierenden mit Deutschkenntnissen eine zusätzliche Sprache zu erlernen.

Das Ausbildungsangebot „deutsche Sprache“ steht daher nur denjenigen Studierenden als Wahlmöglichkeit offen, deren Zeugnisse nicht in einem deutschsprachigen Land erworben wurden.

Die vermittelten Kenntnisse sind branchenübergreifend. Nach erfolgreichem Abschluss des Bachelorstudiums steht den Absolventen aufgrund der an den Schlüsselqualifikationen orientierten Ausbildung ein breites Spektrum an Einsatzmöglichkeiten im Marketing, Vertriebs- und E-Businessbereich von Unternehmen offen.

Inhalt

Semester 1.....	12
Modul G1 600000 General Business Administration	13
Veranstaltung G1.1 600001 Introduction to Business Administration	13
Veranstaltung G1.2 600002 Digital Business Management	15
Modul G2 600010 Applied Mathematics	17
Veranstaltung G2.1 600011 Applied Mathematics	17
Modul G3 600020 Introduction to IFRS.....	19
Veranstaltung G3.1 600021 Introduction to IFRS	20
Modul G4 600030 Economics.....	22
Veranstaltung G4.1 600031 Microeconomics	22
Veranstaltung G4.2 600032 Macroeconomics	24
Modul G5 600040 International Law	26
Veranstaltung G5.1 600041 International Law	27
Modul EC A1 600050 German 1 Beginner.....	28
Veranstaltung EC A1.1 600051 German 1 Beginner.....	29
Modul EC B1 600060 Spanish 1 Beginner	31
Veranstaltung EC B1.1 600061 Spanish 1 Beginner	31
Semester 2.....	34
Modul G6 600070 Internal Accounting	35
Veranstaltung G6.1 600071 Internal Accounting.....	35
Modul G7 600080 Statistics.....	37
Veranstaltung G7.1 600081 Statistics	38
Modul G8 600090 Management Decisions in Operational Performance Processes I	40
Veranstaltung G8.1 600091 Marketing	40
Veranstaltung G8.2 600092 Human Resource Management	43
Modul G9 600100 Management Decisions in Operational Performance Processes II	44
Veranstaltung G9.1 600101 Design Thinking	45
Veranstaltung G9.2 600102 Digital Product Management	47
Modul G10 600110 Scientific Work.....	48
Veranstaltung G10.1 600111 Scientific Work	49
Modul EC A2 600120 German 2 Beginner.....	51
Veranstaltung EC A2.1 600121 German 2 Beginner.....	52
Modul EC B2 600130 Spanish 2 Beginner	54

Veranstaltung EC B2.1 600131 Spanish 2 Beginner	55
Semester 3.....	57
Modul DM1 600140 Digital Marketing I.....	58
Veranstaltung DM1.1 600141 Digital Brandmanagement.....	58
Veranstaltung DM1.2 600142 Introduction to Online Marketing.....	60
Modul DM2 600150 Entrepreneurship	62
Veranstaltung DM2.1 600151 Entrepreneurship.....	62
Modul DM3 600160 Innovation Management	65
Veranstaltung DM3.1 600161 Innovation Management (Project)	65
Modul GS1 600170 International Logistics	67
Veranstaltung GS1.1 600171 International Logistics	68
Modul GS2 600180 Intercultural Competence and Ethics	70
Veranstaltung GS2.1 Intercultural Competence and Ethics.....	71
Modul EC A3 600190 German 3 Intermediate	73
Veranstaltung EC A3.1 600191 German 3 Intermediate.....	74
Modul EC B3 600200 Spanish 3 Intermediate.....	75
Veranstaltung EC B3.1 600201 Spanish 3 Intermediate.....	76
Seminar 4.....	78
Modul DM4 600210 Digital Marketing II.....	79
Veranstaltung DM4.1 600211 Social Media Marketing	79
Veranstaltung DM4.2 600212 Search Engine Marketing and Optimization	81
Modul DM5 600220 Website Optimization	83
Veranstaltung DM5.1 600221 Behavioural Economics.....	83
Veranstaltung DM5.2 600222 Usability Engineering (App- and Website testing).....	85
Modul GS3 600230 Global Market Research & Big Data	88
Veranstaltung GS3.1 600231 Global Market Research & Big Data	89
Modul GS4 600240 Customer Management.....	90
Veranstaltung GS4.1 600241 Customer Management	91
Modul GS5 600250 Marketing and Sales Law	93
Veranstaltung GS5.1 600251 Marketing and Sales Law.....	93
Modul EC A4 600260 German 4 Intermediate	95
Veranstaltung EC A4.1 600261 German 4 Intermediate.....	96
Modul EC B4 600270 Spanish 4 Intermediate.....	98
Veranstaltung EC B4.1 600271 Spanish 4 Intermediate.....	98

Semester 5.....	101
Modul P 600280 Internship Semester.....	102
Semester 6.....	104
Modul DM6 600290 Digital Leadership & Management	105
Veranstaltung DM6.1 600291 Strategic Corporate Management	105
Veranstaltung DM6.2 600292 Digital Leadership & Future Skills	107
Modul DM7 600300 Website Coding and Tracking	110
Veranstaltung DM7.1 600301 Website Coding and Tracking	110
Modul DM8 600310 Business Simulation	112
Veranstaltung DM8.1 600311 Business Simulation	113
Modul DM9 600320 Digital Marketing Case Study.....	115
Veranstaltung DM9.1 600321 Digital Marketing Case Study.....	116
Modul GS6 600330 Sales Controlling.....	118
Veranstaltung GS6.1 600331 Sales Controlling.....	118
Modul EC A5 600340 German 5 Advanced	121
Veranstaltung EC A5.1 600341 German 5 Advanced	121
Modul EC B5 600350 Spanish 5 Advanced	123
Veranstaltung EC B5.1 Spanish 5 Advanced	123
Semester 7.....	126
Modul DM10 Digital Marketing III.....	127
Veranstaltung DM10.1 Corporate Websites & Mobile Apps	127
Modul DM11 600370 Business Transformation.....	129
Veranstaltung DM11.1 600371 Agile Working Structures and Management	130
Veranstaltung DM11.2 600372 Digital Transformation	132
Modul EC A6 600380 German 6 Advanced	134
Modul EC B6 600390 Spanish 6 Advanced.....	136
Veranstaltung EC B6.1 600391 Spanish 6 Advanced.....	136
Modul BT 600400 Bachelor Thesis and Colloquium.....	138

Semester 1

Modul G1 600000 General Business Administration

Dauer des Moduls	1 Semester
Semester	1
SWS	4
Prüfungsart	PK
Credit Points (ECTS)	5
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Erfolgreiche Absolvierung der Prüfungsleistung (gemeinsame Prüfung der beiden Teilmodule)
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. En-Chi Chang
Lehr-, Lern- und Prüfungsformen	
Lerninhalte	
Kompetenzniveau gemäß DQR	5
Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine
Sonstige Besonderheiten	
Leistungsnachweis bei kombinierter Prüfung	Details und Gewichtung werden zu Beginn des Semesters bekannt gegeben.

Veranstaltung G1.1 600001 Introduction to Business Administration

Lehrveranstaltungsverantwortliche(r)	Prof. Dr. En-Chi Chang
Semester	1
Häufigkeit des Angebots	Wintersemester
Art der Veranstaltung	Vorlesung mit Übungen
Credit Points (ECTS)	3
SWS	2
Workload – Kontaktstunden	30
Workload – Selbststudium	45
Detailbemerkungen zum Workload	Arbeitsaufwand Modulvorbereitung: Vor- und Nachbereitungszeit und Untersuchungszeit im angegebenen Umfang. Die Anleitung dazu finden Sie im ILIAS-Lernmanagementsystem (Modulvorbereitung).
Prüfungsart	Kursübergreifende Prüfung auf Modulebene

Prüfungsdauer	120 min
Verpflichtung	Pflichtfach
Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine
Lehr- / Lernmethoden	<p>Vorlesung mit integrierter Übung</p> <p>Selbststudium: Vor- und Nachbereitung der Vorlesung, Bearbeitung von Fragestellungen, begleitende Prüfungsvorbereitung</p>
Fachkompetenz: Wissen und Verstehen	<p>Diese Fachkompetenzen beziehen sich sowohl auf Fragestellungen des General Managements als auch auf den Kompetenzaufbau hinsichtlich grundlegender rechtlicher Rahmenbedingungen. Die Studierenden kennen Gegenstand und Geschichte der BWL, verstehen die sich aus der Wahl der Unternehmensform ergebenden rechtlichen und wirtschaftlichen Konsequenzen sowie grundlegende unternehmerische Entscheidungstatbestände. Sie verfügen über ein integriertes vertieftes fachtheoretisches Wissen dieses Lernbereiches.</p> <p>Die Studierenden verfügen über ein sehr breites Spektrum kognitiver und praktischer Fähigkeiten und Methoden zur Lösung von Fragestellungen in dem spezialisierten und sich stetig veränderndem Lernbereich der Allgemeinen BWL und können dabei die Wechselwirkungen der Entscheidungen in einzelnen betrieblichen Funktionalbereichen bei der Lösung praktischer Problemstellungen berücksichtigen.</p>
Persönliche Kompetenz: Sozialkompetenz	
Persönliche Kompetenz: Selbstständigkeit	
Kompetenzniveau gemäß DQR	5
Kursinhalte	<p>1. Geschichte und Gegenstand der BWL</p> <ul style="list-style-type: none"> • Betriebswirtschaftslehre als Wissenschaft • Geschichtliche Entwicklung der Betriebswirtschaftslehre • Bedürfnis, Nutzenerwartung und Bedarf • Betrieb, Haushalt und Unternehmen <p>2. Unternehmen und ihre Formen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Der Lebenszyklus von Unternehmen • Unternehmenstypen, Rechtsformen

	<ul style="list-style-type: none"> • Kooperationsformen • Konzentrationsformen <p>3. Unternehmensentscheidungen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Entscheidungsfindung und Entscheidungspathologien • Rahmenbedingungen unternehmerischer Entscheidungen • Das Zielsystem eines Unternehmens • Strategische und operative Planungsprozesse • Ausgewählte Entscheidungstechniken
Empfehlung für begleitende Veranstaltungen	
Sonstige Besonderheiten	
Literatur / Lernquellen	Ebert, R., Ebert, R.J., and Griffin, R.W. (2022), <i>Business Essentials, Global Edition, 13th Edition</i> , Harlow, England: Pearson
Terminierung im Stundenplan	Regulär in StarPlan

Veranstaltung G1.2 600002 Digital Business Management

Lehrveranstaltungsverantwortliche(r)	Prof. Dr. En-Chi Chang
Semester	1
Häufigkeit des Angebots	Wintersemester
Art der Veranstaltung	Vorlesung mit Übungen
Credit Points (ECTS)	2
SWS	2
Workload – Kontaktstunden	30
Workload – Selbststudium	20
Detailbemerkungen zum Workload	Arbeitsaufwand Modulvorbereitung: Vor- und Nachbereitungszeit und Untersuchungszeit im angegebenen Umfang. Die Anleitung dazu finden Sie im ILIAS-Lernmanagementsystem (Modulvorbereitung).
Prüfungsart	Prüfung auf Modulebene
Prüfungsdauer	120 min
Verpflichtung	Pflichtfach
Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine
Lehr- / Lernmethoden	Vorlesung mit integrierter Übung

	Selbststudium: Vor- und Nachbereitung der Vorlesung, Bearbeitung von Fragestellungen, begleitende Prüfungsvorbereitung
Fachkompetenz: Wissen und Verstehen	Studierende entwickeln ein umfassendes Verständnis der Digitalisierung anhand von Fallstudien aus der Praxis aus dem Bereich der Forschung und der Industrie.
Persönliche Kompetenz: Sozialkompetenz	Anhand von praktischen Beispielen und forschungsgeleiteter Methodik erhalten die Studierenden Einblicke in die Konzepte, Rahmenbedingungen und Methoden von Wirtschaftsinformatik. Die Studierenden erwerben theoretisches Wissen aus den Vorlesungen, um es dann in interaktiven Diskussionen und eingebetteten Gruppenaufgaben auf aktuelle Themen in der Praxis anzuwenden.
Persönliche Kompetenz: Selbstständigkeit	
Kompetenzniveau gemäß DQR	5
Kursinhalte	Digitale Produkte und Dienstleistungen sind sowohl für Einzelpersonen wie auch für Organisationen ein wichtiger Bestandteil des Alltags geworden. Die tiefgreifenden Auswirkungen der Digitalisierung zwingen Unternehmen dazu, sich an veränderte Geschäftsparadigmen anzupassen und digitale Technologien und Medien zu nutzen. Doch mit welchen Chancen und Risiken sehen sich Unternehmen konfrontiert, wenn sie digitale Technologien und Medien, wie z.B. Künstliche Intelligenz, einsetzen? Wie können diese Chancen genutzt und gleichzeitig potenzielle Risiken gemindert werden? Welche ethischen und gesellschaftlichen Implikationen ergeben sich ferner aus dem Prozess der Digitalisierung? Dieses Modul befasst sich mit den grundlegenden und zukunftsweisenden Konzepten der Digitalisierung für Individuen, Unternehmen und die Gesellschaft als Ganzes. Es untersucht die Chancen und Einschränkungen sowie die Herausforderungen, die die Digitalisierung insbesondere für Unternehmen und andere Einrichtungen mit sich bringt.
Empfehlung für begleitende Veranstaltungen	
Sonstige Besonderheiten	
Literatur / Lernquellen	Hanlon, A. (2024), Digital Business, London: Sage Wirtz, B.W. (2024), Digital Business and Electronic Commerce, 2 nd Edition, Cham, Switzerland: Springer Nature
Terminierung im Stundenplan	Regulär in StarPlan

Modul G2 600010 Applied Mathematics

Dauer des Moduls	1 Semester
Semester	1
SWS	4
Prüfungsart	LK
Credit Points (ECTS)	5
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Erfolgreiche Absolvierung der Prüfungsleistung
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Christian Buske
Lehr-, Lern- und Prüfungsformen	
Lerninhalte	
Kompetenzniveau gemäß DQR	6
Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine
Sonstige Besonderheiten	
Leistungsnachweis bei kombinierter Prüfung	Nicht zutreffend

Veranstaltung G2.1 600011 Applied Mathematics

Lehrveranstaltungsverantwortliche(r)	Charles Gish
Semester	1
Häufigkeit des Angebots	Wintersemester
Art der Veranstaltung	Vorlesung mit Übungen
Credit Points (ECTS)	5
SWS	4
Workload – Kontaktstunden	60
Workload – Selbststudium	65
Detailbemerkungen zum Workload	Workload Vorbereitung/Nachbereitung: Vor/Nachbereitung außerhalb Vorlesungs- und Prüfungszeit im angegebenen Umfang. Dies erfolgt im Rahmen des Mathematik-Vorbereitungskurses.
Prüfungsart	Prüfung auf Modulebene

Prüfungsdauer	120 min
Verpflichtung	Pflichtfach
Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine
Lehr- / Lernmethoden	
Fachkompetenz: Wissen und Verstehen	<p>Die Studierenden können die Methoden der linearen Algebra und mehrvariablen Analysis benennen und erklären. Sie sind in der Lage diese Methoden aufzuführen bzw. zu interpretieren und auf betriebswirtschaftliche Anwendungsgebiete zu übertragen und damit entsprechende Rückschlüsse zu ziehen.</p> <p>Die Studierenden sind in der Lage für entsprechende Fragestellungen die passenden Methoden auszuwählen und anzuwenden. Anhand der Methoden können die Studierenden ökonomische Problemstellungen lösen und Zusammenhänge erkennen.</p>
Persönliche Kompetenz: Sozialkompetenz	
Persönliche Kompetenz: Selbstständigkeit	
Kompetenzniveau gemäß DQR	6
Kursinhalte	<p>1. Differentialrechnung mit Funktionen einer unabhängigen Variablen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Differenzialquotient und Ableitungsregeln • Höhere Ableitungen • Extremwertbestimmung <p>2. Differentialrechnung mit Funktionen mit mehreren unabhängigen Variablen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Partielle Ableitungen • Partielles und totales Differenzial • Extremwertbestimmung mit und ohne Nebenbedingungen <p>3. Lineare Algebra</p> <ul style="list-style-type: none"> • Matrizen und Vektoren • Matrix- und Vektoroperationen • Lineare Gleichungssysteme • Ökonomische Anwendungen

	4. Lineare Optimierung <ul style="list-style-type: none"> • Grafische Lösung linearer Programme • Simplexverfahren
Empfehlung für begleitende Veranstaltungen	Mathe-Grundlagenkurs im Rahmen der Welcome Week
Sonstige Besonderheiten	
Literatur / Lernquellen	Calculus Vol. 1 - openstax.org: https://openstax.org/details/books/calculus-volume-1 Linear Algebra Done Wrong - Brown University: https://www.math.brown.edu/streil/papers/LADW/LADW_2017-09-04.pdf
Terminierung im Stundenplan	Regulär in StarPlan

Modul G3 600020 Introduction to IFRS

Dauer des Moduls	1 Semester
Semester	1
SWS	4
Prüfungsart	LK
Credit Points (ECTS)	5
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Erfolgreiche Absolvierung der Prüfungsleistung
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Karola Bastini
Lehr-, Lern- und Prüfungsformen	
Lerninhalte	
Kompetenzniveau gemäß DQR	5
Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine
Sonstige Besonderheiten	
Leistungsnachweis bei kombinierter Prüfung	Nicht zutreffend

Veranstaltung G3.1 600021 Introduction to IFRS

Lehrveranstaltungsverantwortliche(r)	Prof. Dr. Karola Bastini
Semester	1
Häufigkeit des Angebots	Wintersemester
Art der Veranstaltung	Vorlesung mit Übungen
Credit Points (ECTS)	5
SWS	4
Workload – Kontaktstunden	50
Workload – Selbststudium	65
Detailbemerkungen zum Workload	
Prüfungsart	Prüfung auf Modulebene
Prüfungsdauer	120 min
Verpflichtung	Pflichtfach
Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine
Lehr- / Lernmethoden	<p>Vorlesung mit integrierter Übung</p> <p>Selbststudium: Vor- und Nachbereitung der Vorlesung, Bearbeitung von Fragestellungen, begleitende Prüfungsvorbereitung</p>
Fachkompetenz: Wissen und Verstehen	<p>Die Studierenden sind in der Lage, die nationalen und internationalen Rechnungslegungsvorschriften zu benennen und voneinander abzugrenzen. Sie können die zentralen Elemente eines IFRS-Abschlusses beschreiben und ableiten. Die Studierenden sind zudem befähigt, wichtige Fragestellungen in Bezug auf internationale Ansatz- und Bewertungsvorschriften zu beantworten und diese den nationalen Vorschriften gegenüberzustellen.</p> <p>Die Studierenden sind in der Lage, die internationalen Ansatz- und Bewertungsvorschriften auf wichtige Geschäftsvorfälle des Unternehmens anzuwenden. Sie können damit deren bilanzielle Behandlung aus den bestehenden Rechtsgrundlagen ableiten und sind befähigt, die erforderlichen Beurteilungsschritte für einzelne Sachverhalte zu analysieren.</p>
Persönliche Kompetenz: Sozialkompetenz	
Persönliche Kompetenz: Selbstständigkeit	
Kompetenzniveau gemäß DQR	5
Kursinhalte	1.Rechtsgrundlagen und Technik des betrieblichen Rechnungswesens

	<ul style="list-style-type: none"> - Buchführung im Rahmen des Rechnungswesens - System und Technik der doppelten Buchführung: Inventur - Inventar - Bilanz - Bestandsbuchungen - Erfolgsbuchungen - Kontenrahmen und Kontenplan <p>2. Ausgewählte Buchungsfälle</p> <p>3. Abschlusserstellung mit Bilanz und Gewinn- und Verlustrechnung</p> <p>4. Einführung in die nationale/internationale Rechnungslegung und deren konzeptionellen Grundlagen/Unterschiede</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Handelsgesetzbuch (HGB) b. International Financial Reporting Standards (IFRS) <p>5. Zentrale Bestandteile eines IFRS- (Konzern)Abschlusses und deren Besonderheiten/Spezifika</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Bilanz b. Gewinn- und Verlustrechnung sowie Gesamtergebnisrechnung c. Kapitalflussrechnung d. Anhang <p>6. Bilanzierung Aktiva</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Sachanlagen b. Finanzanlagen und -instrumente c. Imaterielle Vermögensgegenstände d. Fertigungsaufträge e. Vorräte <p>7. Bilanzierung Passiva</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Eigenkapital b. Rückstellungen <p>Verbindlichkeiten</p>
Empfehlung für begleitende Veranstaltungen	
Sonstige Besonderheiten	
Literatur / Lernquellen	<p>International Financial Reporting Standards (IFRS) 2025 19. Auflage. 2025 1696 S.</p>

	Wiley-VCH. ISBN 978-3-527-51204-1
Terminierung im Stundenplan	Regulär in StarPlan

Modul G4 600030 Economics

Dauer des Moduls	1 Semester
Semester	1
SWS	4
Prüfungsart	PK
Credit Points (ECTS)	5
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Erfolgreiche Absolvierung der Prüfungsleistung
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. En-Chi Chang
Lehr-, Lern- und Prüfungsformen	
Lerninhalte	
Kompetenzniveau gemäß DQR	6
Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine
Sonstige Besonderheiten	
Leistungsnachweis bei kombinierter Prüfung	Details und Gewichtung werden zu Beginn des Semesters bekanntgegeben

Veranstaltung G4.1 600031 Microeconomics

Lehrveranstaltungsverantwortliche(r)	Prof. Dr. En-Chi Chang
Semester	1
Häufigkeit des Angebots	Wintersemester
Art der Veranstaltung	Vorlesung mit Übungen
Credit Points (ECTS)	2
SWS	2
Workload – Kontaktstunden	30
Workload – Selbststudium	20
Detailbemerkungen zum Workload	

Prüfungsart	Prüfung auf Modulebene
Prüfungsdauer	120 min
Verpflichtung	Pflichtfach
Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine
Lehr- / Lernmethoden	<p>Vorlesung mit integrierter Übung</p> <p>Selbststudium: Vor- und Nachbereitung der Vorlesung, Bearbeitung von Fragestellungen, begleitende Prüfungsvorbereitung</p>
Fachkompetenz: Wissen und Verstehen	<p>Die Studierenden kennen Themengebiete und Fragestellungen der Mikroökonomie, verstehen das Funktionieren der einzelnen Märkte und die Entscheidungsparameter der Unternehmen und Konsumenten aus der Sicht der Mikroökonomie. Sie verfügen über ein integriertes vertieftes fachtheoretisches Wissen dieses Lernbereiches.</p> <p>Die Studierenden verfügen über ein sehr breites Spektrum kognitiver und praktischer Fähigkeiten und Methoden zur Lösung von Fragestellungen in dem sehr spezialisierten Lernbereich der Mikroökonomie und können dabei die Wechselwirkungen der Entscheidungen in einzelnen Marktsegmenten bei der Lösung praktischer Problemstellungen berücksichtigen.</p>
Persönliche Kompetenz: Sozialkompetenz	
Persönliche Kompetenz: Selbstständigkeit	Die Studierenden lernen einzeln bzw. in Arbeitsgruppenteams eigene und fremd gesetzte Lern- bzw. Arbeitsgruppenziele selbstgesteuert zu erreichen, zu reflektieren und zu bewerten.
Kompetenzniveau gemäß DQR	6
Kursinhalte	<p>1. Einführung in die Mikroökonomie</p> <p>2. Koordinationsfunktion des Marktes</p> <ul style="list-style-type: none"> • Der Marktprozess • Arbeitsteilung, komparative Kosten und Wohlstand • Informations- und Koordinationsprobleme <p>3. Die optimale Konsumententscheidung – Die Nachfrage</p> <ul style="list-style-type: none"> • Budgetrestriktion • Nutzenfunktion

	<ul style="list-style-type: none"> • Entscheidung <p>4. Das Angebot</p> <ul style="list-style-type: none"> • Individuelle Angebotskurve • Langfristige Angebotskurve <p>5. Monopole und Kartelle</p> <ul style="list-style-type: none"> • Optimierung des Absatzpreises • Produktdifferenzierung <p>6. Der Arbeitsmarkt</p> <ul style="list-style-type: none"> • Angebot und Nachfrage auf dem Arbeitsmarkt <p>7. Funktionen des Staates</p> <ul style="list-style-type: none"> • Distributionsfunktion und soziale Aspekte • Allokationsfunktion und Umweltpolitik
Empfehlung für begleitende Veranstaltungen	
Sonstige Besonderheiten	
Literatur / Lernquellen	Flynn, S.M.(2023), Economics for Dummies, 4 th Edition, Hoboken, NJ: Wiley. Parkin, M. (2022), Microeconomics, Global Edition, 14 th Edition, Harlow, England: Pearson.
Terminierung im Stundenplan	Regulär in StarPlan

Veranstaltung G4.2 600032 Macroeconomics

Lehrveranstaltungsverantwortliche(r)	Prof. Dr. En-Chi Chang
Semester	1
Häufigkeit des Angebots	Wintersemester
Art der Veranstaltung	Vorlesung mit Übungen
Credit Points (ECTS)	3
SWS	2
Workload – Kontaktstunden	30

