

Modulhandbuch

Fakultät Management und Vertrieb Studiengang Management und Vertrieb mit Abschluss Bachelor of Arts (B.A.)

Datum der Einführung:	01.09.2025
Studiendekan:	Prof. Dr. Kai D. Kysela
Erstellungsdatum:	04.08.2026
Workload:	
SPO:	2

Überblick über die Module des Studiengangs

Module des Grundstudiums: General Management
Modul G1 (übergeordnet) 411000 Einführung in die BWL
Modul G2 (übergeordnet) 411010 Angewandte Mathematik
Modul G3 (übergeordnet) 411020 Buchführung und Jahresabschluss
Modul G4 (übergeordnet) 411030 VWL
Modul G5 (übergeordnet) 