Workload – Selbststudium	45
Detailbemerkungen zum Workload	
Prüfungsart	Prüfung auf Modulebene
Prüfungsdauer	120 min
Verpflichtung	Pflichtfach
Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine
Lehr- / Lernmethoden	<p>Vorlesung mit integrierter Übung</p> <p>Selbststudium: Vor- und Nachbereitung der Vorlesung, Bearbeitung von Fragestellungen, begleitende Prüfungsvorbereitung</p>
Fachkompetenz: Wissen und Verstehen	<p>Die Studierenden kennen Themengebiete und Fragestellungen der Makroökonomie. Sie verstehen das Funktionieren einzelner volkswirtschaftlicher Modelle sowie die entscheidenden Stellschrauben gesamtwirtschaftlichen Handelns aus der Sicht der Makroökonomie. Sie verfügen über ein integriertes vertieftes fachtheoretisches Wissen dieses Lernbereiches.</p> <p>Die Studierenden verfügen über ein sehr breites Spektrum kognitiver und praktischer Fähigkeiten und Methoden zur Lösung von Problemstellungen in dem sehr spezialisierten Lernbereich der Makroökonomie und können dabei die Interdependenzen der Entscheidungen in einzelnen Bereichen einer Volkswirtschaft bei der Lösung makroökonomischer Fragestellungen berücksichtigen.</p>
Persönliche Kompetenz: Sozialkompetenz	
Persönliche Kompetenz: Selbstständigkeit	Die Studierenden lernen einzeln bzw. in Arbeitsgruppenteams eigene und fremd gesetzte Lern- bzw. Arbeitsgruppenziele selbstgesteuert zu erreichen, zu reflektieren und zu bewerten.
Kompetenzniveau gemäß DQR	6
Kursinhalte	<ol style="list-style-type: none"> 1. Volkswirtschaftliche Gesamtrechnung 2. Gütermarkt 3. Geld- und Kapitalmarkt 4. IS-LM-Modell 5. Arbeitsmarkt 6. Gesamtwirtschaftliches Gleichgewicht 7. Zins- und Inflationstheorie 8. Geld und Fiskalpolitik

	9. Wechselkurse und Wechselkurssysteme 10. Relative und absolute Preisvorteile 11. Faktorwanderungen 12. Reales Tauschverhältnis und Handelsgleichgewicht 13. Handelspolitische Instrumente 14. Zahlungsbilanz und Zahlungsbilanzmechanismen 15. Stabilisierungspolitik bei festem Wechselkurs und flexiblen Wechselkursen
Empfehlung für begleitende Veranstaltungen	
Sonstige Besonderheiten	
Literatur / Lernquellen	Flynn, S.M.(2023), Economics for Dummies, 4 th Edition, Hoboken, NJ: Wiley. Parkin, M. (2022), Macroeconomics, Global Edition, 14 th Edition, Harlow, England: Pearson.
Terminierung im Stundenplan	Regulär in StarPlan

Modul G5 600040 International Law

Dauer des Moduls	1 Semester
Semester	1
SWS	4
Prüfungsart	LK
Credit Points (ECTS)	5
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Erfolgreiche Absolvierung der Prüfungsleistung
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Christine Monsch
Lehr-, Lern- und Prüfungsformen	
Lerninhalte	
Kompetenzniveau gemäß DQR	5
Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine
Sonstige Besonderheiten	

Leistungsnachweis bei kombinierter Prüfung	Nicht zutreffend
--	------------------

Veranstaltung G5.1 600041 International Law

Lehrveranstaltungsverantwortliche(r)	Prof. Dr. Christine Monsch
Semester	1
Häufigkeit des Angebots	Wintersemester
Art der Veranstaltung	Vorlesung mit Übungen
Credit Points (ECTS)	5
SWS	4
Workload – Kontaktstunden	60
Workload – Selbststudium	65
Detailbemerkungen zum Workload	Arbeitsaufwand Modulvorbereitung: Vor- und Nachbereitungszeit und Untersuchungszeit im angegebenen Umfang. Die Anleitung dazu finden Sie im ILIAS-Lernmanagementsystem (Modulvorbereitung).
Prüfungsart	Prüfung auf Modulebene
Prüfungsdauer	120 min
Verpflichtung	Pflichtfach
Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine
Lehr- / Lernmethoden	Vorlesung mit integrierter Übung Selbststudium: Vor- und Nachbereitung der Vorlesung, Bearbeitung von Fragestellungen, begleitende Prüfungsvorbereitung
Fachkompetenz: Wissen und Verstehen	<p>Die Studierenden können die juristische Methodenlehre inhaltlich kennzeichnen und sind in der Lage die allgemeine Rechtsgeschäftslehre zu charakterisieren. Sie können damit die fachtheoretischen Grundlagen und die praktische Bedeutung des Wirtschaftsprivatrechts erkennen. Die Studierenden sind in der Lage, die wichtigsten Vertragstypen und dabei auftretende Leistungsstörungen und Haftungsfragen zu beschreiben und zu demonstrieren. Besonderheiten von Handelsgeschäften sowie die wichtigsten Gesellschaftsformen können wiedergegeben, beschrieben bzw. abgegrenzt werden.</p> <p>Die Studierenden sind in der Lage, die Regelungen des Vertragsrechts auf bedeutsame Rechtsverhältnisse der betrieblichen Praxis anzuwenden. Sie sind in der Lage, eine konkrete Fallgestaltung zu analysieren, diese in ihre wesentlichen rechtlichen Aspekte zu differenzieren und einen begründeten Lösungsvorschlag zu erarbeiten. Die</p>

	Studierenden sind ferner befähigt, die allgemeinen Regelungen auf Handelsgeschäfte zu übertragen. Sie können ferner die Beziehungen zwischen den rechtlichen Strukturen der Rechtsformen und der Rechtsformwahl klarlegen.
Persönliche Kompetenz: Sozialkompetenz	
Persönliche Kompetenz: Selbstständigkeit	
Kompetenzniveau gemäß DQR	5
Kursinhalte	<ul style="list-style-type: none"> • Juristische Methodenlehre • Rechtssubjekte, Rechtsobjekte und allg. Rechtsgeschäftslehre • Grundlagen des Vertragsrechts • Wirtschaftlich relevante Vertragstypen • Leistungsstörungen und Haftung • Sachenrechtliche Grundlagen • Besonderheiten des Handelsgeschäfts • Wesentliche Gesellschaftsformen • Aspekte der Rechtsformwahl • Internationale Rechtsformen Internationale Rechtsauslegung
Empfehlung für begleitende Veranstaltungen	
Sonstige Besonderheiten	
Literatur / Lernquellen	Bekanntgabe nach Semesterbeginn
Terminierung im Stundenplan	Regulär in StarPlan

Modul EC A1 600050 German 1 Beginner

Dauer des Moduls	1 Semester
Semester	1
SWS	4
Prüfungsart	LK
Credit Points (ECTS)	5

Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Erfolgreiche Absolvierung der Prüfungsleistung
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Christian Buske
Lehr-, Lern- und Prüfungsformen	
Lerninhalte	
Kompetenzniveau gemäß DQR	5
Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine
Sonstige Besonderheiten	
Leistungsnachweis bei kombinierter Prüfung	Nicht zutreffend

Veranstaltung [EC A1.1 600051 German 1 Beginner](#)

Lehrveranstaltungsverantwortliche(r)	Andrea Hesse
Semester	1
Häufigkeit des Angebots	Wintersemester
Art der Veranstaltung	Vorlesung mit Übungen
Credit Points (ECTS)	5
SWS	4
Workload – Kontaktstunden	60
Workload – Selbststudium	65
Detailbemerkungen zum Workload	Arbeitsaufwand zur Vorbereitung und Nachbereitung außerhalb der Vorlesung und Prüfungszeit im angegebenen Umfang
Prüfungsart	Prüfung auf Modulebene
Prüfungsdauer	120 min
Verpflichtung	Wahlpflichtfach
Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine
Lehr- / Lernmethoden	Seminaristischer Unterricht mit Übungen in den Lehrveranstaltungen. Das Selbststudium umfasst regelmäßige Hausaufgaben, die Vor- und Nachbereitung der Veranstaltungen sowie fristgerechte Einreichungen von Prüfungsleistungen und die Prüfungsvorbereitung.

Fachkompetenz: Wissen und Verstehen	Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls können die Lernenden: <ul style="list-style-type: none"> • vertraute Wörter und einfache Sätze in Texten verstehen • vertraute Wörter und einfache Sätze verstehen, wenn langsam und deutlich gesprochen wird • sich auf einfache Art verständigen, einfache Fragen zu unmittelbar notwendigen Dingen und vertrauten Themen stellen und beantworten • sich und andere vorstellen und beschreiben • einfache Nachrichten schreiben und einfache Formulare ausfüllen
Persönliche Kompetenz: Sozialkompetenz	Die Studierenden üben Teamkompetenz durch kooperatives Handeln in multinational gemischten Gruppen.
Persönliche Kompetenz: Selbstständigkeit	
Kompetenzniveau gemäß DQR	5
Kursinhalte	In diesem Modul werden Grundkenntnisse in Deutsch als Fremdsprache unter Berücksichtigung interkultureller und landeskundlicher Aspekte vermittelt, die es den Studierenden ermöglichen, sich in alltäglichen Grundsituationen - z.B. beim Einkaufen, im Restaurant, im öffentlichen Verkehr etc. - trotz geringer Sprachkenntnisse zurechtzufinden. Sie lernen/üben grundlegendes Vokabular zu Themen wie Familie, Beruf, Freizeit und Ernährung, Plural der Nomen, Personal- und Demonstrativpronomen und einfache Negationsformen, einfache Fragen zur Person/zur Familie zu stellen und zu beantworten, Zahlen, Preise und Uhrzeiten zu verstehen und zu benutzen und in einfach strukturierten Hauptsätzen Alltägliches im Präsens zu berichten. Es werden Möglichkeiten aufgezeigt, den Lernprozess in der Fremdsprache eigenverantwortlich und effektiv zu gestalten. Im Modul werden i.d.R. die folgenden Themengebiete (einschließlich nötigem Vokabular und Grammatik) behandelt: <ul style="list-style-type: none"> • Kennenlernen und Familie • Termine und Zahlen • Freizeit • Wohnen • Kleidung • Reisen

	• Einkaufen, Essen und Trinken
Empfehlung für begleitende Veranstaltungen	Vor Ankunft in Deutschland empfiehlt sich die Teilnahme am Online-Kurs: https://a1.vhs-lernportal.de/wws/9.php#/wws/home.php
Sonstige Besonderheiten	
Literatur / Lernquellen	Kurs DaF. Deutsch für Studium und Beruf. Klett Verlag
Terminierung im Stundenplan	Regulär in StarPlan

Modul EC B1 600060 Spanish 1 Beginner

Dauer des Moduls	1 Semester
Semester	1
SWS	4
Prüfungsart	LK
Credit Points (ECTS)	5
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Erfolgreiche Absolvierung der Prüfungsleistung
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr.-Ing. Ricarda Schlimbach
Lehr-, Lern- und Prüfungsformen	
Lerninhalte	
Kompetenzniveau gemäß DQR	5
Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine
Sonstige Besonderheiten	
Leistungsnachweis bei kombinierter Prüfung	Nicht zutreffend

Veranstaltung EC B1.1 600061 Spanish 1 Beginner

Lehrveranstaltungsverantwortliche(r)	Prof. Dr.-Ing. Ricarda Schlimbach
Semester	1
Häufigkeit des Angebots	Wintersemester
Art der Veranstaltung	Vorlesung mit Übungen
Credit Points (ECTS)	5

SWS	4
Workload – Kontaktstunden	60
Workload – Selbststudium	65
Detaillbemerkungen zum Workload	Arbeitsaufwand zur Vorbereitung und Nachbereitung außerhalb der Vorlesung und Prüfungszeit im angegebenen Umfang
Prüfungsart	Prüfung auf Modulebene
Prüfungsdauer	120 min
Verpflichtung	Wahlpflichtfach
Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine
Lehr- / Lernmethoden	Seminaristischer Unterricht mit Übungen in den Lehrveranstaltungen. Das Selbststudium umfasst regelmäßige Hausaufgaben, die Vor- und Nachbereitung der Veranstaltungen sowie fristgerechte Einreichungen von Prüfungsleistungen und die Prüfungsvorbereitung.
Fachkompetenz: Wissen und Verstehen	<p>Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls können die Lernenden:</p> <ul style="list-style-type: none"> • vertraute Wörter und einfache Sätze in Texten verstehen • vertraute Wörter und einfache Sätze verstehen, wenn langsam und deutlich gesprochen wird • sich auf einfache Art verständigen, einfache Fragen zu unmittelbar notwendigen Dingen und vertrauten Themen stellen und beantworten • sich und andere vorstellen und beschreiben • einfache Nachrichten schreiben und einfache Formulare ausfüllen
Persönliche Kompetenz: Sozialkompetenz	Die Studierenden üben Teamkompetenz durch kooperatives Handeln in multinational gemischten Gruppen.
Persönliche Kompetenz: Selbstständigkeit	
Kompetenzniveau gemäß DQR	5
Kursinhalte	<p>In diesem Modul werden Grundkenntnisse in Spanisch als Fremdsprache unter Berücksichtigung interkultureller und landeskundlicher Aspekte vermittelt, die es den Studierenden ermöglichen, sich in alltäglichen Grundsituationen - z.B. beim Einkaufen, im Restaurant, im öffentlichen Verkehr etc. - trotz geringer Sprachkenntnisse zurechtzufinden.</p> <p>Sie lernen/üben grundlegendes Vokabular zu Themen wie Familie, Beruf, Freizeit und Ernährung, Plural der Nomen, Personal- und Demonstrativpronomen und einfache</p>

	<p>Negationsformen, einfache Fragen zur Person/zur Familie zu stellen und zu beantworten, Zahlen, Preise und Uhrzeiten zu verstehen und zu benutzen und in einfach strukturierten Hauptsätzen Alltägliches im Präsens zu berichten. Es werden Möglichkeiten aufgezeigt, den Lernprozess in der Fremdsprache eigenverantwortlich und effektiv zu gestalten.</p> <p>Im Modul werden i.d.R. die folgenden Themengebiete (einschließlich nötigem Vokabular und Grammatik) behandelt:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kennenlernen und Familie • Termine und Zahlen • Freizeit • Wohnen • Kleidung • Reisen • Einkaufen, Essen und Trinken
Empfehlung für begleitende Veranstaltungen	
Sonstige Besonderheiten	
Literatur / Lernquellen	"Adelante! Nivel elemental! Klett Verlag
Terminierung im Stundenplan	Regulär in StarPlan

Semester 2

Modul G6 600070 Internal Accounting

Dauer des Moduls	1 Semester
Semester	2
SWS	4
Prüfungsart	LK
Credit Points (ECTS)	5
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Erfolgreiche Absolvierung der Prüfungsleistung
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Gerold Heizmann
Lehr-, Lern- und Prüfungsformen	
Lerninhalte	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kostenrechnung als Informationsinstrument 2. Kostentheoretische Grundlagen der Kostenrechnung 3. Merkmale von Kostenrechnungssystemen 4. Kostenartenrechnung 5. Kostenstellenrechnung 6. Kostenträgerrechnung 7. Voll- und Teilkostenrechnungssysteme
Kompetenzniveau gemäß DQR	6
Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine
Sonstige Besonderheiten	
Leistungsnachweis bei kombinierter Prüfung	Nicht zutreffend

Veranstaltung G6.1 600071 Internal Accounting

Lehrveranstaltungsverantwortliche(r)	
Semester	2
Häufigkeit des Angebots	Sommersemester
Art der Veranstaltung	Vorlesung mit Übungen
Credit Points (ECTS)	5
SWS	4

Workload – Kontaktstunden	60
Workload – Selbststudium	65
Detailbemerkungen zum Workload	Workload Vorbereitung/Nachbereitung: Vor/Nachbereitung außerhalb Vorlesungs- und Prüfungszeit im angegebenen Umfang. Die Hinweise dazu befinden sich in ILIAS (Modulvorbereitung)
Prüfungsart	Prüfung auf Modulebene
Prüfungsdauer	120 min
Verpflichtung	Pflichtfach
Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine
Lehr- / Lernmethoden	<p>Vorlesung mit integrierter Übung</p> <p>Selbststudium: Vor- und Nachbereitung der Vorlesung, Bearbeitung von Fragestellungen, begleitende Prüfungsvorbereitung</p>
Fachkompetenz: Wissen und Verstehen	<p>Die Studierenden können die Funktion der Kostenrechnung als betriebliches Informationsinstrument detailliert benennen und beispielhaft demonstrieren. Sie sind in der Lage den Kostenbegriff zweckorientiert zu definieren und verschiedene Kostenbegriffe einander gegenüberzustellen; sie können daher die wissenschaftlichen bzw. kostentheoretischen</p> <p>Grundlagen darstellen. Sie sind ferner in der Lage die Bereiche der Kostenrechnung (Kostenarten-, Kostenstellen- und Kostenträgerrechnung) zu charakterisieren und gegeneinander abzugrenzen. Voll- und Teilkostensysteme können sie in ihrem Wesensgehalt kennzeichnen und erklären.</p> <p>Die Studierenden können die Techniken der Kostenartenrechnung anwenden und sind damit in der Lage, Kosten nach Art und</p> <p>Höhe zu bestimmen und damit betriebliche Kostenstrukturen zu analysieren. Sie können auf Basis betrieblicher Daten Kostenstellenrechnungen durchführen und sind in der Lage, bspw. bei Kostenverrechnungen, implizit getroffene Annahmen zu erkennen und kritisch zu würdigen. Die Studierenden sind in der Lage unter Anwendung verschiedener Verfahren bspw. die Selbstkosten eines Produktes zu berechnen und können die dabei bestehenden Abhängigkeiten und Beziehungen klarlegen.</p>
Persönliche Kompetenz: Sozialkompetenz	
Persönliche Kompetenz: Selbstständigkeit	

Kompetenzniveau gemäß DQR	6
Kursinhalte	<ul style="list-style-type: none"> • Kostenrechnung als Informationsinstrument • Kostentheoretische Grundlagen der Kostenrechnung • Merkmale von Kostenrechnungssystemen • Kostenartenrechnung • Kostenstellenrechnung • Kostenträgerrechnung • Voll- und Teilkostenrechnungssysteme
Empfehlung für begleitende Veranstaltungen	
Sonstige Besonderheiten	
Literatur / Lernquellen	<p>Horngren, C. T., Sundem, G. L., & Stratton, W. O. (2002). Introduction to Management Accounting. Upper Saddle River, NJ: Pearson Prentice Hall.</p> <p>Garrison, R. H., Noreen, E. W., & Brewer, P. C. (2018). Managerial Accounting. New York, NY: McGraw-Hill Education.</p> <p>Drury, C. (2013). Management and Cost Accounting. Hampshire: Cengage Learning.</p> <p>Bhimani, A., Horngren, C. T., Datar, S. M., & Rajan, M. (2019). Management Accounting. Harlow: Pearson Education Limited.</p>
Terminierung im Stundenplan	Regulär in StarPlan

Modul G7 600080 Statistics

Dauer des Moduls	1 Semester
Semester	2
SWS	4
Prüfungsart	LK
Credit Points (ECTS)	5

Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Erfolgreiche Absolvierung der Prüfungsleistung
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Danny Stadelmayer
Lehr-, Lern- und Prüfungsformen	
Lerninhalte	
Kompetenzniveau gemäß DQR	6
Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine
Sonstige Besonderheiten	
Leistungsnachweis bei kombinierter Prüfung	Nicht zutreffend

Veranstaltung G7.1 600081 Statistics

Lehrveranstaltungsverantwortliche(r)	
Semester	2
Häufigkeit des Angebots	Sommersemester
Art der Veranstaltung	Vorlesung mit Übungen
Credit Points (ECTS)	5
SWS	4
Workload – Kontaktstunden	60
Workload – Selbststudium	65
Detailbemerkungen zum Workload	Workload Vorbereitung/Nachbereitung: Vor/Nachbereitung außerhalb Vorlesungs- und Prüfungszeit im angegebenen Umfang. Die Hinweise dazu befinden sich in ILIAS (Modulvorbereitung)
Prüfungsart	Prüfung auf Modulebene
Prüfungsdauer	120 min
Verpflichtung	Pflichtfach
Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine
Lehr- / Lernmethoden	Vorlesung mit integrierter Übung Selbststudium: Vor- und Nachbereitung der Vorlesung, Bearbeitung von Fragestellungen, begleitende Prüfungsvorbereitung

Fachkompetenz: Wissen und Verstehen	<p>Die Studierenden können die Methoden der Statistik benennen und erklären. Sie sind in der Lage diese Methoden aufzuführen bzw. zu interpretieren und auf betriebswirtschaftliche Anwendungsgebiete zu übertragen und damit entsprechende Rückschlüsse zu ziehen.</p> <p>Die Studierenden sind in der Lage für entsprechende Fragestellungen die passenden Methoden auszuwählen und anzuwenden. Anhand der Methoden können die Studierenden ökonomische Problemstellungen lösen und Zusammenhänge erkennen.</p>
Persönliche Kompetenz: Sozialkompetenz	
Persönliche Kompetenz: Selbstständigkeit	
Kompetenzniveau gemäß DQR	6
Kursinhalte	<ol style="list-style-type: none"> 1. Statistische Merkmale und Häufigkeiten 2. Mittelwerte 3. Streuung 4. Konzentrationsmessung 5. Zweidimensionale Häufigkeitsverteilung 6. Regression und Korrelation 7. Zeitreihenanalyse 8. Indexzahlen 9. Wahrscheinlichkeiten 10. Zufallsvariablen und Wahrscheinlichkeitsverteilungen 11. Schätzung unbekannter Parameter Statistisches Testen
Empfehlung für begleitende Veranstaltungen	
Sonstige Besonderheiten	
Literatur / Lernquellen	<p>Anderson, D. R., Sweeney, D. J., & Williams, T. A. (2018). Statistics. Boston, MA: Cengage Learning.</p> <p>Sullivan, M. (2019). Statistics. Boston, MA: Pearson.</p> <p>Triola, M. F. (2018). Elementary Statistics. Boston, MA: Pearson.</p>

	Moore, D. S., McCabe, G. P., & Craig, B. A. (2018). Introduction to the Practice of Statistics. New York, NY: W. H. Freeman and Company.
Terminierung im Stundenplan	Regulär in StarPlan

Modul G8 600090 Management Decisions in Operational Performance Processes I

Dauer des Moduls	1 Semester
Semester	2
SWS	4
Prüfungsart	PK
Credit Points (ECTS)	5
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Erfolgreiche Absolvierung der Prüfungsleistung
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Benjamin Österle
Lehr-, Lern- und Prüfungsformen	
Lerninhalte	
Kompetenzniveau gemäß DQR	5
Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine
Sonstige Besonderheiten	
Leistungsnachweis bei kombinierter Prüfung	Details und Gewichtung werden zu Beginn des Semesters bekanntgegeben

Veranstaltung G8.1 600091 Marketing

Lehrveranstaltungsverantwortliche(r)	
Semester	2
Häufigkeit des Angebots	Sommersemester
Art der Veranstaltung	Vorlesung mit Übungen
Credit Points (ECTS)	3
SWS	2

Workload – Kontaktstunden	30
Workload – Selbststudium	45
Detailbemerkungen zum Workload	Workload Vorbereitung/Nachbereitung: Vor/Nachbereitung außerhalb Vorlesungs- und Prüfungszeit im angegebenen Umfang. Die Hinweise dazu befinden sich in ILIAS (Modulvorbereitung)
Prüfungsart	Prüfung auf Modulebene
Prüfungsdauer	120 min
Verpflichtung	Pflichtfach
Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine
Lehr- / Lernmethoden	<p>Vorlesung mit integrierter Übung</p> <p>Selbststudium: Vor- und Nachbereitung der Vorlesung, Bearbeitung von Fragestellungen, begleitende Prüfungsvorbereitung</p>
Fachkompetenz: Wissen und Verstehen	<p>Die Studierenden sind in der Lage, konzeptionelle Grundlagen und institutionelle Besonderheiten des Marketing einzuordnen und voneinander abzugrenzen.</p> <p>Des Weiteren sind sie befähigt, Grundlagen der Marktforschung und der Kaufverhaltensforschung in der richtigen Weise wiederzugeben. Weiterhin können die Studierenden die Bedeutung der Marketingplanung herausstellen sowie die vier Marketing-Mix-Instrumente beschreiben. Sie sind in der Lage diverse Marketing-Controlling-Kennzahlen zu erklären.</p> <p>Die Studierenden können die einzelnen Marketing-Mix-Instrumente klassifizieren, deren Beziehungen zueinander herstellen und relevante Abhängigkeiten aufdecken.</p> <p>Die Studierenden sind befähigt verschiedene Ausprägungsformen der Marktsegmentierung anzuwenden. Weiterhin können sie die Kernaussagen der Kaufverhaltensforschung in der richtigen Weise interpretieren und hieraus praxisrelevante Schlüsse ableiten.</p>
Persönliche Kompetenz: Sozialkompetenz	
Persönliche Kompetenz: Selbstständigkeit	
Kompetenzniveau gemäß DQR	5
Kursinhalte	<p>1. Grundlagen des Marketing</p> <ul style="list-style-type: none"> • Begriffliche und konzeptionelle Grundlagen • Institutionelle Besonderheiten des Marketing

	<p>2. Verhaltens- und Informationsgrundlagen des Marketing</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kaufverhaltensforschung • Grundlagen der Marktforschung • Marktsegmentierung <p>3. Strategische Marketingplanung</p> <ul style="list-style-type: none"> • Strategische Analyse • Marketingziele • Marketingstrategien <p>4. Marketing-Mix</p> <ul style="list-style-type: none"> • Produkt- und programmpolitische Entscheidungen • Preispolitische Entscheidungen • Distributionspolitische Entscheidungen • Kommunikationspolitische Entscheidungen <p>5. Marketingcontrolling</p> <p>Ziele und Entscheidungstatbestände des Marketingcontrolling</p> <p>Kennzahlen und Kennzahlensysteme</p> <p>Berechnung von Kunden- und Markenwerten</p>
Empfehlung für begleitende Veranstaltungen	
Sonstige Besonderheiten	
Literatur / Lernquellen	<p>Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing Management. Upper Saddle River, NJ: Pearson.</p> <p>Solomon, M. R., Marshall, G. W., & Stuart, E. W. (2012). Marketing: Real People, Real Choices. Upper Saddle River, NJ: Pearson.</p>
Terminierung im Stundenplan	Regulär in StarPlan

Veranstaltung G8.2 600092 Human Resource Management

Lehrveranstaltungsverantwortliche(r)	
Semester	2
Häufigkeit des Angebots	Sommersemester
Art der Veranstaltung	Vorlesung mit Übungen
Credit Points (ECTS)	2
SWS	2
Workload – Kontaktstunden	30
Workload – Selbststudium	20
Detailbemerkungen zum Workload	Workload Vorbereitung/Nachbereitung: Vor/Nachbereitung außerhalb Vorlesungs- und Prüfungszeit im angegebenen Umfang. Die Hinweise dazu befinden sich in ILIAS (Modulvorbereitung)
Prüfungsart	Prüfung auf Modulebene
Prüfungsdauer	120 min
Verpflichtung	Pflichtfach
Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine
Lehr- / Lernmethoden	<p>Vorlesung mit integrierter Übung</p> <p>Selbststudium: Vor- und Nachbereitung der Vorlesung, Bearbeitung von Fragestellungen, begleitende Prüfungsvorbereitung</p>
Fachkompetenz: Wissen und Verstehen	<p>Die Studierenden sind in der Lage, die Grundlagen der Personalwirtschaft und die Rahmenbedingungen moderner Personalarbeit wiederzugeben.</p> <p>Innerhalb des Personalmanagements können das Personalrecruiting, die Personalentwicklung, die Personalfreistellung und die Personaleinsatzplanung erklärt und voneinander abgegrenzt werden. Fragen zur Entlohnung und das Personalcontrolling können von den Studierenden erklärt werden.</p> <p>Rechtliche Rahmenbedingungen im Bereich der Personalwirtschaft können von den Studierenden benannt und in der richtigen Weise eingeordnet werden.</p> <p>Die Studierenden sind in der Lage die Bedeutung der Instrumente des Personalrecruiting, der Personalentwicklung, der Personalfreistellung und der Personaleinsatzplanung herauszuarbeiten, um diese für die Praxis nutzbar zu machen.</p> <p>Die Studierenden sind befähigt, unterschiedliche Entlohnungsmodelle zu analysieren und in der Praxis</p>

	anzuwenden. Kennzahlen des Personalcontrollings können von den Studierenden analysiert und interpretiert werden.
Persönliche Kompetenz: Sozialkompetenz	
Persönliche Kompetenz: Selbstständigkeit	
Kompetenzniveau gemäß DQR	5
Kursinhalte	<ol style="list-style-type: none"> 1. Grundlagen der Personalwirtschaft 2. Rahmenbedingungen moderner Personalarbeit 3. Planung im Personalbereich 4. Personalrecruiting 5. Personalentwicklung 6. Personalfreistellung 7. Einsatz von Personal 8. Fragen der Entlohnung <p>Controlling im Personalbereich</p>
Empfehlung für begleitende Veranstaltungen	
Sonstige Besonderheiten	
Literatur / Lernquellen	<p>Armstrong, M., & Taylor, S. (2014). Armstrong's Handbook of Human Resource Management Practice. London: Kogan Page.</p> <p>Dessler, G. (2019). Human Resource Management. Upper Saddle River, NJ: Pearson.</p>
Terminierung im Stundenplan	Regulär in StarPlan

Modul G9 600100 Management Decisions in Operational Performance Processes II

Dauer des Moduls	1 Semester
Semester	2
SWS	4
Prüfungsart	PA
Credit Points (ECTS)	5

Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Erfolgreiche Absolvierung der Prüfungsleistung
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr.-Ing. Ricarda Schlimbach
Lehr-, Lern- und Prüfungsformen	Seminar mit Übungen
Lerninhalte	Digitale und digitalisierte Produkte halten seit Jahren zunehmend Einzug in die Realität der Konsumenten und die Wertschöpfungsprozesse von Unternehmen. Ein menschenzentrierter Designansatz und Geschäftsmodelle für digitale Plattformen dominieren die globale Wirtschaft. Die Veränderung bestehender Produkte durch Digitalisierung sowie die Entwicklung neuer digitaler Produkte hat in den letzten Jahren immer mehr an Bedeutung gewonnen. Getrieben durch neue Technologien wird diese Bedeutung in den kommenden Jahren weiter zunehmen. Dieses Modul beschäftigt sich daher mit veränderten Rahmenbedingungen und Entscheidungsprozessen in operativen Performance-Prozessen in einer zunehmend digitalisierten Welt, wobei das Kundenerlebnis im Mittelpunkt steht.
Kompetenzniveau gemäß DQR	5
Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine
Sonstige Besonderheiten	
Leistungsnachweis bei kombinierter Prüfung	Details und Gewichtung werden zu Beginn des Semesters bekanntgegeben

Veranstaltung G9.1 600101 Design Thinking

Lehrveranstaltungsverantwortliche(r)	
Semester	2
Häufigkeit des Angebots	Sommersemester
Art der Veranstaltung	Seminar mit Übungen
Credit Points (ECTS)	2
SWS	2
Workload – Kontaktstunden	30
Workload – Selbststudium	20
Detailbemerkungen zum Workload	Workload Vorbereitung/Nachbereitung: Vor/Nachbereitung außerhalb Vorlesungs- und Prüfungszeit im angegebenen Umfang. Die Hinweise dazu befinden sich in ILIAS (Modulvorbereitung)

Prüfungsart	Prüfung auf Modulebene
Prüfungsdauer	30 min
Verpflichtung	Pflichtfach
Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine
Lehr- / Lernmethoden	Seminar mit obligatorischem, parallellaufendem Gruppenprojekt
Fachkompetenz: Wissen und Verstehen	Die Studierenden verstehen die Grundidee der Design Science und erwerben praxisrelevantes Wissen und Verständnis des Design Thinking Prozesses, um Theorie und Praxis anschließend anzuwenden, zu analysieren und zu verknüpfen. Die Studierenden lernen, Lösungen für ein gegebenes Problem zu finden, indem sie einen menschenzentrierten Ansatz anwenden. Sie erwerben so Wissen, während sie den Design Thinking-Ansatz in der Praxis umsetzen.
Persönliche Kompetenz: Sozialkompetenz	Von den Studierenden wird erwartet, dass sie methodische Kompetenzen erlernen, darunter Problemlösung, kritisches Denken, wissenschaftliche Methoden, Arbeitsmethoden, Techniken und Verfahren sowie den Einsatz von Informationen, Kreativität und Innovation in einem divergenten-konvergenten Denkprozess.
Persönliche Kompetenz: Selbstständigkeit	
Kompetenzniveau gemäß DQR	5
Kursinhalte	Design Thinking ist ein iterativer Problemlösungsprozess, der konsequent den Kunden und seine Bedürfnisse in den Mittelpunkt stellt. Rund um die Themen Digitalisierung, Agilität und Innovation gewinnt Design Thinking im Unternehmensalltag zunehmend an Bedeutung. In diesem Modul lernen die Studierenden in kurzer Zeit die zugrundeliegenden Konzept- und Prozessphasen kennen, um Design Thinking Projekte erfolgreich umzusetzen.
Empfehlung für begleitende Veranstaltungen	
Sonstige Besonderheiten	
Literatur / Lernquellen	<p>Lee, J. H., Ostwald, M. J., & Gu, N. (2020). <i>Design Thinking: Creativity, Collaboration and Culture</i>. Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-030-56558-9</p> <p>Brown, T. (2009). <i>Change by Design: How Design Thinking Creates New Alternatives for Business and Society</i>. New York, NY: HarperBusiness.</p>

	Liedtka, J. (2011). Design Thinking: A Guide to Creative Problem Solving for Everyone. New York, NY: Columbia University Press.
Terminierung im Stundenplan	Regulär in StarPlan

Veranstaltung G9.2 600102 Digital Product Management

Lehrveranstaltungsverantwortliche(r)	
Semester	2
Häufigkeit des Angebots	Sommersemester
Art der Veranstaltung	Seminar mit Übungen
Credit Points (ECTS)	3
SWS	2
Workload – Kontaktstunden	30
Workload – Selbststudium	45
Detailbemerkungen zum Workload	Workload Vorbereitung/Nachbereitung: Vor/Nachbereitung außerhalb Vorlesungs- und Prüfungszeit im angegebenen Umfang. Die Hinweise dazu befinden sich in ILIAS (Modulvorbereitung)
Prüfungsart	Prüfung auf Modulebene
Prüfungsdauer	30 min
Verpflichtung	Pflichtfach
Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine
Lehr- / Lernmethoden	Vorlesung mit interaktiven Teilen
Fachkompetenz: Wissen und Verstehen	<ul style="list-style-type: none"> • Einführung in die kundenzentrierte Entwicklung von Produktideen • Methoden zur Ideengenerierung und -validierung • Planung in der Produktentwicklung • Entwicklung von Produktkonzepten • Ermittlung von Kundenbedürfnissen • Erstellung digitaler Produkt-/Lösungskonzepte • Differenzierung von Konzepten inkl. Herausarbeitung von Wettbewerbsvorteilen • Prüfung und Verfeinerung von Konzepten <p>Studierende erstellen Minimum Viable Products (MVPs) in Form von einfachen Prototypen, um diese anschließend anhand der gegebenen Problemstellung zu testen. Dabei</p>

	lernen Studierende, entsprechende Anforderungen zu formulieren und darauf aufbauend (digitale) Produktkomponenten zu bauen.
Persönliche Kompetenz: Sozialkompetenz	Von den Studierenden wird erwartet, dass sie methodische Kompetenzen erwerben, darunter Problemlösung, kritisches Denken sowie die Nutzung von Informationen verschiedener Interessengruppen.
Persönliche Kompetenz: Selbstständigkeit	
Kompetenzniveau gemäß DQR	5
Kursinhalte	Im Fokus des Moduls steht die adäquate Formulierung von Anforderungen an digitale Produkte unter Berücksichtigung von Kostenaspekten, Netzwerkpartnern und (hybriden) Produktkomponenten. Studierende werden befähigt, eigene Ideen zu entwickeln, zu testen, mit verschiedenen Stakeholdern abzustimmen und für die Produktentwicklung vorzubereiten.
Empfehlung für begleitende Veranstaltungen	
Sonstige Besonderheiten	
Literatur / Lernquellen	<p>Aumayr, K. J. (2023). Successful Product Management: Tool Box for Professional Product Management and Product Marketing. Springer Fachmedien Wiesbaden. https://doi.org/10.1007/978-3-658-38276-6</p> <p>Kerzner, H. (2017). Project Management: A Systems Approach to Planning, Scheduling, and Controlling. Hoboken, NJ: Wiley.</p> <p>Schneider, J., & Stickel, M. (2019). Digital Project Management: How to Deliver Projects in a Digital World. London: Kogan Page.</p>
Terminierung im Stundenplan	Regulär in StarPlan

Modul G10 600110 Scientific Work

Dauer des Moduls	1 Semester
Semester	2
SWS	2
Prüfungsart	LKBR

Credit Points (ECTS)	5
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Erfolgreiche Absolvierung der Prüfungsleistung
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr.-Ing. Ricarda Schlimbach
Lehr-, Lern- und Prüfungsformen	Seminar mit Übungen
Lerninhalte	
Kompetenzniveau gemäß DQR	6
Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine
Sonstige Besonderheiten	
Leistungsnachweis bei kombinierter Prüfung	Nicht zutreffend

Veranstaltung G10.1 600111 Scientific Work

Lehrveranstaltungsverantwortliche(r)	
Semester	2
Häufigkeit des Angebots	Sommersemester
Art der Veranstaltung	Seminar mit Übungen
Credit Points (ECTS)	5
SWS	2
Workload – Kontaktstunden	30
Workload – Selbststudium	95
Detaillbemerkungen zum Workload	Workload Vorbereitung/Nachbereitung: Vor/Nachbereitung außerhalb Vorlesungs- und Prüfungszeit im angegebenen Umfang. Die Hinweise dazu befinden sich in ILIAS (Modulvorbereitung)
Prüfungsart	Prüfung auf Modulebene
Prüfungsdauer	30 min
Verpflichtung	Pflichtfach
Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine
Lehr- / Lernmethoden	Seminar mit Übung

	Selbststudium: Ausarbeitung des Proseminarthemas in Schriftform; Erstellung einer mediengestützten Präsentation zum Thema
Fachkompetenz: Wissen und Verstehen	Die Studierenden sind in der Lage die zentralen Techniken des wissenschaftlichen Arbeitens auf ihnen gestellte Themenbereiche anzuwenden. Sie können durch literaturbasiertes und/oder empirisches Arbeiten das gestellte Themenfeld wissenschaftlich erschließen, wissenschaftliche Erkenntnisse beurteilen und zusammenführen sowie eigene Erkenntnisse entwickeln.
Persönliche Kompetenz: Sozialkompetenz	
Persönliche Kompetenz: Selbstständigkeit	Die Studierenden sind in der Lage, eigene und fremd gesetzte Lern- und Arbeitsziele reflektieren, bewerten, selbstgesteuert verfolgen und verantworten sowie Konsequenzen für die Arbeitsprozesse in der Individualarbeit oder im Team ziehen.
Kompetenzniveau gemäß DQR	6
Kursinhalte	<p>Wissenschaftliches Arbeiten</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Grundprinzipien wissenschaftlichen Arbeitens 2. Wissenschaftlicher Arbeitsprozess 3. <ul style="list-style-type: none"> • Überblick; Bedeutung der Eigenständigkeit • Planung • Vorarbeiten • Materialübersicht und Themenabgrenzung • Materialauswahl • Materialauswertung • Manuskript • Ergebnisgestaltung und Typoskript 3. Kriterien zur Beurteilung wissenschaftlicher Arbeiten 4. Präsentation

	<p>Seminararbeit</p> <p>Übernahme einer betriebswirtschaftlichen Problemstellung zur eigenständigen Bearbeitung. Hierzu gehören im Einzelnen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Verfassen einer wissenschaftlichen Arbeit • Erstellen einer mediengestützten Präsentation (Verbesserung der Kommunikations-, Präsentations- und Moderations-Skills) • Präsentation des wissenschaftlichen Vortrages und Moderation der Diskussionsrunde
Empfehlung für begleitende Veranstaltungen	
Sonstige Besonderheiten	
Literatur / Lernquellen	<p>Turabian, K. L. (2018). A Manual for Writers of Research Papers, Theses, and Dissertations. Chicago, IL: University of Chicago Press.</p> <p>Becker, H. S. (2007). Writing for Social Scientists: How to Start and Finish Your Thesis, Book, or Article. Chicago, IL: University of Chicago Press.</p> <p>Day, R. A., & Gastel, B. (2012). How to Write and Publish a Scientific Paper. Cambridge: Cambridge University Press.</p> <p>Wallwork, A. (2016). English for Writing Research Papers. New York, NY: Springer.</p>
Terminierung im Stundenplan	Regulär in StarPlan

Modul EC A2 600120 German 2 Beginner

Dauer des Moduls	1 Semester
Semester	2
SWS	4
Prüfungsart	LK
Credit Points (ECTS)	5

Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Erfolgreiche Absolvierung der Prüfungsleistung
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Christian Buske
Lehr-, Lern- und Prüfungsformen	
Lerninhalte	
Kompetenzniveau gemäß DQR	5
Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine
Sonstige Besonderheiten	
Leistungsnachweis bei kombinierter Prüfung	Nicht zutreffend

Veranstaltung [EC A2.1 600121 German 2 Beginner](#)

Lehrveranstaltungsverantwortliche(r)	Andrea Hesse
Semester	2
Häufigkeit des Angebots	Sommersemester
Art der Veranstaltung	Vorlesung mit Übungen
Credit Points (ECTS)	5
SWS	4
Workload – Kontaktstunden	60
Workload – Selbststudium	65
Detailbemerkungen zum Workload	Arbeitsaufwand zur Vorbereitung und Nachbereitung außerhalb der Vorlesung und Prüfungszeit im angegebenen Umfang
Prüfungsart	Prüfung auf Modulebene
Prüfungsdauer	120 min
Verpflichtung	Wahlpflichtfach
Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine
Lehr- / Lernmethoden	Seminaristischer Unterricht mit Übungen in den Lehrveranstaltungen. Das Selbststudium umfasst regelmäßige Hausaufgaben, die Vor- und Nachbereitung der Veranstaltungen sowie fristgerechte Einreichungen von Prüfungsleistungen und die Prüfungsvorbereitung.

Fachkompetenz: Wissen und Verstehen	<p>In diesem Modul werden Grundkenntnisse in Deutsch als Fremdsprache unter Berücksichtigung interkultureller und landeskundlicher Aspekte vermittelt, die es den Studierenden ermöglichen, sich in alltäglichen Grundsituationen - z.B. beim Einkaufen, im Restaurant, im öffentlichen Verkehr etc. - trotz geringer Sprachkenntnisse zurechtzufinden.</p> <p>Sie lernen/üben grundlegendes Vokabular zu Themen wie Familie, Beruf, Freizeit und Ernährung, Plural der Nomen, Personal- und Demonstrativpronomen und einfache Negationsformen, einfache Fragen zur Person/zur Familie zu stellen und zu beantworten, Zahlen, Preise und Uhrzeiten zu verstehen und zu benutzen und in einfach strukturierten Hauptsätzen Alltägliches im Präsens zu berichten.</p> <p>Es werden Möglichkeiten aufgezeigt, den Lernprozess in der Fremdsprache eigenverantwortlich und effektiv zu gestalten. Die Studierenden üben Teamkompetenz durch kooperatives Handeln in multinational gemischten Gruppen.</p>
Persönliche Kompetenz: Sozialkompetenz	
Persönliche Kompetenz: Selbstständigkeit	
Kompetenzniveau gemäß DQR	5
Kursinhalte	<p>Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls können die Lernenden:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sätze und häufig gebrauchte Ausdrücke zu für sie wichtigen Dingen verstehen (z.B. Familie, Einkaufen, Arbeit, Umgebung) sowie das Wesentliche von kurzen, klaren und einfachen Mitteilungen und Durchsagen verstehen • kurze, einfache Texte lesen und Informationen finden • sich in einfachen, routinemäßigen Situationen über vertraute und geläufige Dinge verständigen und kurze Gespräche führen • kurze, einfache Notizen und Mitteilungen schreiben <p>Im Modul werden i.d.R. die folgenden Themengebiete (einschließlich nötigem Vokabular und Grammatik) behandelt:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Feste und Feiern • Wohnen • Sehenswürdigkeiten • Geld und Behördengänge

	<ul style="list-style-type: none"> • Gesundheit • Wetter • Reisen und Urlaub • Ausbildung und Beruf
Empfehlung für begleitende Veranstaltungen	
Sonstige Besonderheiten	
Literatur / Lernquellen	<i>DaF kompakt neu A2</i> (Modul- und Übungsbuch + MP3-CD), ISBN 978-3-12-676314-1
Terminierung im Stundenplan	Regulär in StarPlan

Modul EC B2 600130 Spanish 2 Beginner

Dauer des Moduls	1 Semester
Semester	2
SWS	4
Prüfungsart	LK
Credit Points (ECTS)	5
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Erfolgreiche Absolvierung der Prüfungsleistung
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr.-Ing. Ricarda Schlimbach
Lehr-, Lern- und Prüfungsformen	
Lerninhalte	
Kompetenzniveau gemäß DQR	5
Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine
Sonstige Besonderheiten	
Leistungsnachweis bei kombinierter Prüfung	Nicht zutreffend

Veranstaltung EC B2.1 600131 Spanish 2 Beginner

Lehrveranstaltungsverantwortliche(r)	
Semester	2
Häufigkeit des Angebots	Sommersemester
Art der Veranstaltung	Vorlesung mit Übungen
Credit Points (ECTS)	5
SWS	4
Workload – Kontaktstunden	60
Workload – Selbststudium	65
Detailbemerkungen zum Workload	Arbeitsaufwand zur Vorbereitung und Nachbereitung außerhalb der Vorlesung und Prüfungszeit im angegebenen Umfang
Prüfungsart	Prüfung auf Modulebene
Prüfungsdauer	120 min
Verpflichtung	Wahlpflichtfach
Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine
Lehr- / Lernmethoden	Seminaristischer Unterricht mit Übungen in den Lehrveranstaltungen. Das Selbststudium umfasst regelmäßige Hausaufgaben, die Vor- und Nachbereitung der Veranstaltungen sowie fristgerechte Einreichungen von Prüfungsleistungen und die Prüfungsvorbereitung.
Fachkompetenz: Wissen und Verstehen	<p>In diesem Modul werden Grundkenntnisse in Spanisch als Fremdsprache unter Berücksichtigung interkultureller und landeskundlicher Aspekte vermittelt, die es den Studierenden ermöglichen, sich in alltäglichen Grundsituationen - z.B. beim Einkaufen, im Restaurant, im öffentlichen Verkehr etc. - trotz geringer Sprachkenntnisse zurechtzufinden.</p> <p>Sie lernen/üben grundlegendes Vokabular zu Themen wie Familie, Beruf, Freizeit und Ernährung, Plural der Nomen, Personal- und Demonstrativpronomen und einfache Negationsformen, einfache Fragen zur Person/zur Familie zu stellen und zu beantworten, Zahlen, Preise und Uhrzeiten zu verstehen und zu benutzen und in einfach strukturierten Hauptsätzen Alltägliches im Präsens zu berichten.</p> <p>Es werden Möglichkeiten aufgezeigt, den Lernprozess in der Fremdsprache eigenverantwortlich und effektiv zu gestalten. Die Studierenden üben Teamkompetenz durch kooperatives Handeln in multinational gemischten Gruppen.</p>
Persönliche Kompetenz: Sozialkompetenz	

Persönliche Kompetenz: Selbstständigkeit	
Kompetenzniveau gemäß DQR	5
Kursinhalte	<p>Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls können die Lernenden:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sätze und häufig gebrauchte Ausdrücke zu für sie wichtigen Dingen verstehen (z.B. Familie, Einkaufen, Arbeit, Umgebung) sowie das Wesentliche von kurzen, klaren und einfachen Mitteilungen und Durchsagen verstehen • kurze, einfache Texte lesen und Informationen finden • sich in einfachen, routinemäßigen Situationen über vertraute und geläufige Dinge verständigen und kurze Gespräche führen • kurze, einfache Notizen und Mitteilungen schreiben <p>Im Modul werden i.d.R. die folgenden Themengebiete (einschließlich nötigem Vokabular und Grammatik) behandelt:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Feste und Feiern • Wohnen • Sehenswürdigkeiten • Geld und Behördengänge • Gesundheit • Wetter • Reisen und Urlaub • Ausbildung und Beruf
Empfehlung für begleitende Veranstaltungen	
Sonstige Besonderheiten	
Literatur / Lernquellen	<p>"Nuevo Español en Marcha" Francisca Castro, Edinumen 2020</p> <p>"Aula Internacional" Jaime Corpas, Agustín Garmendia, Neus Sans. Difusión 2022</p>
Terminierung im Stundenplan	Regulär in StarPlan

Semester 3

Modul DM1 600140 Digital Marketing I

Dauer des Moduls	1 Semester
Semester	3
SWS	4
Prüfungsart	PK
Credit Points (ECTS)	5
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Erfolgreiche Absolvierung der Prüfungsleistung
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Benjamin Österle
Lehr-, Lern- und Prüfungsformen	Vorlesung mit Übungen
Lerninhalte	Marketing ist heute digital. Aus diesem Grund ist neben Kenntnissen klassischer Marketingtheorie, die Kenntnis digitalen Marketings und seiner Methoden eine Schlüsselqualifikation für den erfolgreichen Berufseinstieg. Das Modul vermittelt grundlegende digitale Kompetenzen im Bereich Marketing und des digitalen Brandmanagements.
Kompetenzniveau gemäß DQR	6
Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine
Sonstige Besonderheiten	
Leistungsnachweis bei kombinierter Prüfung	Details und Gewichtung werden zu Beginn des Semesters bekanntgegeben

Veranstaltung DM1.1 600141 Digital Brandmanagement

Lehrveranstaltungsverantwortliche(r)	
Semester	3
Häufigkeit des Angebots	Wintersemester
Art der Veranstaltung	Vorlesung mit Übungen
Credit Points (ECTS)	3
SWS	2
Workload – Kontaktstunden	30
Workload – Selbststudium	45
Detailbemerkungen zum Workload	Workload Vorbereitung/Nachbereitung: Vor/Nachbereitung außerhalb Vorlesungs- und Prüfungszeit im angegebenen

	Umfang. Die Hinweise dazu befinden sich in ILIAS (Modulvorbereitung)
Prüfungsart	Prüfung auf Modulebene
Prüfungsdauer	120 min
Verpflichtung	Pflichtfach
Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine
Lehr- / Lernmethoden	Vorlesung mit integrierter Übung Selbststudium: Vor- und Nachbereitung der Vorlesung, Bearbeitung von Fragestellungen, begleitende Prüfungsvorbereitung
Fachkompetenz: Wissen und Verstehen	Die Studierende sind in der Lage die Bedeutung der Markenidentität und Markenpositionierung zu beschreiben. Darüber hinaus können sie die unternehmensinterne und unternehmensexterne Durchsetzung der Marke voneinander abgrenzen. Sie sind zudem befähigt das Markenportfolio und die Herausforderungen einer Markenpositionierung zu charakterisieren. Die Studierenden sind befähigt ihr Wissen und Verständnis über Markenführung für die Erstellung von zielgerichteten Maßnahmen zu Durchsetzung einer Marke anzuwenden. Sie können Markenstrategien umsetzen und die Zusammenhänge zwischen Markenidentität und Markenpositionierung aufdecken. Ferner können sie die Bedeutung für das gesamte Markenportfolio ermitteln und Handlungsempfehlungen ableiten.
Persönliche Kompetenz: Sozialkompetenz	
Persönliche Kompetenz: Selbstständigkeit	
Kompetenzniveau gemäß DQR	6
Kursinhalte	<ol style="list-style-type: none"> 1. Begrifflich-konzeptionelle Grundlegung 2. Markenidentität und Markenpositionierung 3. Die unternehmensinterne Durchsetzung der Marke 4. Die unternehmensexterne Durchsetzung der Marke 5. Das Management des Markenportfolios
Empfehlung für begleitende Veranstaltungen	
Sonstige Besonderheiten	
Literatur / Lernquellen	Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing Management. Upper Saddle River, NJ: Pearson.

	Aaker, D. A. (2014). Building Strong Brands. New York, NY: Free Press.
Terminierung im Stundenplan	Regulär in StarPlan

Veranstaltung DM1.2 600142 Introduction to Online Marketing

Lehrveranstaltungsverantwortliche(r)	
Semester	3
Häufigkeit des Angebots	Wintersemester
Art der Veranstaltung	Vorlesung mit Übungen
Credit Points (ECTS)	2
SWS	2
Workload – Kontaktstunden	30
Workload – Selbststudium	20
Detailbemerkungen zum Workload	Workload Vorbereitung/Nachbereitung: Vor/Nachbereitung außerhalb Vorlesungs- und Prüfungszeit im angegebenen Umfang. Die Hinweise dazu befinden sich in ILIAS (Modulvorbereitung)
Prüfungsart	Prüfung auf Modulebene
Prüfungsdauer	120 min
Verpflichtung	Pflichtfach
Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine
Lehr- / Lernmethoden	Vorlesung mit integrierter Übung Selbststudium: Vor- und Nachbereitung der Vorlesung, Bearbeitung von Fragestellungen, begleitende Prüfungsvorbereitung
Fachkompetenz: Wissen und Verstehen	Die Studierenden können die Geschäftsmodelle sowie Formen des Online-Handels beschreiben und die Auswirkungen von Online Marketing abschätzen. Sie können die Geschäftssysteme und Erfolgsfaktoren im E-Commerce definieren und diese gegenüberstellen. Sie können ausgewählte Online Marketing Instrumente beschreiben und deren Spezifikationen und Wirkmechanismen nennen. Die Studierenden sind befähigt die Chancen und Herausforderungen im Online-Marketing zu analysieren und sind gleichzeitig befähigt handlungsalternativen für die Praxis abzuleiten.

Persönliche Kompetenz: Sozialkompetenz	
Persönliche Kompetenz: Selbstständigkeit	
Kompetenzniveau gemäß DQR	6
Kursinhalte	<p>Begrifflich-systematische Grundlagen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Digitales Universum • Veränderung der Internetnutzung • Innovationen im Online-Vertrieb • Relevante Schlüsseltrends im Online-Vertrieb <p>Das Geschäftsmodell des Online-Vertriebs</p> <ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen des Online-Vertriebs • Kundeninteraktion im Online-Vertrieb • Marketingpolitik und CRM im Online-Vertrieb • Kundenzentriertheit als Basisanforderung an den Online-Vertrieb <p>3 Formen des Online-Vertriebs</p> <ul style="list-style-type: none"> • Betriebstypen des Online-Vertriebs • Innovative Formen des interaktiven Online-Vertriebs • B2B-Online-Vertrieb und Multi-Channel-Distribution <p>Social Media Marketing</p>
Empfehlung für begleitende Veranstaltungen	
Sonstige Besonderheiten	
Literatur / Lernquellen	<p>Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). Digital Marketing. Harlow: Pearson Education Limited.</p> <p>Ryan, D. (2016). Understanding Digital Marketing: Marketing Strategies for Engaging the Digital Generation. London: Kogan Page.</p>
Terminierung im Stundenplan	Regulär in StarPlan

Modul DM2 600150 Entrepreneurship

Dauer des Moduls	1 Semester
Semester	3
SWS	4
Prüfungsart	LA
Credit Points (ECTS)	5
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Erfolgreiche Absolvierung der Prüfungsleistung
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr.-Ing. Ricarda Schlimbach
Lehr-, Lern- und Prüfungsformen	Seminar mit Übungen
Lerninhalte	Den Studierenden soll eine eigenständige unternehmerische Aktivität näher gebracht werden
Kompetenzniveau gemäß DQR	6
Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine
Sonstige Besonderheiten	
Leistungsnachweis bei kombinierter Prüfung	Nicht zutreffend

Veranstaltung DM2.1 600151 Entrepreneurship

Lehrveranstaltungsverantwortliche(r)	
Semester	3
Häufigkeit des Angebots	Wintersemester
Art der Veranstaltung	Seminar mit Übungen
Credit Points (ECTS)	5
SWS	4
Workload – Kontaktstunden	60
Workload – Selbststudium	65
Detailbemerkungen zum Workload	Workload Vorbereitung/Nachbereitung: Vor/Nachbereitung außerhalb Vorlesungs- und Prüfungszeit im angegebenen Umfang. Die Hinweise dazu befinden sich in ILIAS (Modulvorbereitung)
Prüfungsart	Prüfung auf Modulebene

Prüfungsdauer	30 min
Verpflichtung	Pflichtfach
Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine
Lehr- / Lernmethoden	Seminar mit Übungen
Fachkompetenz: Wissen und Verstehen	<ul style="list-style-type: none"> • Erwerb eines allgemeinen Verständnisses für Unternehmertum und High-Tech-Unternehmertum • Den Unterschied zwischen Erfindung und Innovation verstehen und disruptive Innovationen erklären • Grundlegendes Verständnis der Geschäftsmodellgenerierung • Analyse und Entwicklung geeigneter Wertversprechen für spezifische Marktziele • Beschreibung der Merkmale unternehmerischer Denkweise • Vertrautheit mit dem Lean-Startup-Ansatz • Kenntnisse verschiedener Tools zur Erleichterung der Unternehmensgründung • Verstehen, wie Geschäftsmodelle validiert werden • Beschreibung der wichtigsten Stakeholder eines unternehmerischen Ökosystems • Verständnis des nachhaltigen Geschäftskonzepts <p>Grundlegendes Verständnis von Risikokapital</p> <p>Relevante Determinanten des Unternehmertums sollen durch die Entwicklung einer neuartigen Geschäftsmodellidee und deren Präsentation im Kurs erforscht werden. Es sollen Startup-Ideen in den Bereichen nachhaltiges Unternehmertum, soziales Unternehmertum und High-Tech-Unternehmertum basierend auf realen Projekten (möglicherweise mit kooperierenden Unternehmen oder realen Herausforderungen) entwickelt werden.</p>
Persönliche Kompetenz: Sozialkompetenz	<ul style="list-style-type: none"> • Pflegen einer unternehmerischen Denkweise • Entwicklung kritischer Denkfähigkeiten bei der Analyse und Entwicklung von Wertvorschlägen • Verbesserung der Kommunikationsfähigkeiten durch Präsentationen und Diskussionen von Geschäftsmodellen • Entwicklung von Fähigkeiten zur Problemlösung durch Lean-Startup-Methoden • Förderung von Kreativität und Innovation bei der Generierung von Geschäftsmodellen

	<ul style="list-style-type: none"> • Förderung von Teamarbeit und Zusammenarbeit durch Gruppendiskussionen und Projekte im unternehmerischen Kontext
Persönliche Kompetenz: Selbstständigkeit	Förderung der Eigenmotivation und des selbstgesteuerten Lernens bei der Entwicklung eigener Startup-Ideen
Kompetenzniveau gemäß DQR	6
Kursinhalte	<ul style="list-style-type: none"> • Einführung in das Unternehmertum • Unterscheidung zwischen Unternehmertum und Intrapreneurship • Theorien und Konzepte des Unternehmertums • Aufbau einer unternehmerischen Denkweise • Anwendung des Lean-Manifests • Verstehen des Wertversprechens und der Marktausrichtung • Einführung in Tools zur Geschäftsmodellentwicklung wie Business Model Canvas, Business Model Navigator oder PICO • Neuartige Ansätze (z. B. Serious Games; Ideenfindung mit KI) für Geschäftsmodellinnovationen <p>Einen Businessplan schreiben und einen Pitch erstellen</p>
Empfehlung für begleitende Veranstaltungen	
Sonstige Besonderheiten	
Literatur / Lernquellen	<p>Mazzarol, T.; Reboud, S. (2020). Entrepreneurship and Innovation: Theory, Practice and Context, Springer, 4th edition. ISBN 978-9811394119</p> <p>Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers. Wiley, Hoboken.</p> <p>Ries, E. (2011). The Lean Startup: How Today's Entrepreneurs Use Continuous Innovation to Create Radically Successful Businesses. Crown Business, New York.</p> <p>Blank, S., & Dorf, B. (2012). The Startup Owner's Manual: The Step-by-Step Guide for Building a Great Company. K&S Ranch, Pescadero.</p>

	Maurya, A. (2012). Running Lean: Iterate from Plan A to a Plan That Works. O'Reilly Media, Sebastopol.
Terminierung im Stundenplan	Regulär in StarPlan

Modul DM3 600160 Innovation Management

Dauer des Moduls	1 Semester
Semester	3
SWS	4
Prüfungsart	LA
Credit Points (ECTS)	5
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Erfolgreiche Absolvierung der Prüfungsleistung
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr.-Ing. Ricarda Schlimbach
Lehr-, Lern- und Prüfungsformen	Seminar mit Übungen
Lerninhalte	
Kompetenzniveau gemäß DQR	6
Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine
Sonstige Besonderheiten	
Leistungsnachweis bei kombinierter Prüfung	Nicht zutreffend

Veranstaltung DM3.1 600161 Innovation Management (Project)

Lehrveranstaltungsverantwortliche(r)	
Semester	3
Häufigkeit des Angebots	Wintersemester
Art der Veranstaltung	Seminar mit Übungen
Credit Points (ECTS)	5
SWS	4
Workload – Kontaktstunden	60

Workload – Selbststudium	65
Detailbemerkungen zum Workload	Workload Vorbereitung/Nachbereitung: Vor/Nachbereitung außerhalb Vorlesungs- und Prüfungszeit im angegebenen Umfang. Die Hinweise dazu befinden sich in ILIAS (Modulvorbereitung)
Prüfungsart	Prüfung auf Modulebene
Prüfungsdauer	30 min
Verpflichtung	Pflichtfach
Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine
Lehr- / Lernmethoden	Seminar mit Übungen
Fachkompetenz: Wissen und Verstehen	<p>Studierende entwickeln grundlegendes Wissen und Verständnis für Konzepte, Modelle und Methoden der Innovation. Diese Fachkompetenz beinhaltet die Fähigkeit, theoretische Prinzipien und praxisorientierte Anwendungen zu verknüpfen.</p> <p>Die Studierenden lernen, wie innovative Prozesse in Unternehmen und Organisationen entstehen und wie sie gesteuert werden. Sie erwerben Kenntnisse über strategisches Management, kreative Problemlösung und die Bewertung von Innovationen. Zusätzlich werden sie mit den wichtigsten technologischen, wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Trends vertraut gemacht, die Innovationen beeinflussen.</p> <p>Das erlangte Wissen bildet die Basis für weiterführende Lernziele, einschließlich Analyse und Anwendung, und befähigt die Studierenden, Innovationen effektiv zu verstehen und in beruflichen Kontexten zu nutzen.</p>
Persönliche Kompetenz: Sozialkompetenz	
Persönliche Kompetenz: Selbstständigkeit	
Kompetenzniveau gemäß DQR	6
Kursinhalte	<p>Fundament des Innovationsmanagements</p> <ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen des Innovationsmanagements • Antriebskräfte für Innovationen • Klassifizierung und Differenzierung von Innovationen • Innovationen: Barrieren und Widerstände • Erfolgsfaktoren des Innovationsmanagements • Innovationsziele

	<p>Innovation planen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Entwicklung von Innovationsstrategien • Organisatorische Verankerung des Innovationsmanagements • Innovationsfördernde Unternehmenskultur: Bedeutung, Voraussetzungen und Merkmale <p>Innovation entwickeln</p> <ul style="list-style-type: none"> • Innovationsprozessmodelle • Impulsgeber für Innovationen • Ausgewählte Ideengenerierungsmethoden <ul style="list-style-type: none"> - Intuitiv-kreative Verfahren - Systematisch-logische/analytische Verfahren - Kombinierte Methoden • Ideenbewertung und Ideenauswahl • Innovationscontrolling <p>Schutzrechte und Schutzrechtsstrategie</p> <ul style="list-style-type: none"> • Schutzrechte <p>Schutzrechtsstrategie</p>
Empfehlung für begleitende Veranstaltungen	
Sonstige Besonderheiten	
Literatur / Lernquellen	<p>Tidd, J., & Bessant, J. (2018). *Innovation and Entrepreneurship: Strategic and Organizational Implications*. Wiley, Chichester.</p> <p>Pisano, G. P. (2015). *Creative Construction: The DNA of Sustained Innovation*. PublicAffairs, New York.</p> <p>Utterback, J. M. (1994). *Mastering the Dynamics of Innovation*. Harvard Business Review Press, Boston.</p>
Terminierung im Stundenplan	Regulär in StarPlan

Modul GS1 600170 International Logistics

Dauer des Moduls	1 Semester
Semester	3

SWS	4
Prüfungsart	LK
Credit Points (ECTS)	5
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Erfolgreiche Absolvierung der Prüfungsleistung
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Christian Buske
Lehr-, Lern- und Prüfungsformen	Vorlesung mit Übungen
Lerninhalte	
Kompetenzniveau gemäß DQR	6
Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine
Sonstige Besonderheiten	
Leistungsnachweis bei kombinierter Prüfung	Nicht zutreffend

Veranstaltung [GS1.1 600171 International Logistics](#)

Lehrveranstaltungsverantwortliche(r)	
Semester	3
Häufigkeit des Angebots	Wintersemester
Art der Veranstaltung	Seminar mit Übungen
Credit Points (ECTS)	5
SWS	4
Workload – Kontaktstunden	60
Workload – Selbststudium	65
Detailbemerkungen zum Workload	Workload Vorbereitung/Nachbereitung: Vor/Nachbereitung außerhalb Vorlesungs- und Prüfungszeit im angegebenen Umfang. Die Hinweise dazu befinden sich in ILIAS (Modulvorbereitung)
Prüfungsart	Prüfung auf Modulebene
Prüfungsdauer	120 min
Verpflichtung	Pflichtfach
Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine

Lehr- / Lernmethoden	Vorlesung mit Übungen
Fachkompetenz: Wissen und Verstehen	<p>Die Studierenden sind in der Lage den Begriff der Logistik in den unterschiedlichsten Facetten zu erklären und dabei wesentliche Teilbereiche wie bspw. die Beschaffungs-, Produktions- und Distributionslogistik zu beschreiben. Die Studierenden sind befähigt konkrete Logistikprobleme zu charakterisieren sowie in konkrete Arbeitsschritte zu unterteilen und proaktiv Lösungen herbeizuführen.</p> <p>Die Studierenden entwickeln ein umfassendes Verständnis über operative und strategische Problemstellungen und Lösungsansätze in der Logistik. Dabei sind die Studierenden in der Lage die Logistikkonzepte als solche mit ihren Organisationsprinzipien sowie der der Aufbau- und Ablauforganisation darzustellen. Im Rahmen der Wissensvermittlung in der Veranstaltung werden die Studierenden befähigt das Logistikmanagement als solches in die wesentlichen Elemente und Schritte zu zergliedern und zu begründen. Die Studierenden sind in der Lage, die einzelnen Aufgabenbereiche innerhalb des Logistikmanagements zu konzipieren und die sich daraus ergebenden Herausforderungen abzuleiten.</p>
Persönliche Kompetenz: Sozialkompetenz	
Persönliche Kompetenz: Selbstständigkeit	
Kompetenzniveau gemäß DQR	6
Kursinhalte	<p>Einführung in die Logistik</p> <ul style="list-style-type: none"> • Makro- vs. Mikrologistik • Definition der Logistik • Ziele und Aufgaben der Logistik <p>Beschaffungslogistik</p> <ul style="list-style-type: none"> • Beschaffungskonzepte / Bereitstellungskonzepte • Bestellmengenoptimierung • Lieferantenbewertung • Case Studies <p>Produktionslogistik</p> <ul style="list-style-type: none"> • Produktionskonzepte • Materialversorgung in der Produktion • Materialflussanalyse • Case Studies

	Distributionslogistik <ul style="list-style-type: none"> • Lagerhaltung • Distributionskonzepte • Case Studies Normatives Logistikmanagement Strategisches Logistikmanagement Operatives Logistikmanagement
Empfehlung für begleitende Veranstaltungen	
Sonstige Besonderheiten	
Literatur / Lernquellen	Christopher, M. (2016). *Logistics & Supply Chain Management*. Pearson Education, Harlow. Chopra, S., & Meindl, P. (2019). *Supply Chain Management: Strategy, Planning, and Operation*. Pearson, Harlow. Ballou, R. H. (2004). *Business Logistics/Supply Chain Management*. Pearson, Upper Saddle River.
Terminierung im Stundenplan	Regulär in StarPlan

Modul GS2 600180 Intercultural Competence and Ethics

Dauer des Moduls	1 Semester
Semester	3
SWS	4
Prüfungsart	LR
Credit Points (ECTS)	5
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Erfolgreiche Absolvierung der Prüfungsleistung
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr.-Ing. Ricarda Schlimbach
Lehr-, Lern- und Prüfungsformen	Seminar mit Übungen
Lerninhalte	

Kompetenzniveau gemäß DQR	6
Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine
Sonstige Besonderheiten	
Leistungsnachweis bei kombinierter Prüfung	Nicht zutreffend

Veranstaltung [GS2.1 Intercultural Competence and Ethics](#)

Lehrveranstaltungsverantwortliche(r)	
Semester	3
Häufigkeit des Angebots	Wintersemester
Art der Veranstaltung	Vorlesung mit Übungen
Credit Points (ECTS)	5
SWS	4
Workload – Kontaktstunden	60
Workload – Selbststudium	65
Detailbemerkungen zum Workload	Workload Vorbereitung/Nachbereitung: Vor/Nachbereitung außerhalb Vorlesungs- und Prüfungszeit im angegebenen Umfang. Die Hinweise dazu befinden sich in ILIAS (Modulvorbereitung)
Prüfungsart	Prüfung auf Modulebene
Prüfungsdauer	30 min
Verpflichtung	Pflichtfach
Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine
Lehr- / Lernmethoden	Seminar mit Übungen
Fachkompetenz: Wissen und Verstehen	<p>Die Studierenden verstehen die Bedeutung von kultureller Kompetenz und welche kulturellen Faktoren, Normen und Vorstellungen interkulturelle Zusammenarbeit beeinflussen können.</p> <p>Die Studierenden können Aussagen über interkulturelle Zusammenarbeit auf Richtigkeit prüfen und Schlussfolgerungen ableiten. Sie sind in der Lage, kulturelle Einflussfaktoren sicher zu erkennen und aufdecken zu können.</p>
Persönliche Kompetenz: Sozialkompetenz	Die Studierenden können interkulturelle Praktiken erproben, bewerten und kritisch dazu Stellung beziehen. Die Studierenden sind in der Lage, Fragen zum Thema in der Gruppe zu diskutieren, gemeinsam zu bewerten und

	anschließend im Plenum zu vertreten. Die Studierenden können gemeinsam mit der Gruppe Schlussfolgerungen ziehen und die Bedeutung von Normen und Werten für menschliches Handeln klar darlegen.
Persönliche Kompetenz: Selbstständigkeit	Die Studierenden sind auf Basis der ihnen bekannten verschiedenen theoretischen Ansätzen dazu befähigt, ihre eigenen kulturellen Wahrnehmungen und Ausprägungen kritisch zu reflektieren und können darauf Konsequenzen für die Gestaltung von Arbeitsprozessen im Team ziehen.
Kompetenzniveau gemäß DQR	6
Kursinhalte	<p>In der heutigen Geschäftswelt ist das Thema interkulturelle Kompetenz unumgänglich. Die Fähigkeit, nicht nur effektiv mit internationalen Partnern zu kommunizieren, sondern auch kulturelle Unterschiede zu erkennen und zu respektieren, ist von wesentlicher Bedeutung. Unabhängig davon, ob in internationalen Teams, mit ausländischen Lieferanten, in neuen Märkten oder in einem multinationalen Unternehmen gearbeitet wird, ist eine erfolgreiche Zusammenarbeit mit Menschen unterschiedlicher kultureller Herkunft erforderlich.</p> <p>Ziel dieses Kurses ist es, wissenschaftliche Beispiele zu betrachten und zu verstehen, wie Theorie in die Realität umgesetzt wird.</p> <p>Die Studierenden recherchieren und erstellen eine eigene Seminararbeit zu einem Thema der interkulturellen Kompetenz, vorzugsweise in Zusammenarbeit mit einem Tandempartner mit einem anderen kulturellen Hintergrund. Ziel ist es, ihre Fähigkeit zu verbessern, kritisch über ein bestimmtes interkulturelles Thema nachzudenken, das für sie oder ihren zukünftigen Karriereweg relevant ist.</p> <p>Theoretische Grundlagen interkultureller Zusammenarbeit</p> <ul style="list-style-type: none"> • Definitionen und Begriffe • Kulturmodelle im Vergleich • Kategorisierung von Kulturelementen <p>Kulturbedingtheit des Wahrnehmens und Handelns</p> <ul style="list-style-type: none"> • Selbstwahrnehmung und Fremdwahrnehmung • Der Einfluss von Kulturen auf Wahrnehmungsprozesse • Kulturspezifische Denkformen • Interkulturelle verbale und non-verbale Probleme • Die Bedeutung von Normen und Werten für das menschliche Handeln

	Einüben und Erproben interkultureller Handlungspraxis <ul style="list-style-type: none"> • Spezielle Kulturraumstudien • Wissensvermittlung über einzelne Zielkulturen • Führung interkultureller Teams • Kooperationen auf internationalen Märkten
Empfehlung für begleitende Veranstaltungen	
Sonstige Besonderheiten	
Literatur / Lernquellen	Hampden-Turner, C., & Trompenaars, F. (2012). *Riding the Waves of Culture: Understanding Diversity in Global Business*. McGraw-Hill, New York. Gertsen, M. C., Søderberg, A. M., & Zølner, M. (2017). *Intercultural Communication and Diplomacy*. John Benjamins Publishing, Amsterdam. Schwartz, S. H. (2012). *The Schwartz Value Survey: A Manual for Its Use*. Center for Intercultural Communication, Copenhagen. Fisher, C., & Lovell, A. (2009). *Business Ethics and Values: Individual, Corporate and International Perspectives*. Pearson Education, Harlow.
Terminierung im Stundenplan	Regulär in StarPlan

Modul EC A3 600190 German 3 Intermediate

Dauer des Moduls	1 Semester
Semester	3
SWS	4
Prüfungsart	LK
Credit Points (ECTS)	5
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Erfolgreiche Absolvierung der Prüfungsleistung
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Christian Buske
Lehr-, Lern- und Prüfungsformen	
Lerninhalte	

Kompetenzniveau gemäß DQR	5
Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine
Sonstige Besonderheiten	
Leistungsnachweis bei kombinierter Prüfung	Nicht zutreffend

Veranstaltung EC A3.1 600191 German 3 Intermediate

Lehrveranstaltungsverantwortliche(r)	Andrea Hesse
Semester	3
Häufigkeit des Angebots	Wintersemester
Art der Veranstaltung	Vorlesung mit Übungen
Credit Points (ECTS)	5
SWS	4
Workload – Kontaktstunden	60
Workload – Selbststudium	65
Detailbemerkungen zum Workload	Arbeitsaufwand zur Vorbereitung und Nachbereitung außerhalb der Vorlesung und Prüfungszeit im angegebenen Umfang
Prüfungsart	Prüfung auf Modulebene
Prüfungsdauer	120 min
Verpflichtung	Wahlpflichtfach
Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine
Lehr- / Lernmethoden	Seminaristischer Unterricht mit Übungen in den Lehrveranstaltungen. Das Selbststudium umfasst regelmäßige Hausaufgaben, die Vor- und Nachbereitung der Veranstaltungen sowie fristgerechte Einreichungen von Prüfungsleistungen und die Prüfungsvorbereitung.
Fachkompetenz: Wissen und Verstehen	Die Studierenden sind mit den folgenden Themen vertraut: <ul style="list-style-type: none"> • die Hauptpunkte bei Gesprächen über vertraute Dinge (z.B. Arbeit, Schule/Beruf, Freizeit) sowie aktuelle Ereignisse verstehen, wenn Standardsprache verwendet wird • Texte mit gebräuchlicher Alltags- und Berufssprache sowie private Briefe verstehen • die meisten Situationen bewältigen, denen man im Sprachgebiet begegnet, ohne Vorbereitung an Gesprächen teilnehmen sowie die eigene Meinung/Gefühle/Wünsche darlegen, argumentieren und die Handlung eines Buches/Films wiedergeben

	<ul style="list-style-type: none"> • einfache, zusammenhängende Texte und persönliche Briefe schreiben
Persönliche Kompetenz: Sozialkompetenz	
Persönliche Kompetenz: Selbstständigkeit	
Kompetenzniveau gemäß DQR	5
Kursinhalte	Im Modul werden i.d.R. die folgenden Themengebiete (einschließlich nötigem Vokabular und Grammatik) behandelt: <ul style="list-style-type: none"> • Reisen und Verkehr • Beschwerden • Studium • Natur • Arbeit • Auswanderung • politisches System Deutschlands
Empfehlung für begleitende Veranstaltungen	
Sonstige Besonderheiten	
Literatur / Lernquellen	"Sicher! B1+" Hueber Verlag, 2019
Terminierung im Stundenplan	Regulär in StarPlan

Modul EC B3 600200 Spanish 3 Intermediate

Dauer des Moduls	1 Semester
Semester	3
SWS	4
Prüfungsart	LK
Credit Points (ECTS)	5
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Erfolgreiche Absolvierung der Prüfungsleistung
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr.-Ing. Ricarda Schlimbach
Lehr-, Lern- und Prüfungsformen	
Lerninhalte	

Kompetenzniveau gemäß DQR	5
Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine
Sonstige Besonderheiten	
Leistungsnachweis bei kombinierter Prüfung	Nicht zutreffend

Veranstaltung EC B3.1 600201 Spanish 3 Intermediare

Lehrveranstaltungsverantwortliche(r)	
Semester	3
Häufigkeit des Angebots	Wintersemester
Art der Veranstaltung	Vorlesung mit Übungen
Credit Points (ECTS)	5
SWS	4
Workload – Kontaktstunden	60
Workload – Selbststudium	65
Detaillbemerkungen zum Workload	Arbeitsaufwand zur Vorbereitung und Nachbereitung außerhalb der Vorlesung und Prüfungszeit im angegebenen Umfang
Prüfungsart	Prüfung auf Modulebene
Prüfungsdauer	120 min
Verpflichtung	Wahlpflichtfach
Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine
Lehr- / Lernmethoden	Seminaristischer Unterricht mit Übungen in den Lehrveranstaltungen. Das Selbststudium umfasst regelmäßige Hausaufgaben, die Vor- und Nachbereitung der Veranstaltungen sowie fristgerechte Einreichungen von Prüfungsleistungen und die Prüfungsvorbereitung.
Fachkompetenz: Wissen und Verstehen	Die Studierenden sind mit den folgenden Themen vertraut: <ul style="list-style-type: none"> • die Hauptpunkte bei Gesprächen über vertraute Dinge (z.B. Arbeit, Schule/Beruf, Freizeit) sowie aktuelle Ereignisse verstehen, wenn Standardsprache verwendet wird • Texte mit gebräuchlicher Alltags- und Berufssprache sowie private Briefe verstehen • die meisten Situationen bewältigen, denen man im Sprachgebiet begegnet, ohne Vorbereitung an Gesprächen teilnehmen sowie die eigene Meinung/Gefühle/Wünsche darlegen, argumentieren und die Handlung eines Buches/Films wiedergeben

	<ul style="list-style-type: none"> • einfache, zusammenhängende Texte und persönliche Briefe schreiben
Persönliche Kompetenz: Sozialkompetenz	
Persönliche Kompetenz: Selbstständigkeit	
Kompetenzniveau gemäß DQR	5
Kursinhalte	<p>Im Modul werden i.d.R. die folgenden Themengebiete (einschließlich nötigem Vokabular und Grammatik) behandelt:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Reisen und Verkehr • Beschwerden • Studium • Natur • Arbeit • Auswanderung • politisches System Deutschlands
Empfehlung für begleitende Veranstaltungen	
Sonstige Besonderheiten	<p>"Nuevo Español en Marcha" Francisca Castro, Edinumen 2020</p> <p>"Aula Internacional" Jaime Corpas, Agustín Garmendia, Neus Sans. Difusión 2022</p>
Literatur / Lernquellen	
Terminierung im Stundenplan	Regulär in StarPlan

Seminar 4

Modul DM4 600210 Digital Marketing II

Dauer des Moduls	1 Semester
Semester	4
SWS	4
Prüfungsart	PK
Credit Points (ECTS)	5
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Erfolgreiche Absolvierung der Prüfungsleistung
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Christian Buske
Lehr-, Lern- und Prüfungsformen	Vorlesung mit Übungen
Lerninhalte	
Kompetenzniveau gemäß DQR	6
Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine
Sonstige Besonderheiten	
Leistungsnachweis bei kombinierter Prüfung	Details und Gewichtung werden zu Beginn des Semesters bekanntgegeben.

Veranstaltung DM4.1 600211 Social Media Marketing

Lehrveranstaltungsverantwortliche(r)	
Semester	4
Häufigkeit des Angebots	Sommersemester
Art der Veranstaltung	Vorlesung mit Übungen
Credit Points (ECTS)	3
SWS	2
Workload – Kontaktstunden	30
Workload – Selbststudium	45
Detailbemerkungen zum Workload	Workload Vorbereitung/Nachbereitung: Vor/Nachbereitung außerhalb Vorlesungs- und Prüfungszeit im angegebenen Umfang. Die Hinweise dazu befinden sich in ILIAS (Modulvorbereitung).
Prüfungsart	Prüfung auf Modulebene

Prüfungsdauer	120 min
Verpflichtung	Pflichtfach
Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine
Lehr- / Lernmethoden	
Fachkompetenz: Wissen und Verstehen	<p>Die Studierenden können social media-Zielsetzungen, Rahmenbedingungen, Anforderungsprofile und organisatorisch-redaktionelle sowie kommunikationstechnische Erfordernisse formulieren und modellieren. Sie können Social-media-Kommunikationsstrategien entwickeln, organisieren und operativ umsetzen sowie Erfolgs- und Effizienzmessungen bzw. Stärke-Schwäche-Analysen und Tracking-Analysen durchführen. Insbesondere die Befähigung zur Einsatzplanung von social-media-Instrumenten im internen und externen Unternehmenskontext sowie als Online-Marketing-Instrumentarium im Rahmen des Marketing mix (z.B. per Facebook Advertising, XING, Twitter etc.), des Branding-Management, des Kampagnenmanagement und der Eventplanung wird anwendungsorientiert vermittelt und trainiert. Studierende beherrschen zudem das quantitativ-analytische Rüstzeug der social network analysis, um gezielt Nutzer- und Promotorengewinnungsprozesse zu steuern, linkbuilding über seeding im Rahmen des viralen Online-Marketing zu unterstützen und social media-Geschäftsaktivitäten zu monetarisieren sowie die damit verbundenen finanzwirtschaftlichen Bewertungen und Wirtschaftlichkeits- und Nutzeranalysen vorzunehmen.</p>
Persönliche Kompetenz: Sozialkompetenz	
Persönliche Kompetenz: Selbstständigkeit	
Kompetenzniveau gemäß DQR	6
Kursinhalte	<p>Schwerpunkte: Introduction Social Media; Social Media Marketing & Corporate Marketing; Social Media Tracking & KPIs; Social media & events / campaigns; Social media and Management Accounting; Social media and web analysis; Social media and experimental research methods; Social media and network analysis</p>
Empfehlung für begleitende Veranstaltungen	
Sonstige Besonderheiten	
Literatur / Lernquellen	<p>Safko, Lon; Brake, David: The Social Media Bible: Tactics, Tools, and Strategies for Business Success; John Wiley & Sons; Hoboken 2009</p>

	Zarrella, Dan: The Social Media Marketing Book; O'Reilly; Beijing, Cambridge et al. 2009 Kutner, J. (2018). *Social Media Marketing Workbook: How to Use Social Media for Business*. Createspace, Charleston.
Terminierung im Stundenplan	Regulär in StarPlan

Veranstaltung DM4.2 600212 Search Engine Marketing and Optimization

Lehrveranstaltungsverantwortliche(r)	
Semester	4
Häufigkeit des Angebots	Sommersemester
Art der Veranstaltung	Vorlesung mit Übungen
Credit Points (ECTS)	2
SWS	2
Workload – Kontaktstunden	30
Workload – Selbststudium	20
Detaillbemerkungen zum Workload	Workload Vorbereitung/Nachbereitung: Vor/Nachbereitung außerhalb Vorlesungs- und Prüfungszeit im angegebenen Umfang. Die Hinweise dazu befinden sich in ILIAS (Modulvorbereitung).
Prüfungsart	Prüfung auf Modulebene
Prüfungsdauer	120 min
Verpflichtung	Pflichtfach
Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine
Lehr- / Lernmethoden	
Fachkompetenz: Wissen und Verstehen	Meist mehr als die Hälfte der Besucher einer Webseite kommen von Suchmaschinen wie Google, Bing oder Yahoo. SEO (Search Engine Optimization) und SEA (Search Engine Analytics) haben die Aufgabe, die Sichtbarkeit und damit die Besucherströme aus den organischen und den bezahlten Suchergebnissen zu verbessern. In diesem Kurs werden die Grundlagen des Suchmaschinenmarketings vermittelt. Die Studierenden kennen die grundlegenden Methoden und Vorgehensweisen im Suchmaschinenmarketing. Neben operativen Techniken der Traffic-Generierung, können die Studierenden nachhaltige Strategien und Lösungen entwickeln, um die richtigen Kunden zu finden und zu konvertieren.

	Die Studierenden recherchieren aktuelle Forschungserkenntnisse zum Themengebiet und wenden diese auf betriebliche Fragestellungen an
Persönliche Kompetenz: Sozialkompetenz	Die Studierenden können eigene Inhalte im individuellen Unternehmenskontext optimieren, sodass sie von Suchdiensten optimal indexiert werden.
Persönliche Kompetenz: Selbstständigkeit	Die Studierenden sind in der Lage Methoden und Vorgehensweisen im Bereich Suchmaschinenmarketing einzusetzen und diese an ganz konkreten Anwendungsfällen kritisch auf die Erfolgswirksamkeit hin zu prüfen.
Kompetenzniveau gemäß DQR	6
Kursinhalte	<ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen Suchmaschinenmarketing • Funktionsweise einer Suchmaschine • Grundlagen von Web-Technologien wie HTML • Keywords bestimmen • Rangfolgenbestimmung von Keyword-Anzeigen • On-Page-Optimierung • Off-Page-Optimierung • Keyword Advertising (SEA) • Google Universal Search & Amazon SEO
Empfehlung für begleitende Veranstaltungen	
Sonstige Besonderheiten	
Literatur / Lernquellen	<p>Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice*. Pearson Education, Harlow.</p> <p>Ryan, D. (2016). *Understanding Digital Marketing: Marketing Strategies for Engaging the Digital Generation*. Kogan Page, London.</p> <p>Ledford, J. L. (2015). *Digital Marketing: Integrating Strategy and Tactics with Values*. Pearson, Boston.</p> <p>Google. (2018). The Beginner's Guide to SEO. Google, Mountain View.</p> <p>Sullivan, D. (2014). Search Engine Optimization (SEO) Secrets. Wiley, Hoboken.</p>

Terminierung im Stundenplan	Regulär in StarPlan
-----------------------------	---------------------

Modul DM5 600220 Website Optimization

Dauer des Moduls	1 Semester
Semester	4
SWS	4
Prüfungsart	PA
Credit Points (ECTS)	5
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Erfolgreiche Absolvierung der Prüfungsleistung
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Christian Buske
Lehr-, Lern- und Prüfungsformen	Seminar mit Übungen
Lerninhalte	
Kompetenzniveau gemäß DQR	5
Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine
Sonstige Besonderheiten	
Leistungsnachweis bei kombinierter Prüfung	Details und Gewichtung werden zu Beginn des Semesters bekanntgegeben.

Veranstaltung DM5.1 600221 Behavioural Economics

Lehrveranstaltungsverantwortliche(r)	
Semester	4
Häufigkeit des Angebots	Sommersemester
Art der Veranstaltung	Seminar mit Übungen
Credit Points (ECTS)	2
SWS	2
Workload – Kontaktstunden	30
Workload – Selbststudium	20
Detailbemerkungen zum Workload	Workload Vorbereitung/Nachbereitung: Vor/Nachbereitung außerhalb Vorlesungs- und Prüfungszeit im angegebenen

	Umfang. Die Hinweise dazu befinden sich in ILIAS (Modulvorbereitung).
Prüfungsart	Prüfung auf Modulebene
Prüfungsdauer	30 min
Verpflichtung	Pflichtfach
Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine
Lehr- / Lernmethoden	Seminar mit integrierter Übung Selbststudium: Vor- und Nachbereitung der Vorlesung, Bearbeitung von Fragestellungen, begleitende Prüfungsvorbereitung
Fachkompetenz: Wissen und Verstehen	Die Studierende sind in der Lage die Grundlagen zur Verhaltens- und Verkaufspsychologie zu charakterisieren und die Unterschiede zur traditionellen Ökonomik zu erklären. Ferner können sie die Konzepte und Theorien auführen und die zunehmende Bedeutung der Psychologie im betrieblichen Alltag erkennen. Die Studierenden sind befähigt ihr Wissen und Verständnis über Gegenstand, Entwicklung und Kernproblematik der Verhaltens- und Verkaufspsychologie für die Ableitung von Kernkriterien des menschlichen Verhaltens in wirtschaftlichen Situationen Verhaltens anzuwenden. Darüber hinaus sind sie in der Lage die Konzepte zu psychologischen Erkenntnissen auf wirtschaftliche Sachverhalte zu übertragen.
Persönliche Kompetenz: Sozialkompetenz	
Persönliche Kompetenz: Selbstständigkeit	
Kompetenzniveau gemäß DQR	5
Kursinhalte	<ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen der Wirtschaftspsychologie: Historie, Themenfelder und ausgewählte Modelle • Kognition: Grundlegende Mechanismen menschlicher impliziter und expliziter Wahrnehmung und Informationsverarbeitung sowie Verhaltensprozesse • Entscheidungs- und Verhaltenspsychologie: Entstehung und Veränderung von Einstellungen, Entscheidungsheuristiken, Lern- und verhaltenspsychologische Aspekte. • Beurteilung von Personen im Rahmen von Verkaufsgesprächen • Verkaufs- und Werbepsychologie: soziale Einflussmöglichkeiten und Strategien zur Einstellungs- und Verhaltensänderung, Gestaltung von Werbung

Empfehlung für begleitende Veranstaltungen	
Sonstige Besonderheiten	
Literatur / Lernquellen	<p>Thaler, R. H., & Sunstein, C. R. (2008). *Nudge: Improving Decisions About Health, Wealth, and Happiness*. Penguin Books, New York.</p> <p>Ariely, D. (2008). *Predictably Irrational: The Hidden Forces That Shape Our Decisions*. HarperCollins, New York.</p> <p>Kahneman, D. (2011). *Thinking, Fast and Slow*. Farrar, Straus and Giroux, New York.</p> <p>Schwartz, B. (2004). *The Paradox of Choice: Why More Is Less*. HarperCollins, New York.</p>
Terminierung im Stundenplan	Regulär in StarPlan

Veranstaltung DM5.2 600222 Usability Engineering (App- and Website testing)

Lehrveranstaltungsverantwortliche(r)	
Semester	4
Häufigkeit des Angebots	Sommersemester
Art der Veranstaltung	Seminar mit Übungen
Credit Points (ECTS)	3
SWS	2
Workload – Kontaktstunden	30
Workload – Selbststudium	45
Detailbemerkungen zum Workload	Workload Vorbereitung/Nachbereitung: Vor/Nachbereitung außerhalb Vorlesungs- und Prüfungszeit im angegebenen Umfang. Die Hinweise dazu befinden sich in ILIAS (Modulvorbereitung).
Prüfungsart	Prüfung auf Modulebene
Prüfungsdauer	30 min
Verpflichtung	Pflichtfach
Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine
Lehr- / Lernmethoden	Seminar mit integrierter Übung

	Selbststudium: Vor- und Nachbereitung der Vorlesung, Bearbeitung von Fragestellungen, begleitende Prüfungsvorbereitung
Fachkompetenz: Wissen und Verstehen	<p>Die Studierenden sind mit Begriffen und Konzepten im Bereich User Experience Design vertraut. Sie sind in der Lage, die Bedeutung menschlicher Fähigkeiten im Prozess der Systemgestaltung zu verstehen. Als Grundlage für ein explizites Verständnis der Nutzer, ihrer Aufgaben und ihrer Umgebung und der entsprechenden Konzeptualisierung von Designs, die sich an den Bedürfnissen und Anforderungen der Benutzer orientieren, wurden allgemeine Prinzipien und Praktiken der Nutzerfreundlichkeit, der Nutzererfahrung und des menschenzentrierten Designs vermittelt. Dies ermöglicht den Studierenden, Lösungen mit Fokus auf menschenzentrierte Qualität zu entwickeln und zu bewerten. Die Übungen haben die Studierenden darin geschult, einen kompletten Projektlebenszyklus durchzuführen, vom Nutzungskontext und der Anforderungsanalyse bis hin zur Projektdefinition, Konzeptualisierung, Bewertung und Auslaufphase.</p> <p>Die Studierenden verfügen über umfassende theoretische Kenntnisse über verschiedene Analyse- und Bewertungsmethoden und werden geschult, diese in der Praxis anzuwenden. Sie wissen, welche Methode sie wählen müssen, je nachdem, an welcher Stelle im nutzerzentrierten Designprozess sie zur größten Zufriedenstellung umgesetzt wird, welche Forschungsziele adressiert werden und welche Ressourcen verfügbar sein müssen. Darüber hinaus lernen die Studierenden aktuelle Trends und beliebte Methoden im Bereich User Research und Testing Methods kennen.</p> <p>Außerdem haben die Studierenden grundlegende qualitative Forschungsmethoden wie Interviewtechniken und qualitative Inhaltsanalyse erlernt und geübt. In mehreren Fallstudien haben die Studierenden gelernt, diese Methoden in verschiedenen beruflichen Kontexten anzuwenden und zu dokumentieren.</p>
Persönliche Kompetenz: Sozialkompetenz	
Persönliche Kompetenz: Selbstständigkeit	
Kompetenzniveau gemäß DQR	5
Kursinhalte	<ul style="list-style-type: none"> • Nutzerfreundlichkeit, Nutzererfahrung, menschenzentrierte Qualität und benutzerzentrierte Designprinzipien • Eigenschaften menschlicher Fähigkeiten • Analyse und Definition des Nutzungskontextes • Ableitung von Nutzerbedürfnissen • Spezifikation der Nutzeranforderungen • Spezifikation der Nutzerinteraktion

	<ul style="list-style-type: none"> • Konzeptualisierung und Prototypisierung (papier- und werkzeugbasiert) • Usability-Tests • Orchestrierung und Einsatz von Methoden • Qualitative und quantitative Nutzerforschungs- und Testmethoden (z. B. formativ vs. Summative Usability-Tests, Expertenberichte, Fokusgruppen, heuristische Bewertung, Fragebögen, Interviews usw.) • Nutzerumfragen entwerfen, durchführen, analysieren und dokumentieren • Ergebnisse und Kriterien zur Optimierung formulieren und berichten • Aktuelle Trends und beliebte Methoden in der Nutzerforschung und Testmethoden • Fortgeschrittene Forschungsmethoden (z. B. Eye-Tracking, Valenzmethode, Nutzererfahrung)
Empfehlung für begleitende Veranstaltungen	
Sonstige Besonderheiten	
Literatur / Lernquellen	<p>Benyon, David. Designing Interactive Systems. 10th ed. Addison Wesley, 2010.</p> <p>Brown, Dan M. Communicating Design: Developing Web Site Documentation for Design and Planning. Pearson Education (US), 2010.</p> <p>Cooper, Alan, Robert Reimann, and David Cronin. About Face 3: The Essentials of Interaction Design. 4th ed. Wiley, 2014.</p> <p>Garrett, Jesse James. The Elements of User Experience: User-Centered Design for the Web and Beyond. 2nd ed. New Riders Press, 2010.</p> <p>Rogers, Yvonne, Jenny Preece, and Helen Sharp. Interaction Design: Beyond Human - Computer Interaction. 3rd ed. Wiley, 2011.</p> <p>B. Hambling and P. Van Goathem. User Acceptance Testing: A step-by-step guide. Bcs</p>

	<p>Learning & Development Limited, 2013.</p> <p>J. Hansen. How to Jumpstart User Testing: 16 Tools to Craft Better Products. Independently published, 2017.</p> <p>Tullis, T., & Albert, W. (2013). <i>Measuring the User Experience: Collecting, Analyzing, and Presenting Usability Metrics</i>. Morgan Kaufmann, Waltham.</p> <p>K. Holmqvist et al. Eye tracking - a comprehensive guide to methods and measures. Oxford University Press, 2011.</p> <p>M. Kuniavsky A. Moed, and E. Goodman. Observing The user experience - A practitioner's guide to user research. Morgan Kaufmann Publishers, 2nd Edition, 2012</p>
Terminierung im Stundenplan	Regulär in StarPlan

Modul GS3 600230 Global Market Research & Big Data

Dauer des Moduls	1 Semester
Semester	4
SWS	4
Prüfungsart	LA
Credit Points (ECTS)	5
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Erfolgreiche Absolvierung der Prüfungsleistung
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Benjamin Österle
Lehr-, Lern- und Prüfungsformen	Seminar mit Übungen
Lerninhalte	
Kompetenzniveau gemäß DQR	6
Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine
Sonstige Besonderheiten	

Leistungsnachweis bei kombinierter Prüfung	Nicht zutreffend
--	------------------

Veranstaltung GS3.1 600231 Global Market Research & Big Data

Lehrveranstaltungsverantwortliche(r)	
Semester	4
Häufigkeit des Angebots	Sommersemester
Art der Veranstaltung	Seminar mit Übungen
Credit Points (ECTS)	5
SWS	4
Workload – Kontaktstunden	30
Workload – Selbststudium	45
Detailbemerkungen zum Workload	Workload Vorbereitung/Nachbereitung: Vor/Nachbereitung außerhalb Vorlesungs- und Prüfungszeit im angegebenen Umfang. Die Hinweise dazu befinden sich in ILIAS (Modulvorbereitung).
Prüfungsart	Prüfung auf Modulebene
Prüfungsdauer	30 min
Verpflichtung	Pflichtfach
Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine
Lehr- / Lernmethoden	Seminar mit integrierter Übung Selbststudium: Vor- und Nachbereitung der Vorlesung, Bearbeitung von Fragestellungen, begleitende Prüfungsvorbereitung
Fachkompetenz: Wissen und Verstehen	Die Studierenden sind mit den wichtigsten Methoden der Markt-forschung vertraut. Sie verstehen die Rolle der Marktforschung in der betrieblichen Praxis. Sie können u.a. den Marktforschungs-prozess, Erhebungs- und Analysemethoden darstellen und demonstrieren. Zudem sind sie in der Lage die Methoden der Marktforschung zu charakterisieren und können dabei entstehende Herausforderungen erkennen. Die Studierenden sind in der Lage, für Praxisfälle und Fallstudien der Marktforschung eine begründete Lösung zu erarbeiten. Hierbei sind sie befähigt, adäquate Arbeitsabläufe und Tools zu erstellen, sowie geeignete Methoden auszuwählen und einzusetzen. Damit sind die Studierenden befähigt, für konkrete Marktforschungsprojekte Problemlösungen zu konzipieren und diese im Plenum zu vertreten.

Persönliche Kompetenz: Sozialkompetenz	
Persönliche Kompetenz: Selbstständigkeit	
Kompetenzniveau gemäß DQR	6
Kursinhalte	1. Marktforschungsprozess 2. Fragebogengestaltung 3. Erhebungsmethoden 4. Stichprobenziehung 5. Anwendung von Analysemethoden 6. Ergebnispräsentation
Empfehlung für begleitende Veranstaltungen	
Sonstige Besonderheiten	
Literatur / Lernquellen	Davenport, T. H., & Dyché, J. (2013). Big Data at Work: Dispelling the Myths, Uncovering the Opportunities. Harvard Business Review Press, Boston. McKinsey & Company. (2016). The Age of Analytics: Competing in a Data-Driven World. McKinsey & Company, New York. Bryman, A. (2016). Social Research Methods. Oxford University Press, Oxford. Hair, J. F., & Lukas, B. A. (2014). Marketing Research: Within a Changing Information Environment. Pearson Education, Harlow.
Terminierung im Stundenplan	Regulär in StarPlan

Modul GS4 600240 Customer Management

Dauer des Moduls	1 Semester
Semester	4
SWS	4
Prüfungsart	LK
Credit Points (ECTS)	5

Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Erfolgreiche Absolvierung der Prüfungsleistung
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Benjamin Österle
Lehr-, Lern- und Prüfungsformen	Vorlesung mit Übungen
Lerninhalte	
Kompetenzniveau gemäß DQR	6
Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine
Sonstige Besonderheiten	
Leistungsnachweis bei kombinierter Prüfung	Nicht zutreffend

Veranstaltung [GS4.1 600241 Customer Management](#)

Lehrveranstaltungsverantwortliche(r)	
Semester	4
Häufigkeit des Angebots	Sommersemester
Art der Veranstaltung	Vorlesung mit Übungen
Credit Points (ECTS)	5
SWS	4
Workload – Kontaktstunden	60
Workload – Selbststudium	65
Detailbemerkungen zum Workload	Workload Vorbereitung/Nachbereitung: Vor/Nachbereitung außerhalb Vorlesungs- und Prüfungszeit im angegebenen Umfang. Die Hinweise dazu befinden sich in ILIAS (Modulvorbereitung).
Prüfungsart	Prüfung auf Modulebene
Prüfungsdauer	120 min
Verpflichtung	Pflichtfach
Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine
Lehr- / Lernmethoden	Vorlesung mit integrierter Übung Selbststudium: Vor- und Nachbereitung der Vorlesung, Bearbeitung von Fragestellungen, begleitende Prüfungsvorbereitung

Fachkompetenz: Wissen und Verstehen	<p>Die Studierenden sind in der Lage die Grundlagen des Kundenmanagements zu benennen und insbesondere den Kundenlebenszyklus zu erklären. Darüber hinaus können die Studierenden die interne und externe Zielgruppe voneinander abgrenzen. Sie sind befähigt das operative Kundenmanagement sowie Kundenbetreuungskonzepte zu charakterisieren.</p> <p>Die Studierenden sind befähigt ihr Wissen und Verständnis über Kundenbetreuungskonzepte für die Erstellung von eben jenen anzuwenden. Sie können Konzepte zur Messung der Kundenzufriedenheit umsetzen und die Zusammenhänge zwischen Beschwerdemanagement und der Kundenrückgewinnung aufdecken. Ferner können sie die Bedeutung des Zielgruppenmarketings für Unternehmen ableiten und strategische Konzepte ableiten.</p>
Persönliche Kompetenz: Sozialkompetenz	
Persönliche Kompetenz: Selbstständigkeit	
Kompetenzniveau gemäß DQR	6
Kursinhalte	<p>1. Begrifflich-konzeptionelle Grundlegung</p> <ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen des Kundenmanagements • Organisatorische, funktionale und verkaufsstrategische Aspekte des Kundenmanagements <p>2. Strategisches Kundenmanagements und Zielgruppenmarketing</p> <ul style="list-style-type: none"> • Interne Zielgruppen • Externe Zielgruppen <p>3. Operatives Kundenmanagement</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sales Lead Management • Kundenbindung • Kundenbewertung • Kundenbereinigung • Kundenrückgewinnung • Customer-Relationship-Management-Systeme (CRM) • Beschwerdemanagement • Ausgewählte Konzepte zur Messung der Kundenzufriedenheit <p>4. Ausgewählte Kundenbetreuungskonzeptionen</p>
Empfehlung für begleitende Veranstaltungen	

Sonstige Besonderheiten	
Literatur / Lernquellen	
Terminierung im Stundenplan	Regulär in StarPlan

Modul GS5 600250 Marketing and Sales Law

Dauer des Moduls	1 Semester
Semester	4
SWS	4
Prüfungsart	LK
Credit Points (ECTS)	5
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Erfolgreiche Absolvierung der Prüfungsleistung
Modulverantwortliche(r)	N.N.
Lehr-, Lern- und Prüfungsformen	Vorlesung mit Übungen
Lerninhalte	
Kompetenzniveau gemäß DQR	6
Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine
Sonstige Besonderheiten	
Leistungsnachweis bei kombinierter Prüfung	Nicht zutreffend

Veranstaltung GS5.1 600251 Marketing and Sales Law

Lehrveranstaltungsverantwortliche(r)	
Semester	4
Häufigkeit des Angebots	Sommersemester
Art der Veranstaltung	Vorlesung mit Übungen
Credit Points (ECTS)	5
SWS	4
Workload – Kontaktstunden	60
Workload – Selbststudium	65

Detailbemerkungen zum Workload	Workload Vorbereitung/Nachbereitung: Vor/Nachbereitung außerhalb Vorlesungs- und Prüfungszeit im angegebenen Umfang. Die Hinweise dazu befinden sich in ILIAS (Modulvorbereitung).
Prüfungsart	Prüfung auf Modulebene
Prüfungsdauer	120 min
Verpflichtung	Pflichtfach
Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine
Lehr- / Lernmethoden	Vorlesung mit integrierter Übung Selbststudium: Vor- und Nachbereitung der Vorlesung, Bearbeitung von Fragestellungen, begleitende Prüfungsvorbereitung
Fachkompetenz: Wissen und Verstehen	Die Studierenden sind in der Lage die rechtlichen Aspekte des Markenschutzes und der Werbung zu benennen und insbesondere auch die Grenzen zu erklären. Darüber hinaus können die Studierenden die rechtlichen Grundlagen der Preisgestaltung und die Rechtsvorgaben beim Vertrieb definieren. Darüber hinaus können sie Datenschutzregelungen angeben und auf typische rechtliche Fragestellungen zu übertragen. Die Studierenden sind in der Lage rechtliche Aspekte im Marketing- und Vertriebsrecht anzuwenden und adäquate Maßnahmen abzuleiten. Darüber hinaus sind sie in der Lage rechtliche Regelungen des Vertriebs im Hinblick auf branchenspezifische Besonderheiten umzusetzen. Ferner können sie die Bedeutung der rechtlichen Rahmenbedingungen im Datenschutz für Unternehmen ableiten.
Persönliche Kompetenz: Sozialkompetenz	
Persönliche Kompetenz: Selbstständigkeit	
Kompetenzniveau gemäß DQR	6
Kursinhalte	Markenrechtliche Aspekte im Marketing <ul style="list-style-type: none"> • Entstehung der Marke • Schutz der Marke Kommunikationspolitik und Recht der Werbung <ul style="list-style-type: none"> • Rechtliche Grenzen der Werbung (Wettbewerbsrecht) • Rechtsschutzmöglichkeiten

	<p>Rechtsfragen der Preise</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kartellrechtliche Grenzen der Preisgestaltung • Wettbewerbsrechtliche Grenzen der Preisangaben <p>Rechtliche Grundlagen der Vertriebssysteme</p> <ul style="list-style-type: none"> • Regelungsmöglichkeiten beim Einsatz von Absatzmittlern • Rechtliche Vorgaben beim Direktvertrieb • Branchenspezifische Besonderheiten <p>Vertriebs- und Marketinginformationen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Datengenerierung und Datenschutz <p>Datenschutz im Vertrieb</p>
Empfehlung für begleitende Veranstaltungen	
Sonstige Besonderheiten	
Literatur / Lernquellen	<p>McKeown, J., & McKeown, A. (2019). *Cybersecurity Law*. Wiley, Hoboken.</p> <p>Soghoian, D. (2018). *The Law of Privacy in the Information Age*. Routledge, London.</p> <p>McMillan, R. (2017). *Digital Marketing Law: A Practical Guide*. Kogan Page, London.</p> <p>Binns, A. (2021). *Data Protection and Privacy: The Internet of Bodies*. Routledge, London.</p>
Terminierung im Stundenplan	Regulär in StarPlan

Modul EC A4 600260 German 4 Intermediate

Dauer des Moduls	1 Semester
Semester	4
SWS	4
Prüfungsart	LK

Credit Points (ECTS)	5
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Erfolgreiche Absolvierung der Prüfungsleistung
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Christian Buske
Lehr-, Lern- und Prüfungsformen	
Lerninhalte	
Kompetenzniveau gemäß DQR	5
Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine
Sonstige Besonderheiten	
Leistungsnachweis bei kombinierter Prüfung	Nicht zutreffend

Veranstaltung EC A4.1 600261 German 4 Intermediate

Lehrveranstaltungsverantwortliche(r)	Andrea Hesse
Semester	4
Häufigkeit des Angebots	Sommersemester
Art der Veranstaltung	Vorlesung mit Übungen
Credit Points (ECTS)	5
SWS	4
Workload – Kontaktstunden	60
Workload – Selbststudium	65
Detaillbemerkungen zum Workload	Arbeitsaufwand zur Vorbereitung und Nachbereitung außerhalb der Vorlesung und Prüfungszeit im angegebenen Umfang
Prüfungsart	Prüfung auf Modulebene
Prüfungsdauer	120 min
Verpflichtung	Wahlpflichtfach
Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine
Lehr- / Lernmethoden	Seminaristischer Unterricht mit Übungen in den Lehrveranstaltungen. Das Selbststudium umfasst regelmäßige Hausaufgaben, die Vor- und Nachbereitung der

	Veranstaltungen sowie fristgerechte Einreichungen von Prüfungsleistungen und die Prüfungsvorbereitung.
Fachkompetenz: Wissen und Verstehen	<p>Die Studierenden können:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Texte über konkrete und abstrakte Themen, die den privaten und beruflichen Bereich betreffen, im Großen und Ganzen verstehen, sofern Standardsprache gesprochen wird • Texte aller Art selbstständig lesen und in komplexeren Texten die Hauptinhalte verstehen und für sich relevante Informationen entnehmen • Ausführungen in einem klaren, zusammenhängenden Text mit Hilfe von Konnektoren und Textverknüpfungselementen verbinden • eigene Fehler erkennen und korrigieren, sich spontan und fließend – ohne größere Anstrengung - verständigen
Persönliche Kompetenz: Sozialkompetenz	
Persönliche Kompetenz: Selbstständigkeit	
Kompetenzniveau gemäß DQR	5
Kursinhalte	<p>Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sind die Lernenden in der Lage:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sätze und häufig verwendete Ausdrücke über Dinge zu verstehen, die ihnen wichtig sind (z. B. Familie, Einkaufen, Arbeit, Umgebung) und die Essenz kurzer, klarer und einfacher Nachrichten und Ankündigungen verstehen • kurze, einfache Texte zu lesen und Informationen zu finden • über vertraute und alltägliche Dinge zu sprechen und kurze Gespräche in einfachen, routinemäßigen Situationen • kurze, einfache Notizen und Nachrichten schreiben zu führen <p>Das Modul umfasst in der Regel folgende Themen (inkl. notwendigem Wortschatz und Grammatik):</p> <ul style="list-style-type: none"> • Feste und Feiern • Wohnen • Sehenswürdigkeiten • Geld und Verwaltungsverfahren • Gesundheit • Wetter • Reisen und Urlaub • Ausbildung und Karriere

Empfehlung für begleitende Veranstaltungen	
Sonstige Besonderheiten	
Literatur / Lernquellen	"Sicher! B1+" Hueber Verlag, 2019
Terminierung im Stundenplan	Regulär in StarPlan

Modul EC B4 600270 Spanish 4 Intermediate

Dauer des Moduls	1 Semester
Semester	4
SWS	4
Prüfungsart	LK
Credit Points (ECTS)	5
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Erfolgreiche Absolvierung der Prüfungsleistung
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr.-Ing. Ricarda Schlimbach
Lehr-, Lern- und Prüfungsformen	
Lerninhalte	
Kompetenzniveau gemäß DQR	5
Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine
Sonstige Besonderheiten	
Leistungsnachweis bei kombinierter Prüfung	Nicht zutreffend

Veranstaltung EC B4.1 600271 Spanish 4 Intermediate

Lehrveranstaltungsverantwortliche(r)	
Semester	4
Häufigkeit des Angebots	Sommersemester
Art der Veranstaltung	Vorlesung mit Übungen
Credit Points (ECTS)	5
SWS	4

Workload – Kontaktstunden	60
Workload – Selbststudium	65
Detailbemerkungen zum Workload	Arbeitsaufwand zur Vorbereitung und Nachbereitung außerhalb der Vorlesung und Prüfungszeit im angegebenen Umfang
Prüfungsart	Prüfung auf Modulebene
Prüfungsdauer	120 min
Verpflichtung	Wahlpflichtfach
Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine
Lehr- / Lernmethoden	Seminaristischer Unterricht mit Übungen in den Lehrveranstaltungen. Das Selbststudium umfasst regelmäßige Hausaufgaben, die Vor- und Nachbereitung der Veranstaltungen sowie fristgerechte Einreichungen von Prüfungsleistungen und die Prüfungsvorbereitung.
Fachkompetenz: Wissen und Verstehen	<p>Die Studierenden können:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Texte über konkrete und abstrakte Themen, die den privaten und beruflichen Bereich betreffen, im Großen und Ganzen verstehen, sofern Standardsprache gesprochen wird • Texte aller Art selbstständig lesen und in komplexeren Texten die Hauptinhalte verstehen und für sich relevante Informationen entnehmen • Ausführungen in einem klaren, zusammenhängenden Text mit Hilfe von Konnektoren und Textverknüpfungselementen verbinden • eigene Fehler erkennen und korrigieren, sich spontan und fließend – ohne größere Anstrengung - verständigen
Persönliche Kompetenz: Sozialkompetenz	
Persönliche Kompetenz: Selbstständigkeit	
Kompetenzniveau gemäß DQR	5
Kursinhalte	<p>Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sind die Lernenden in der Lage:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sätze und häufig verwendete Ausdrücke über Dinge zu verstehen, die ihnen wichtig sind (z. B. Familie, Einkaufen, Arbeit, Umgebung) und die Essenz kurzer, klarer und einfacher Nachrichten und Ankündigungen verstehen • kurze, einfache Texte zu lesen und Informationen zu finden • über vertraute und alltägliche Dinge zu sprechen und kurze Gespräche in einfachen, routinemäßigen Situationen • kurze, einfache Notizen und Nachrichten schreiben zu führen

	<p>Das Modul umfasst in der Regel folgende Themen (inkl. notwendigem Wortschatz und Grammatik):</p> <ul style="list-style-type: none"> • Feste und Feiern • Wohnen • Sehenswürdigkeiten • Geld und Verwaltungsverfahren • Gesundheit • Wetter • Reisen und Urlaub • Ausbildung und Karriere
Empfehlung für begleitende Veranstaltungen	
Sonstige Besonderheiten	
Literatur / Lernquellen	<p>"Nuevo Español en Marcha" Francisca Castro, Edinumen 2020</p> <p>"Aula Internacional" Jaime Corpas, Agustín Garmendia, Neus Sans. Difusión 2022</p>
Terminierung im Stundenplan	Regulär in StarPlan

Semester 5

Modul P 600280 Internship Semester

Dauer des Moduls	1 Semester
Semester	5
SWS	
Prüfungsart	SR
Credit Points (ECTS)	30
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	<p>Erfolgreiche Absolvierung der Prüfungsleistung</p> <p>Ablauf:</p> <p>Im 4. Semester:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Vorbereitung der Bewerbungsunterlagen • Auswahl der in Frage kommenden Betriebe und Praktikumsstellen • Ausarbeitung eines Praktikumsplans <p>Im 5. Semester:</p> <p>Betreute Praxisphase in geeigneten Unternehmen oder Institutionen im Inland oder Ausland (mind. 100 Präsenztage)</p> <p>Im 6. Semester:</p> <p>Nachbereitung des praktischen Studienseesters durch</p> <ul style="list-style-type: none"> • Dokumentation der praktischen Erfahrungen durch Ausarbeitung eines Berichts über das praktische Studienseester <p>Kurzdokumentation der praktischen Erfahrungen und Bewertung des Praxiseinsatzes per Fragebogen</p>
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Jens Koch
Lehr-, Lern- und Prüfungsformen	
Fachkompetenz: Wissen und Verstehen	<p>Die Studierenden übernehmen qualifizierte praktische Tätigkeiten in geeignetem Unternehmen (Praxisstelle) in einem oder mehreren ausgewählten betrieblichen Bereichen. Hierbei wenden sie das bisher erarbeitete Wissen des Studiums an und vertiefen die bisher erlernten Studieninhalte.</p> <p>Die Studierenden erkennen die Relevanz des Studiums für die Berufspraxis. Das praktische Studienseester soll auch dazu dienen, das selbständige und eigenverantwortliche Handeln der Studierenden zu fördern. Nach Abschluss des praktischen Studienseesters sollen die Studierenden praktische Erfahrungen in den Bereichen, für die der Studiengang ausbildet, gesammelt</p>

	<p>haben, um für den weiteren Verlauf des Studiums und/oder für die Bachelorthesis wichtige Impulse zu erhalten.</p> <p>Die Studierenden sind in der Lage im Rahmen der praktischen Tätigkeit in Unternehmen das bisher erarbeitete Wissen des Studiums anzuwenden und können das Wissen selbständig vertiefen.</p>
Lerninhalte	
Kompetenzniveau gemäß DQR	6
Voraussetzungen für die Teilnahme	Erfolgreich absolvierte Prüfungsleistungen und Prüfungsvorleistungen der Semester 1 – 3, wobei bis zu zwei Prüfungsleistungen aus dem Semester 3 noch offen sein können.
Sonstige Besonderheiten	<p>Lehrform:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Selbststudium/praktische Tätigkeit im Unternehmen • Betreuung während des praktischen Studiensemesters durch eine(n) Professor/in der Fakultät • Dokumentation und Präsentation der praktischen Erfahrungen durch Ausarbeitung eines Berichts über das praktische Studiensemester <p>Kurzdokumentation der praktischen Erfahrungen und Bewertung des Praxiseinsatzes per Fragebogen</p>
Leistungsnachweis bei kombinierter Prüfung	Nicht zutreffend

Semester 6

Modul DM6 600290 Digital Leadership & Management

Dauer des Moduls	1 Semester
Semester	6
SWS	4
Prüfungsart	PK
Credit Points (ECTS)	5
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Erfolgreiche Absolvierung der Prüfungsleistung
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr.-Ing. Ricarda Schlimbach
Lehr-, Lern- und Prüfungsformen	
Lerninhalte	
Kompetenzniveau gemäß DQR	6
Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine
Sonstige Besonderheiten	
Leistungsnachweis bei kombinierter Prüfung	Details und Gewichtung werden zu Beginn des Semesters bekanntgegeben

Veranstaltung DM6.1 600291 Strategic Corporate Management

Lehrveranstaltungsverantwortliche(r)	
Semester	6
Häufigkeit des Angebots	Sommersemester
Art der Veranstaltung	Vorlesung mit Übungen
Credit Points (ECTS)	2
SWS	2
Workload – Kontaktstunden	30
Workload – Selbststudium	20
Detailbemerkungen zum Workload	Arbeitsaufwand zur Vorbereitung und Nachbereitung außerhalb der Vorlesung und Prüfungszeit im angegebenen Umfang
Prüfungsart	Prüfung auf Modulebene
Prüfungsdauer	120 min

Verpflichtung	Pflichtfach
Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine
Lehr- / Lernmethoden	<p>Vorlesung mit integrierten Übungen</p> <p>Selbststudium: Vor- und Nachbereiten der Vorlesung, Bearbeitung von Fragestellungen, begleitende Prüfungsvorbereitung</p>
Fachkompetenz: Wissen und Verstehen	<p>Die Studierenden sind in der Lage die grundlegenden Begrifflichkeiten der Unternehmensführung und ausgewählter Managementtheorien zu benennen und das System der Unternehmensführung zu erklären. Darüber hinaus können die Studierenden das normative Management von der strategischen Unternehmensführung abgrenzen. Sie sind befähigt ausgewählte Aspekte der strategischen Unternehmensführung zu Charakterisieren und diese im Plenum zu erklären sowie unterschiedliche Sichtweisen und Interessen anderer Beteiligten anzuerkennen.</p> <p>Die Studierenden sind befähigt Vergleich von wert-, markt- und ressourcenorientierter Unternehmensführung durchzuführen, auf Zusammenhänge aufzudecken. Sie sind dabei auch in der Lage das Problem der Strategieimplementierung unter Berücksichtigung von Erfolgsfaktoren zu lösen. Ferner können sie logische Fehler in Führungsprozessen und Führungsfunktionen entdecken, Lösungsvorschläge daraus ableiten und diese fachlich fundiert begründen.</p>
Persönliche Kompetenz: Sozialkompetenz	
Persönliche Kompetenz: Selbstständigkeit	
Kompetenzniveau gemäß DQR	6
Kursinhalte	<p>Begrifflich-systematische Grundlegung</p> <ul style="list-style-type: none"> – Unternehmen und Unternehmensführung – Ausgewählte Managementtheorien – Managemententscheidungen im Unternehmenslebenszyklus <p>Das System der Unternehmensführung</p> <ul style="list-style-type: none"> – Führungsebenen – Führungsprozess und Führungsfunktionen – Das integrierte Führungssystem <p>Normatives Management</p>

	<ul style="list-style-type: none"> – Grundlagen – Ausgewählte Aspekte der Normativen Managements <p>Strategische Unternehmensführung</p> <ul style="list-style-type: none"> – Grundlagen – Strategische Geschäftseinheiten und Portfolioanalyse – Wertorientierte Unternehmensführung – Marktorientierte Unternehmensführung <p>Ressourcenorientierte Unternehmensführung</p>
Empfehlung für begleitende Veranstaltungen	
Sonstige Besonderheiten	
Literatur / Lernquellen	<p>Baldegger, R.: Management in a Dynamic Environment : Concepts, Methods and Tools, Wiesbaden 2012</p> <p>Grant, R.: Contemporary Strategy Analysis: Text and Cases, 9. Aufl., Wiley 2015</p>
Terminierung im Stundenplan	Regulär in StarPlan

Veranstaltung DM6.2 600292 Digital Leadership & Future Skills

Lehrveranstaltungsverantwortliche(r)	
Semester	6
Häufigkeit des Angebots	Sommersemester
Art der Veranstaltung	Vorlesung mit Übungen
Credit Points (ECTS)	3
SWS	2
Workload – Kontaktstunden	30
Workload – Selbststudium	45
Detailbemerkungen zum Workload	Arbeitsaufwand zur Vorbereitung und Nachbereitung außerhalb der Vorlesung und Prüfungszeit im angegebenen Umfang
Prüfungsart	Prüfung auf Modulebene

Prüfungsdauer	120 min
Verpflichtung	Pflichtfach
Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine
Lehr- / Lernmethoden	<p>Vorlesung mit integrierten Übungen</p> <p>Selbststudium: Vor- und Nachbereiten der Vorlesung, Bearbeitung von Fragestellungen, begleitende Prüfungsvorbereitung</p>
Fachkompetenz: Wissen und Verstehen	<p>Die Studierenden können den Begriff „Future Skills“ einordnen und sind in der Lage, den Wandel von einer wissensorientierten Gesellschaft hin zur Kompetenzorientierung zu beschreiben.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Critical Thinking (Kritisches Denken): Die Fähigkeit, Informationen kritisch zu analysieren, Probleme zu identifizieren, Lösungen zu entwickeln und fundierte Entscheidungen zu treffen. 2. Communication (Kommunikation): Die Fähigkeit, effektiv zu kommunizieren, sei es schriftlich, mündlich oder digital, und Informationen klar und präzise zu vermitteln. 3. Collaboration (Zusammenarbeit): Die Fähigkeit, erfolgreich mit anderen zusammenzuarbeiten, in Teams zu arbeiten, Ideen auszutauschen und gemeinsam Ziele zu erreichen. 4. Creativity (Kreativität): Die Fähigkeit, originelle und innovative Lösungen für Probleme zu entwickeln, neue Ideen zu generieren und bestehende Konzepte auf neue Weise zu betrachten. 5. Character (Charakter): Dies bezieht sich auf persönliche Eigenschaften wie Belastbarkeit, Anpassungsfähigkeit, Ethik und soziale Verantwortung. Es umfasst auch die Fähigkeit, sich kontinuierlich weiterzuentwickeln und zu lernen.
Persönliche Kompetenz: Sozialkompetenz	Die Teilnehmer verbessern ihre Fähigkeit, effektiv mit Teammitgliedern zu kommunizieren, Vertrauen aufzubauen und ein positives Arbeitsumfeld zu fördern.
Persönliche Kompetenz: Selbstständigkeit	Durch Selbstreflexion und Erfahrungslernaktivitäten werden die Teilnehmer Widerstandsfähigkeit, Anpassungsfähigkeit und eine Wachstumsmentalität in praktischen Übungen trainieren. Sie wählen erlernte Konzepte selbstständig aus, um diese zielgerichtet in herausfordernden Situationen zu nutzen.
Kompetenzniveau gemäß DQR	6
Kursinhalte	<ol style="list-style-type: none"> 1. Einführung in Future Skills <ul style="list-style-type: none"> • Definition von Future Skills und deren Bedeutung in der modernen Arbeitswelt

	<ul style="list-style-type: none"> • Historischer Kontext und Entwicklung von Future Skills <p>2. Kritisches Denken und Problemlösung</p> <ul style="list-style-type: none"> • Konzepte und Merkmale von kritischem Denken • Probleme identifizieren und strukturiert angehen • Entscheidungsfindung und Bewertung von Optionen <p>3. Kommunikation und Zusammenarbeit</p> <ul style="list-style-type: none"> • Effektive Kommunikationsfähigkeiten für verschiedene Kontexte (z. B. schriftlich, mündlich, digital) • Teamarbeit und Kollaborationstechniken • Konfliktmanagement und Verhandlungsfähigkeiten <p>4. Kreativität und Innovation</p> <ul style="list-style-type: none"> • Förderung einer kreativen Denkweise • Anwendung von Design Thinking und agilen Methoden <p>5. Persönlichkeitsentwicklung und Charakterstärke</p> <ul style="list-style-type: none"> • Selbstmanagement und Zeitmanagement • Resilienz und Stressbewältigung • Kontinuierliches Lernen und berufliche Weiterentwicklung <p>6. Praktische Anwendung von Future Skills</p>
Empfehlung für begleitende Veranstaltungen	
Sonstige Besonderheiten	
Literatur / Lernquellen	<p>“The 21st Century Skills Movement: A Critical Analysis” von Trilling, B., & Fadel, C. (2009)</p> <p>“Critical Thinking: An Introduction to Analytical Reading and Reasoning” von Larry Wright (2014)</p>
Terminierung im Stundenplan	Regulär in StarPlan

Modul DM7 600300 Website Coding and Tracking

Dauer des Moduls	1 Semester
Semester	6
SWS	4
Prüfungsart	LA
Credit Points (ECTS)	5
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Erfolgreiche Absolvierung der Prüfungsleistung
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Christian Buske
Lehr-, Lern- und Prüfungsformen	
Lerninhalte	
Kompetenzniveau gemäß DQR	6
Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine
Sonstige Besonderheiten	
Leistungsnachweis bei kombinierter Prüfung	Nicht zutreffend

Veranstaltung DM7.1 600301 Website Coding and Tracking

Lehrveranstaltungsverantwortliche(r)	
Semester	6
Häufigkeit des Angebots	Sommersemester
Art der Veranstaltung	Seminar mit Übungen
Credit Points (ECTS)	5
SWS	4
Workload – Kontaktstunden	60
Workload – Selbststudium	65
Detailbemerkungen zum Workload	Workload Vorbereitung/Nachbereitung: Vor/Nachbereitung außerhalb Vorlesungs- und Prüfungszeit im angegebenen Umfang. Die Hinweise dazu befinden sich in ILIAS (Modulvorbereitung).
Prüfungsart	Prüfung auf Modulebene

Prüfungsdauer	30 min
Verpflichtung	Pflichtfach
Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine
Lehr- / Lernmethoden	Seminar mit integrierten Übungen Selbststudium: Vor- und Nachbereiten der Vorlesung, Bearbeitung von Fragestellungen, begleitende Prüfungsvorbereitung
Fachkompetenz: Wissen und Verstehen	Die Studierenden lernen Web-Applikationen mit der Programmiersprache Python zu entwickeln. Sie können verschiedene aktuelle Technologien bzw. Werkzeuge wie Entwicklungs-Frameworks, Verknüpfung zur Datenbank, ORM (object-relational mapping) und Maßnahmen zur Sicherheit einsetzen. Sie können den Inhalt einer Web-Applikation nach dem Entwurfsmuster „Model-View-Controller“ aufbauen und mit interaktiven und multimedialen Elementen gestalten. Sie können eine Web-Applikation von der Konzeption bis zur Umsetzung im Team realisieren. Außerdem wird die Sozialkompetenz der Studierenden durch Gruppenarbeit gefördert.
Persönliche Kompetenz: Sozialkompetenz	
Persönliche Kompetenz: Selbstständigkeit	
Kompetenzniveau gemäß DQR	6
Kursinhalte	<p>Grundlagen der Programmiersprache Python (Syntax, Operatoren, Kontrollstrukturen, Datenstrukturen, Ausnahmebehandlung)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Python-basiertes Entwicklungs-Framework (z.B. Django) • Gestaltung des Inhalts einer Web-Applikation nach dem Entwurfsmuster „Model-View-Controller“ • Interaktion mit Benutzern (z.B. Formular, E-Mail, Datei hoch- und herunterladen) • Multimedialer Inhalt (z.B. visuelle Effekte, Klangeffekte, Musik, Video) • Personalisierung mittels Cookies und Sessions, dazu Maßnahmen zur Sicherheit • Verknüpfung zur Datenbank mit ORM (Object-Relational Mapping) • Qualitätssicherung entsprechend ausgewählter Entwicklungs-Frameworks

	<ul style="list-style-type: none"> • Optional: Weitere vertiefende Themen (z.B. Datenbehandlung mit XML / JSON; Einsatz einer REST-API; Suchfunktion; Standard-Bibliothek mit dem Schwerpunkt mathematische Berechnungen und Leistungsfähigkeit; virtuelle Umgebung) <p>In den Übungen werden die Themen am Rechner vertieft. Die Studierenden entwickeln in kleinen Gruppen eine Web-Applikation.</p> <p>Website Tracking Tools wie Google Analytics oder Matoma können implementiert und analysiert werden</p>
Empfehlung für begleitende Veranstaltungen	
Sonstige Besonderheiten	
Literatur / Lernquellen	<p>Nigel George: Build Your First Website with Django 2.1. GNW Independent Publishing.</p> <p>Nigel George: Mastering Django 2: Core. (In Bearbeitung.) GNW Independent Publishing.</p> <p>David Beazley, Brian K. Jones: Python Cookbook. O'Reilly.</p> <p>Al Sweigart, A. (2019). Automate the Boring Stuff with Python: Practical Programming for Total Beginners. No Starch Press, San Francisco.</p> <p>Mott, W. (2018). Python for Data Analysis: Data Wrangling with Pandas, NumPy, and IPython. O'Reilly Media, Sebastopol.</p> <p>Beazley, D. M. (2018). Python Essential Reference. Addison-Wesley, Boston.</p> <p>Finkel, H., & Ashford, W. (2020). Learning Python for Forensics: A Practical Guide to Forensic Data Analysis. Packt Publishing, Birmingham.</p>
Terminierung im Stundenplan	Regulär in StarPlan

Modul DM8 600310 Business Simulation

Dauer des Moduls	1 Semester
------------------	------------

Semester	6
SWS	4
Prüfungsart	LA
Credit Points (ECTS)	5
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Erfolgreiche Absolvierung der Prüfungsleistung
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Christian Buske
Lehr-, Lern- und Prüfungsformen	
Lerninhalte	
Kompetenzniveau gemäß DQR	6
Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine
Sonstige Besonderheiten	
Leistungsnachweis bei kombinierter Prüfung	Nicht zutreffend

Veranstaltung DM8.1 600311 Business Simulation

Lehrveranstaltungsverantwortliche(r)	
Semester	6
Häufigkeit des Angebots	Sommersemester
Art der Veranstaltung	Seminar mit Übungen
Credit Points (ECTS)	5
SWS	4
Workload – Kontaktstunden	60
Workload – Selbststudium	65
Detailbemerkungen zum Workload	Workload Vorbereitung/Nachbereitung: Vor/Nachbereitung außerhalb Vorlesungs- und Prüfungszeit im angegebenen Umfang. Die Hinweise dazu befinden sich in ILIAS (Modulvorbereitung).
Prüfungsart	Prüfung auf Modulebene
Prüfungsdauer	30 min
Verpflichtung	Pflichtfach

Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine
Lehr- / Lernmethoden	Planspiel
Fachkompetenz: Wissen und Verstehen	<p>Die Studierenden können das bisher erworbene theoretische Vertriebswissen auf praxisbezogene und aktuelle Themenstellungen aus verschiedenen Branchen und Bereichen des Groß- und Einzelhandels anwenden. Sie sind in der Lage, ihre Forschungsergebnisse erfolgreich in schriftlicher und mündlicher Form zu präsentieren und in kritischen Podiumsdiskussionen ihren Standpunkt überzeugend zu vertreten. Die Studierenden haben im Team gelernt, die im Studium und praktischen Studiensemester erworbene Kompetenzen sowohl im Bereich der allgemeinen BWL als auch im fachspezifischen Bereich des Handelsvertriebs anzuwenden und in den Gesamtkontext des Studiums zu stellen. Sie können im Umfeld von Gruppendynamik und Zeitdruck fundierte Entscheidungen treffen. Sie verstehen es, spezifische sowohl handelsbetriebswirtschaftliche als auch vertriebsbezogene Problemstellungen mit wissenschaftlichen Methoden aufarbeiten und zielorientiert einer Lösung zuführen. Die Studierenden können auf Basis zielorientierter Analyse von typischen unternehmerischen Entscheidungssituationen im Handel Entscheidungen vornehmen und deren Konsequenzen abschätzen. Sie haben ferner gelernt, diese Entscheidungen in Form von Berichten und Präsentationen souverän vorzutragen und ggf. zu verteidigen. Die Studierenden sind in der Lage im Rahmen der Unternehmenssimulation spezifische betriebswirtschaftliche Situationen zu analysieren, zielorientiert eine Lösung zu entwickeln und diese vorzustellen und zu vertreten.</p>
Persönliche Kompetenz: Sozialkompetenz	Die Studierenden können im Rahmen des Planspiels Arbeitsergebnisse gemeinsam erarbeiten und die getroffenen Entscheidungen und Arbeitsergebnisse insbesondere Form von Präsentationen vertreten
Persönliche Kompetenz: Selbstständigkeit	Die Studierenden sind in der Lage selbständig bestimmte unternehmerische Situationen zu evaluieren, auf deren Basis eine Entscheidung zu treffen und dazu entsprechend Stellung zu nehmen
Kompetenzniveau gemäß DQR	6
Kursinhalte	<p>Im Rahmen einer IT-gestützten Unternehmenssimulation führen die Studierenden in Teams Unternehmen.</p> <p>Für diese Teams ergeben sich insbesondere folgende Aufgabenstellungen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Anwendung der wertorientierten Unternehmensführung • Entwicklung, Implementierung und Überprüfung von Unternehmensstrategien • Analyse der Marktbedingungen

	<ul style="list-style-type: none"> • Entwicklung und Implementierung von Planungswerkzeugen sowie Überprüfung von Prognose- und Planungsqualität • Treffen von Entscheidungen in verschiedenen Unternehmensbereichen • Präsentation der Unternehmensentwicklung im Rahmen von Hauptversammlungen und als schriftliche Ausarbeitung <p>Ergänzt wird das Planspiel durch Lerneinheiten, in denen besonders relevante betriebswirtschaftliche Zusammenhänge, Instrumente, Methoden etc. aufgegriffen und intensiv diskutiert werden.</p>
Empfehlung für begleitende Veranstaltungen	
Sonstige Besonderheiten	
Literatur / Lernquellen	<p>Online Simulation Game "Digital Markstrat, Digital MediaPRO, REVMANEX":</p> <p>https://web.stratxsimulations.com/simulation/strategic-marketing-simulation</p>
Terminierung im Stundenplan	Regulär in StarPlan

Modul DM9 600320 Digital Marketing Case Study

Dauer des Moduls	1 Semester
Semester	6
SWS	4
Prüfungsart	LA
Credit Points (ECTS)	5
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Erfolgreiche Absolvierung der Prüfungsleistung
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr.-Ing. Ricarda Schlimbach
Lehr-, Lern- und Prüfungsformen	Seminar mit Übungen
Lerninhalte	
Kompetenzniveau gemäß DQR	6

Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine
Sonstige Besonderheiten	
Leistungsnachweis bei kombinierter Prüfung	Nicht zutreffend

Veranstaltung DM9.1 600321 Digital Marketing Case Study

Lehrveranstaltungsverantwortliche(r)	
Semester	6
Häufigkeit des Angebots	Sommersemester
Art der Veranstaltung	Seminar mit Übungen
Credit Points (ECTS)	5
SWS	4
Workload – Kontaktstunden	60
Workload – Selbststudium	65
Detailbemerkungen zum Workload	Workload Vorbereitung/Nachbereitung: Vor/Nachbereitung außerhalb Vorlesungs- und Prüfungszeit im angegebenen Umfang. Die Hinweise dazu befinden sich in ILIAS (Modulvorbereitung).
Prüfungsart	Prüfung auf Modulebene
Prüfungsdauer	30 min
Verpflichtung	Pflichtfach
Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine
Lehr- / Lernmethoden	Seminar mit Übungen
Fachkompetenz: Wissen und Verstehen	<p>Die Studierenden erlangen tiefgreifende Einblicke in die aktuellen Herausforderungen des Marketings von Unternehmen, insbesondere im Kontext des digitalen Wandels in Wirtschaft und Gesellschaft.</p> <p>Die Studierenden sind in der Lage, ein kritisches Verständnis für die – für die jeweilige Themenstellung relevanten – Fachinhalte und Zusammenhänge zu entwickeln und können das bisher erworbene konzeptionelle Wissen im Bereich Marketing sowohl integrativ als auch praxisorientiert anwenden, um spezifische Marketing-Fragestellungen zu lösen. Die Studierenden sind zudem in der Lage, die Bedeutung ausgewählter Methoden und Techniken im Kontext des Marketings sowie in beruflichen Anwendungsbereichen einzuschätzen, die im Seminar behandelt wurden. Sie können die Praktikabilität sowie die Grenzen dieser Methoden beurteilen. Insbesondere sind sie befähigt, moderne Ansätze des Marketingmanagements</p>

	anzuwenden und kritisch zu reflektieren, um problemorientierte Lösungen zu entwickeln.
Persönliche Kompetenz: Sozialkompetenz	Die Studierenden sind in der Lage, ihre sozialen Kompetenzen im Rahmen von Teamarbeit zu Themen des Marketings und des digitalen Wandels zu entwickeln. Sie können erfolgreich in interdisziplinären Teams arbeiten, um komplexe Aufgabenstellungen zu bewältigen, und sind fähig, effektiv zu kommunizieren und konstruktiv zu kooperieren.
Persönliche Kompetenz: Selbstständigkeit	Die Studierenden zeigen die Fähigkeit zur Selbstreflexion und zur eigenverantwortlichen Organisation ihres Lernprozesses, um ihre berufliche Entwicklung im Marketingbereich voranzutreiben.
Kompetenzniveau gemäß DQR	6
Kursinhalte	<p>Das Seminar "Marketing Case Study" bietet den Studierenden die Möglichkeit, sich intensiv mit aktuellen und praxisrelevanten Problemstellungen des Marketings auseinanderzusetzen. In Teams arbeiten sie eigenständig an der Lösung dieser Probleme und erarbeiten im Rahmen von Projekten innovative Lösungsansätze. Ergebnisse werden am Ende des Semesters sowie ggfs. in Form von Zwischenständen präsentiert.</p> <p>Zwei Varianten dieses Seminars sind möglich (Entscheidung durch Dozent*in):</p> <ul style="list-style-type: none"> • Projekt in Zusammenarbeit mit einem Unternehmen: Die Studierenden arbeiten in Gruppen an einer realen Marketing-Problemstellung eines Unternehmens. Über den Verlauf des Semesters hinweg analysieren sie die Situation, entwickeln Strategien und setzen diese um, um die Herausforderungen des Unternehmens zu lösen. Dabei haben sie die Möglichkeit, direkt mit Vertretern des Unternehmens zu interagieren und von deren Expertise zu profitieren. • Projekt ohne realen Unternehmensbezug: In dieser Variante stellt der Dozent eine Problemstellung und Zielsetzung im Bereich Marketing. Zum Beispiel könnte dies die Erstellung eines Marketingplans für die Einführung eines neuen Produktes oder einer Dienstleistung sein. Die Studierenden arbeiten in Teams an der Analyse der Problemstellung, der Entwicklung von Marketingstrategien und der Ausarbeitung eines umfassenden Plans zur Umsetzung ihrer Ideen. <p>In beiden Varianten des Seminars werden die Studierenden dazu angeregt, ihre kreativen und analytischen Fähigkeiten im Bereich Marketing einzusetzen, um methodisch fundiert praktische Lösungen für reale oder simulierte Herausforderungen zu entwickeln. Die enge Zusammenarbeit im Team und die Möglichkeit zur</p>

	Präsentation ihrer Arbeit fördern nicht nur ihre Fachkompetenz im Marketing, sondern stärken auch ihre sozialen und kommunikativen Fähigkeiten.
Empfehlung für begleitende Veranstaltungen	
Sonstige Besonderheiten	
Literatur / Lernquellen	Kotler, P., Keller, K., & Chernev, A. (2022). Marketing Management, Global Edition. Harlow: Pearson Education. Kingsnorth, S. (2019). Digital marketing strategy: An integrated approach to online marketing. London, New York: Kogan Page Ltd.
Terminierung im Stundenplan	Regulär in StarPlan

Modul GS6 600330 Sales Controlling

Dauer des Moduls	1 Semester
Semester	6
SWS	4
Prüfungsart	LK
Credit Points (ECTS)	5
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Erfolgreiche Absolvierung der Prüfungsleistung
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Kai Kysela
Lehr-, Lern- und Prüfungsformen	Vorlesung mit Übungen
Lerninhalte	
Kompetenzniveau gemäß DQR	6
Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine
Sonstige Besonderheiten	
Leistungsnachweis bei kombinierter Prüfung	Nicht zutreffend

Veranstaltung GS6.1 600331 Sales Controlling

Lehrveranstaltungsverantwortliche(r)	
--------------------------------------	--

Semester	6
Häufigkeit des Angebots	Sommersemester
Art der Veranstaltung	Seminar mit Übungen
Credit Points (ECTS)	5
SWS	4
Workload – Kontaktstunden	60
Workload – Selbststudium	65
Detaillbemerkungen zum Workload	Workload Vorbereitung/Nachbereitung: Vor/Nachbereitung außerhalb Vorlesungs- und Prüfungszeit im angegebenen Umfang. Die Hinweise dazu befinden sich in ILIAS (Modulvorbereitung).
Prüfungsart	Prüfung auf Modulebene
Prüfungsdauer	120 min
Verpflichtung	Pflichtfach
Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine
Lehr- / Lernmethoden	Vorlesung mit Übungen Selbststudium: Vor- und Nachbereitung der Vorlesung, Bearbeitung von Fragestellungen, begleitende Prüfungsvorbereitung
Fachkompetenz: Wissen und Verstehen	Die Studierenden kennen die Aufgaben und die Zielsetzung des Vertriebscontrollings in einem Industrieunternehmen. Sie sind in der Lage das strategische und operative Vertriebscontrolling zu charakterisieren und die jeweiligen Methoden und Werkzeuge zu beschreiben und zu unterscheiden. Die Studierenden sind in der Lage die Instrumente des Controllings anzuwenden und Empfehlungen abzuleiten. Darüber hinaus sind sie in der Lage auf operationaler Ebene tagesgeschäftliche Aufgaben umzusetzen und die Bedeutung für das Unternehmen zu ermitteln.
Persönliche Kompetenz: Sozialkompetenz	
Persönliche Kompetenz: Selbstständigkeit	
Kompetenzniveau gemäß DQR	6
Kursinhalte	Grundlagen des Vertriebscontrollings Organisatorische Verankerung und Prozess des Vertriebscontrollings <ul style="list-style-type: none"> • Organisatorische Einbindung • Aufgaben und Zielsetzung des Vertriebscontrollings

	<ul style="list-style-type: none"> • Funktionen des Vertriebscontrollings <p>Strategisches Vertriebscontrolling: Analysen und Werkzeuge</p> <ul style="list-style-type: none"> • Delphi-Methode • Szenarioanalyse • Lebenszyklusanalyse • Portfolio-Analyse • Chancen-/Risiken-Analyse • SWOT-Analyse • Erfolgskennzahlen • Balanced Scorecard • Businessplan <p>Operatives Vertriebscontrolling: Analysen und Werkzeuge</p> <ul style="list-style-type: none"> • Verkaufsinstanzenerechnung • Kundenerfolgsrechnung • Produkterfolgsrechnung <p>Vertriebsprozesscontrolling</p>
Empfehlung für begleitende Veranstaltungen	
Sonstige Besonderheiten	
Literatur / Lernquellen	<p>Wiersema, F. (2019). Sales Management: Analysis and Decision Making. Routledge, London.</p> <p>Boles, J. S., & Johnston, M. W. (2017). Sales Force Management: Leadership, Innovation, and Technology. Pearson Education, Boston.</p> <p>Ingram, T. N., & Laforge, R. W. (2018). Sales Management: Analysis and Decision Making. Routledge, New York.</p> <p>Anderson, R., & Kumar, V. (2020). Sales Force Automation and the Customer Experience. Springer, Cham.</p>
Terminierung im Stundenplan	Regulär in StarPlan

Modul EC A5 600340 German 5 Advanced

Dauer des Moduls	1 Semester
Semester	6
SWS	4
Prüfungsart	LK
Credit Points (ECTS)	5
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Erfolgreiche Absolvierung der Prüfungsleistung
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Christian Buske
Lehr-, Lern- und Prüfungsformen	
Lerninhalte	
Kompetenzniveau gemäß DQR	5
Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine
Sonstige Besonderheiten	
Leistungsnachweis bei kombinierter Prüfung	Nicht zutreffend

Veranstaltung EC A5.1 600341 German 5 Advanced

Lehrveranstaltungsverantwortliche(r)	Andrea Hesse
Semester	6
Häufigkeit des Angebots	Sommersemester
Art der Veranstaltung	Vorlesung mit Übungen
Credit Points (ECTS)	5
SWS	4
Workload – Kontaktstunden	60
Workload – Selbststudium	65
Detailbemerkungen zum Workload	Arbeitsaufwand zur Vorbereitung und Nachbereitung außerhalb der Vorlesung und Prüfungszeit im angegebenen Umfang
Prüfungsart	Prüfung auf Modulebene
Prüfungsdauer	120 min

Verpflichtung	Wahlpflichtfach
Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine
Lehr- / Lernmethoden	Seminaristischer Unterricht mit Übungen in den Lehrveranstaltungen. Das Selbststudium umfasst regelmäßige Hausaufgaben, die Vor- und Nachbereitung der Veranstaltungen sowie fristgerechte Einreichungen von Prüfungsleistungen und die Prüfungsvorbereitung.
Fachkompetenz: Wissen und Verstehen	<p>Die Studierenden verstehen im Detail, was zu Themen von allgemeinem Interesse in Standardsprache gesprochen wird</p> <ul style="list-style-type: none"> • Dabei können Sie nicht nur den Informationsgehalt, sondern auch die Intentionen des Verfassers verstehen, „zwischen den Zeilen“ lesen und das Gelesene interpretieren • Sie können mit relativ umfangreichem Wortschatz längere und detaillierte Texte schreiben und die Texte argumentativ aufbauen, komplexe Satzstrukturen benutzen, Argumentationen aufbauen und Argumente aufeinander beziehen
Persönliche Kompetenz: Sozialkompetenz	
Persönliche Kompetenz: Selbstständigkeit	
Kompetenzniveau gemäß DQR	5
Kursinhalte	<p>Im Modul werden i.d.R. die folgenden Themengebiete (einschließlich nötigem Vo-kabular und Grammatik) behandelt:</p> <ul style="list-style-type: none"> • berufliche Veränderungen • gesellschaftliches und politisches Engagement • Nachhaltigkeit • Produktbeschreibungen und Werbung • Selbstoptimierung • ein glückliches Leben • Wissenschaft und Technik • Kunst und Kultur • Medien und Nachrichten • Reisen, Genuss und Sucht
Empfehlung für begleitende Veranstaltungen	
Sonstige Besonderheiten	
Literatur / Lernquellen	Weitblick – Das große Panorama. B2: Band 2. Kurs- und Übungsbuch. ISBN 978-3-06-120906-3

	"Sicher! B1+" Hueber Verlag 2019
Terminierung im Stundenplan	Regulär in StarPlan

Modul EC B5 600350 Spanish 5 Advanced

Dauer des Moduls	1 Semester
Semester	6
SWS	4
Prüfungsart	LK
Credit Points (ECTS)	5
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Erfolgreiche Absolvierung der Prüfungsleistung
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr.-Ing. Ricarda Schlimbach
Lehr-, Lern- und Prüfungsformen	
Lerninhalte	
Kompetenzniveau gemäß DQR	5
Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine
Sonstige Besonderheiten	
Leistungsnachweis bei kombinierter Prüfung	Nicht zutreffend

Veranstaltung EC B5.1 Spanish 5 Advanced

Lehrveranstaltungsverantwortliche(r)	
Semester	6
Häufigkeit des Angebots	Sommersemester
Art der Veranstaltung	Vorlesung mit Übungen
Credit Points (ECTS)	5
SWS	4
Workload – Kontaktstunden	60
Workload – Selbststudium	65

Detailbemerkungen zum Workload	Arbeitsaufwand zur Vorbereitung und Nachbereitung außerhalb der Vorlesung und Prüfungszeit im angegebenen Umfang
Prüfungsart	Prüfung auf Modulebene
Prüfungsdauer	120 min
Verpflichtung	Wahlpflichtfach
Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine
Lehr- / Lernmethoden	Seminaristischer Unterricht mit Übungen in den Lehrveranstaltungen. Das Selbststudium umfasst regelmäßige Hausaufgaben, die Vor- und Nachbereitung der Veranstaltungen sowie fristgerechte Einreichungen von Prüfungsleistungen und die Prüfungsvorbereitung.
Fachkompetenz: Wissen und Verstehen	<p>Die Studierenden verstehen im Detail, was zu Themen von allgemeinem Interesse in Standardsprache gesprochen wird</p> <ul style="list-style-type: none"> •Dabei können Sie nicht nur den Informationsgehalt, sondern auch die Intentionen des Verfassers verstehen, „zwischen den Zeilen“ lesen und das Gelesene interpretieren •Sie können mit relativ umfangreichem Wortschatz längere und detaillierte Texte schreiben und die Texte argumentativ aufbauen, komplexe Satzstrukturen benutzen, Argumentationen aufbauen und Argumente aufeinander beziehen
Persönliche Kompetenz: Sozialkompetenz	
Persönliche Kompetenz: Selbstständigkeit	
Kompetenzniveau gemäß DQR	5
Kursinhalte	<p>Im Modul werden i.d.R. die folgenden Themengebiete (einschließlich nötigem Vo-kabular und Grammatik) behandelt:</p> <ul style="list-style-type: none"> • berufliche Veränderungen • gesellschaftliches und politisches Engagement • Nachhaltigkeit • Produktbeschreibungen und Werbung • Selbstoptimierung • ein glückliches Leben • Wissenschaft und Technik • Kunst und Kultur • Medien und Nachrichten • Reisen, Genuss und Sucht

Empfehlung für begleitende Veranstaltungen	
Sonstige Besonderheiten	
Literatur / Lernquellen	"Nuevo Español en Marcha" Francisca Castro, Edinumen 2020 "Gramática de uso del español" Luis Aragonés, Ramón Palencia. Ediciones SM 2019
Terminierung im Stundenplan	Regulär in StarPlan

Semester 7

Modul DM10 Digital Marketing III

Dauer des Moduls	1 Semester
Semester	7
SWS	4
Prüfungsart	LK
Credit Points (ECTS)	6
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Erfolgreiche Absolvierung der Prüfungsleistung
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Benjamin Österle
Lehr-, Lern- und Prüfungsformen	
Lerninhalte	
Kompetenzniveau gemäß DQR	6
Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine
Sonstige Besonderheiten	
Leistungsnachweis bei kombinierter Prüfung	Nicht zutreffend

Veranstaltung DM10.1 Corporate Websites & Mobile Apps

Lehrveranstaltungsverantwortliche(r)	
Semester	7
Häufigkeit des Angebots	Wintersemester
Art der Veranstaltung	Seminar mit Übungen
Credit Points (ECTS)	6
SWS	4
Workload – Kontaktstunden	60
Workload – Selbststudium	90
Detailbemerkungen zum Workload	Arbeitsaufwand zur Vorbereitung und Nachbereitung außerhalb der Vorlesung und Prüfungszeit im angegebenen Umfang
Prüfungsart	Prüfung auf Modulebene
Prüfungsdauer	120 min

Verpflichtung	Pflichtfach
Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine
Lehr- / Lernmethoden	Seminaristischer Unterricht mit Übungen in den Lehrveranstaltungen. Das Selbststudium umfasst regelmäßige Hausaufgaben, die Vor- und Nachbereitung der Veranstaltungen sowie fristgerechte Einreichungen von Prüfungsleistungen und die Prüfungsvorbereitung.
Fachkompetenz: Wissen und Verstehen	<p>In diesem Modul entwickeln die Studierenden ein fundiertes Verständnis für die Prinzipien und Technologien, die der Entwicklung von Unternehmenswebsites und mobilen Anwendungen zugrunde liegen. Dies beinhaltet Kenntnisse über moderne Webtechnologien, Designkonzepte und mobile Anwendungsentwicklung.</p> <p>Die Studierenden lernen, wie Unternehmenswebsites strukturiert und gestaltet werden, um die Unternehmensziele effektiv zu unterstützen. Sie beschäftigen sich mit Frontend-Technologien wie HTML, CSS und JavaScript, sowie Backend-Technologien für dynamische und datengetriebene Webseiten. Darüber hinaus erhalten sie Einblicke in Content-Management-Systeme, Suchmaschinenoptimierung und Benutzererfahrung.</p> <p>Im Bereich der mobilen Apps erwerben sie Kenntnisse über plattformspezifische und plattformübergreifende Entwicklungsansätze. Sie lernen, wie mobile Apps konzipiert, entwickelt und getestet werden, sowie wie sie nahtlos mit Unternehmenssystemen integriert werden können. Die Studierenden entwickeln außerdem ein Verständnis für die Bedeutung von Benutzererfahrung und responsivem Design, um Unternehmenswebsites und mobile Apps optimal auf die Bedürfnisse der Nutzer auszurichten. Mit diesem Wissen sind sie in der Lage, sowohl Unternehmenswebsites als auch mobile Apps erfolgreich zu entwickeln und zu optimieren.</p> <p>Die Studierenden kennen die Potenziale webbasierter und mobiler Anwendungen im digitalen Marketing. Sie sind vertraut mit den speziellen Problemstellungen, die beim Aufbau solche Systeme zu bewältigen sind. Sie kennen geeignete Methoden und moderne Werkzeuge (z. B. Low Code-Plattformen), um webbasierte und mobile Lösungen für das digitale Marketing effizient zu realisieren und zu betreiben</p>
Persönliche Kompetenz: Sozialkompetenz	Die Studierenden kennen die Aufgaben und Probleme im Rahmen der Entwicklung webbasierter und mobiler Systeme und geeignete Ansätze, um diese zu lösen
Persönliche Kompetenz: Selbstständigkeit	Mithilfe der im Kurs verwendeten Werkzeuge sind die Kursteilnehmer in der Lage, einfache Corporate Websites und mobile Anwendungen selbst zu erstellen. Aufgrund der erworbenen Kenntnisse sind sie auch in größeren Projekten effektiv und vielseitig einsetzbar.

Kompetenzniveau gemäß DQR	6
Kursinhalte	<p>Einführung in die Potenziale, Aufgaben und Problemstellungen des</p> <p>Einsatzes von Corporate Websites und Mobile Apps</p> <ul style="list-style-type: none"> • Aufbau von Corporate Websites und Content Management für das digitale Marketing mithilfe führenden Softwarewerkzeugen (z. B. WordPress) in praktischen Übungen. • Anwendung und Vergleich der verschiedenen Ansätze zur Entwicklung mobiler Apps (nativ / Cross-Plattform) in praktischen Übungen, z. T. mit Low Code-Werkzeugen • Einführung in Methoden und Werkzeuge für das agile Management von Web- und Mobile-Entwicklungsprojekt
Empfehlung für begleitende Veranstaltungen	
Sonstige Besonderheiten	
Literatur / Lernquellen	<p>Kuniavsky, M. (2010). *Smart Things: Ubiquitous Computing User Experience Design*. Morgan Kaufmann, Burlington.</p> <p>Krug, S. (2014). *Don't Make Me Think: A Common Sense Approach to Web Usability*. New Riders, Berkeley.</p> <p>Garrett, J. J. (2011). *The Elements of User Experience: User-Centered Design for the Web and Beyond*. New Riders, Berkeley.</p> <p>Nielsen, J., & Budiu, R. (2012). *Mobile Usability*. New Riders, Berkeley.</p>
Terminierung im Stundenplan	Regulär in StarPlan

Modul DM11 600370 Business Transformation

Dauer des Moduls	1 Semester
Semester	7
SWS	4
Prüfungsart	PA
Credit Points (ECTS)	6

Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Erfolgreiche Absolvierung der Prüfungsleistung
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Benjamin Österle
Lehr-, Lern- und Prüfungsformen	
Lerninhalte	
Kompetenzniveau gemäß DQR	6
Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine
Sonstige Besonderheiten	
Leistungsnachweis bei kombinierter Prüfung	Details und Gewichtung werden zu Beginn des Semesters bekanntgegeben

Veranstaltung DM11.1 600371 Agile Working Structures and Management

Lehrveranstaltungsverantwortliche(r)	
Semester	7
Häufigkeit des Angebots	Wintersemester
Art der Veranstaltung	Vorlesung mit parallel stattfindendem Projekt
Credit Points (ECTS)	3
SWS	2
Workload – Kontaktstunden	30
Workload – Selbststudium	45
Detaillbemerkungen zum Workload	Arbeitsaufwand zur Vorbereitung und Nachbereitung außerhalb der Vorlesung und Prüfungszeit im angegebenen Umfang
Prüfungsart	Prüfung auf Modulebene
Prüfungsdauer	30 min
Verpflichtung	Pflichtfach
Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine
Lehr- / Lernmethoden	
Fachkompetenz: Wissen und Verstehen	Agiles Management hat sich zu einem entscheidenden Aspekt moderner Bildung und beruflicher Entwicklung entwickelt. Die Bedeutung von ‚Agile‘ im Bildungswesen liegt in seiner Fähigkeit, die Teamleistung zu verbessern und die Kundenzufriedenheit zu steigern. Durch die Vermittlung agiler Prinzipien während des Kurses werden

	<p>Einzelpersonen mit den erforderlichen Fähigkeiten ausgestattet, um sich effektiv in dynamischen Projektumgebungen zurechtzufinden. Dies stellt sicher, dass sie einen sinnvollen Beitrag zu ihren Organisationen leisten können und im heutigen Wettbewerbsumfeld relevant bleiben.</p> <p>Die Teilnehmer entwickeln ein tiefes Verständnis der agilen Prinzipien und Denkweisen durch Diskussionen darüber, warum Agile eingesetzt wird, die Erkundung des Agile-Manifests und die Untersuchung verschiedener Agile-Methoden. Sie erwerben Kenntnisse über die grundlegenden Konzepte, die agilen Praktiken zugrunde liegen.</p>
Persönliche Kompetenz: Sozialkompetenz	<p>Die Studierenden fördern ihre Anpassungsfähigkeit und Aufgeschlossenheit, indem sie agile Prinzipien und Denkweisen annehmen. Sie verbessern auch ihre Kommunikationsfähigkeiten, indem sie sich an Diskussionen beteiligen und ihre Sichtweisen auf agile Konzepte zum Ausdruck bringen. Die Teilnehmer pflegen eine Wachstumsmentalität, da sie die Idee der kontinuierlichen Verbesserung annehmen. Darüber hinaus verbessern sie ihre Problemlösungs- und Innovationsfähigkeiten, indem sie aktiv nach Möglichkeiten suchen, Prozesse, Produkte und sich selbst im agilen Kontext zu verbessern.</p>
Persönliche Kompetenz: Selbstständigkeit	
Kompetenzniveau gemäß DQR	6
Kursinhalte	<p>1. <u>Agile Prinzipien und Denkweise</u>: • Warum ‚Agile‘ nutzen? • Das ‚Agile‘ Manifest • Agile Methoden</p> <p>2. <u>Wertorientierte Lieferung</u>: • Was ist wertorientierte Lieferung?</p> <p>• Wie bewerten und priorisieren Sie den Wert? • MVP</p> <p>3. <u>Führung und Teamleistung</u>: • Agile Führung • Wie man ein agiles Team aufbaut</p> <p>4. <u>Adaptive Planung</u>: • Agile Planung • Dimensionierung und Schätzung • Release-Planung • Iterationsplanung</p> <p>5. <u>Kontinuierliche Verbesserung</u>: • Methoden zur kontinuierlichen Verbesserung • Prozesse, Produkte und Mitarbeiter</p> <p>6. <u>Stakeholder-Engagement</u>: • Wer ist ein Stakeholder? • Wie man eine gemeinsame Vision etabliert. • Wie man mit einem Stakeholder kommuniziert • Kritische Kommunikationsfähigkeiten</p>
Empfehlung für begleitende Veranstaltungen	
Sonstige Besonderheiten	

Literatur / Lernquellen	Schwaber, Ken, Agile Project Management with Scrum Cohn Mike, Agile Estimating and Planning Derby Esther, Larse, Diana, Agile Retrospectives: Making Good Teams Great
Terminierung im Stundenplan	Regulär in StarPlan

Veranstaltung DM11.2 600372 Digital Transformation

Lehrveranstaltungsverantwortliche(r)	
Semester	7
Häufigkeit des Angebots	Wintersemester
Art der Veranstaltung	Vorlesung mit parallel stattfindendem Projekt
Credit Points (ECTS)	3
SWS	2
Workload – Kontaktstunden	30
Workload – Selbststudium	45
Detailbemerkungen zum Workload	Arbeitsaufwand zur Vorbereitung und Nachbereitung außerhalb der Vorlesung und Prüfungszeit im angegebenen Umfang
Prüfungsart	Prüfung auf Modulebene
Prüfungsdauer	30 min
Verpflichtung	Pflichtfach
Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine
Lehr- / Lernmethoden	
Fachkompetenz: Wissen und Verstehen	<ul style="list-style-type: none"> • Aktuelle Trends der Unternehmensdigitalisierung verstehen • Die technologischen Grundlager digitaler Systeme kennen • Die Grundbausteine von Organisationen verstehen • Das Potenzial und die Herausforderungen digitaler Trends in verschiedenen Wirtschaftssektoren analysieren • Kritisch über ethische und gesellschaftliche Dimensionen der zunehmenden Digitalisierung unserer Wirtschaft nachdenken
Persönliche Kompetenz: Sozialkompetenz	Die Studierenden verbessern ihre Problemlösungs- und Innovationskompetenz, indem sie aktiv nach Möglichkeiten suchen, Produkte, Geschäftsmodelle und die Art und Weise, wie wir im Kontext der digitalen Transformation interagieren,

	zu verbessern. Sie lernen, kritisch zu denken und Konzepte mit Kommiliton*innen zu teilen und zu verknüpfen.
Persönliche Kompetenz: Selbstständigkeit	
Kompetenzniveau gemäß DQR	6
Kursinhalte	<p>Der Kurs befasst sich mit verschiedenen Facetten des digitalen Wandels und umfasst digitale Produkte, Dienste und Prozesse, die sowohl die individuelle als auch die organisatorische Landschaft prägen. Der Kurs untersucht die tiefgreifenden Auswirkungen der Digitalisierung, die Organisationen dazu veranlasst, sich an die sich entwickelnde Geschäftsdynamik anzupassen und digitale Technologien und Medien zu nutzen. Die Teilnehmer beschäftigen sich mit grundlegenden und zukunftsweisenden Prinzipien der Digitalisierung in Industrie, Wirtschaft und Gesellschaft. Aus der Perspektive wissenschaftlicher und praktischer Analyserahmen und -methoden untersucht der Kurs die Potenziale, Grenzen und Herausforderungen, die digitale Trends insbesondere für Unternehmen und andere Organisationen mit sich bringen. Ziel ist es, dass die Studierenden diese Konzepte, Entwürfe und Methoden verstehen und sie praktisch auf reale Fälle anwenden.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Smart Products 2. New Digital Work 3. Digitale Transformation als Megatrend 4. Industrie 4.0 5. Aktuelle Themen (z. B. Generative KI)
Empfehlung für begleitende Veranstaltungen	
Sonstige Besonderheiten	
Literatur / Lernquellen	<p>Michael E. Porter and James E. Heppelmann: How Smart, Connected Products Are Transforming Companies: Their impact on the value chain and organizational structure. The second in a two-part series.</p> <p>Avadhesh Kumar, Shreddha Sagar, Poongodi Thangamuthu, B. Balamurugan (2024): Digital Transformation. https://doi.org/10.1007/978-981-99-8118-2</p>
Terminierung im Stundenplan	Regulär in StarPlan

Modul EC A6 600380 German 6 Advanced

Dauer des Moduls	1 Semester
Semester	7
SWS	4
Prüfungsart	LK
Credit Points (ECTS)	6
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Erfolgreiche Absolvierung der Prüfungsleistung
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Christian Buske
Lehr-, Lern- und Prüfungsformen	
Lerninhalte	
Kompetenzniveau gemäß DQR	5
Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine
Sonstige Besonderheiten	
Leistungsnachweis bei kombinierter Prüfung	Nicht zutreffend

Veranstaltung EC A6.1 600381 German 6 Advanced

Lehrveranstaltungsverantwortliche(r)	Andrea Hesse
Semester	7
Häufigkeit des Angebots	Wintersemester
Art der Veranstaltung	Vorlesung mit Übungen
Credit Points (ECTS)	6
SWS	4
Workload – Kontaktstunden	60
Workload – Selbststudium	90
Detailbemerkungen zum Workload	Arbeitsaufwand zur Vorbereitung und Nachbereitung außerhalb der Vorlesung und Prüfungszeit im angegebenen Umfang
Prüfungsart	Prüfung auf Modulebene
Prüfungsdauer	120 min

Verpflichtung	Wahlpflichtfach
Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine
Lehr- / Lernmethoden	Seminaristischer Unterricht mit Übungen in den Lehrveranstaltungen. Das Selbststudium umfasst regelmäßige Hausaufgaben, die Vor- und Nachbereitung der Veranstaltungen sowie fristgerechte Einreichungen von Prüfungsleistungen und die Prüfungsvorbereitung.
Fachkompetenz: Wissen und Verstehen	Die Studierenden können sich auf Sprachniveau C1: <ul style="list-style-type: none"> • über gesellschaftliche Themen mündlich auf bildungssprachlichem Niveau äußern • journalistische, literarische und akademische Texte verstehen und sich Argumentationsstrukturen komplexer Texte erschließen • ‚uneigentlichen‘ Sprachgebrauch wie Ironie oder sprachliche Bilder in Texten erkennen und verstehen • verschiedene Textsorten unter Anwendung bildungssprachlicher Grammatikstrukturen verfassen (z.B. argumentative Texte, komplexe Beschreibungen) • gesellschaftliche Phänomene in Deutschland einordnen und international vergleichen
Persönliche Kompetenz: Sozialkompetenz	
Persönliche Kompetenz: Selbstständigkeit	
Kompetenzniveau gemäß DQR	5
Kursinhalte	Im Modul werden i. d. R. die folgenden Themen (einschließlich nötigem Vokabular und Grammatik) behandelt: <ul style="list-style-type: none"> • Erneuerbare Energien • Digitalisierung und ihre Folgen • Mobilität • Zukunft • Wirtschaftsethik und Firmenskandale
Empfehlung für begleitende Veranstaltungen	
Sonstige Besonderheiten	
Literatur / Lernquellen	<p>Bayerlein, Oliver; Buchner, Patricia (2013): Campus Deutsch (DaF B2-C1). Deutsch als Fremdsprache B2/C1: Lesen. München: Hueber Verlag. ISBN 9783190510030</p> <p>Buchner, Patricia; Bayerlein, Oliver (2015): Campus Deutsch (DaF B2-C1). Deutsch als Fremdsprache/Kursbuch: Schreiben. München: Hueber Verlag. ISBN 9783191010034</p>

	Buscha, Anne; Szita, Szilvia; Stengel-Raven, Susanne (2013): C Grammatik. Übungsgrammatik Deutsch als Fremdsprache: Sprachniveau C1, C2. Leipzig: Schubert Verlag. ISBN 3941323113
Terminierung im Stundenplan	Regulär in StarPlan

Modul EC B6 600390 Spanish 6 Advanced

Dauer des Moduls	1 Semester
Semester	7
SWS	4
Prüfungsart	LK
Credit Points (ECTS)	6
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Erfolgreiche Absolvierung der Prüfungsleistung
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr.-Ing. Ricarda Schlimbach
Lehr-, Lern- und Prüfungsformen	
Lerninhalte	
Kompetenzniveau gemäß DQR	5
Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine
Sonstige Besonderheiten	
Leistungsnachweis bei kombinierter Prüfung	Nicht zutreffend

Veranstaltung EC B6.1 600391 Spanish 6 Advanced

Lehrveranstaltungsverantwortliche(r)	
Semester	7
Häufigkeit des Angebots	Wintersemester
Art der Veranstaltung	Vorlesung mit Übungen
Credit Points (ECTS)	6
SWS	4

Workload – Kontaktstunden	60
Workload – Selbststudium	90
Detailbemerkungen zum Workload	Arbeitsaufwand zur Vorbereitung und Nachbereitung außerhalb der Vorlesung und Prüfungszeit im angegebenen Umfang
Prüfungsart	Prüfung auf Modulebene
Prüfungsdauer	120 min
Verpflichtung	Wahlpflichtfach
Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine
Lehr- / Lernmethoden	Seminaristischer Unterricht mit Übungen in den Lehrveranstaltungen. Das Selbststudium umfasst regelmäßige Hausaufgaben, die Vor- und Nachbereitung der Veranstaltungen sowie fristgerechte Einreichungen von Prüfungsleistungen und die Prüfungsvorbereitung.
Fachkompetenz: Wissen und Verstehen	<p>Die Studierenden können sich auf Sprachniveau C1:</p> <ul style="list-style-type: none"> • über gesellschaftliche Themen mündlich auf bildungssprachlichem Niveau äußern • journalistische, literarische und akademische Texte verstehen und sich Argumentationsstrukturen komplexer Texte erschließen • ‚uneigentlichen‘ Sprachgebrauch wie Ironie oder sprachliche Bilder in Texten erkennen und verstehen • verschiedene Textsorten unter Anwendung bildungssprachlicher Grammatikstrukturen verfassen (z.B. argumentative Texte, komplexe Beschreibungen) • gesellschaftliche Phänomene in Deutschland einordnen und international vergleichen
Persönliche Kompetenz: Sozialkompetenz	
Persönliche Kompetenz: Selbstständigkeit	
Kompetenzniveau gemäß DQR	5
Kursinhalte	<p>Im Modul werden i. d. R. die folgenden Themen (einschließlich nötigem Vokabular und Grammatik) behandelt:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Erneuerbare Energien • Digitalisierung und ihre Folgen • Mobilität • Zukunft • Wirtschaftsethik und Firmenskandale
Empfehlung für begleitende Veranstaltungen	

Sonstige Besonderheiten	
Literatur / Lernquellen	"Nuevo Español en Marcha" Francisca Castro, Edinumen 2020 "Gramática de uso del español" Luis Aragonés, Ramón Palencia. Ediciones SM 2019
Terminierung im Stundenplan	Regulär in StarPlan

Modul BT 600400 Bachelor Thesis and Colloquium

Dauer des Moduls	1 Semester
Semester	7
SWS	
Prüfungsart	PB
Credit Points (ECTS)	12
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Erfolgreiche Absolvierung der Prüfungsleistung
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Christian Buske
Lehr-, Lern- und Prüfungsformen	
Lerninhalte	
Kompetenzniveau gemäß DQR	6
Voraussetzungen für die Teilnahme	Praktisches Studiensemester
Fachkompetenz: Wissen und Verstehen:	<p>Mit der Erstellung der Bachelorthesis weisen die Studierenden nach, dass sie in der Lage sind, unter Anwendung wissenschaftlicher Methoden und der im Studium erworbenen Fertigkeiten eine umfassende wissenschaftliche Fragestellung innerhalb einer vorgegebenen Frist selbständig zu bearbeiten und zu lösen. Neben einer Vertiefung der fachlichen Kompetenzen, üben sie die Einhaltung wissenschaftlicher Standards ein und sind in der Lage die Erstellung der Bachelorthesis als Projekt in zeitlicher, sachlicher und personeller Hinsicht zu steuern.</p> <p>Die Studierenden sind befähigt, den aktuellen Kenntnisstand der Wissenschaft zur gestellten Thematik abzuleiten und zu analysieren. Sie können Lösungsvorschläge entwickeln, begründen, beweisen oder ableiten, die gewonnenen Ergebnisse</p>

	abwägen und beurteilen. Sie sind in der Lage die Prinzipien des wissenschaftlichen Arbeitens strikt einzuhalten.
Persönliche Kompetenz: Sozialkompetenz	<p>Insbesondere bei praxisbezogenen Arbeiten sind die Studierenden in der Lage, in betrieblichen Expertenteams verantwortlich zu arbeiten und dabei vorausschauend mit Problemen im Team umzugehen. Sie können komplexe fachbezogene Probleme</p> <p>und Lösungen ihrer gestellten Thematik gegenüber Fachleuten argumentativ vertreten und mit ihnen weiterentwickeln.</p>
Persönliche Kompetenz: Selbstständigkeit	Die Studierenden sind in der Lage, eigen- und fremdgesetzte Arbeitsziele zu reflektieren und zu bewerten. Sie können die gesetzten Ziele selbstgesteuert verfolgen und verantworten. Sie sind in der Lage, Konsequenzen aus ihren Erfahrungen für die Arbeitsprozesse im Team zu ziehen.
Sonstige Besonderheiten	<p>Lehrform:</p> <p>Schriftliche Arbeit unter Anleitung und Hilfestellung von betreuenden Professoren bzw. von geeigneten Personen aus Betrieben, Institutionen.</p>
Leistungsnachweis bei kombinierter Prüfung	Nicht zutreffend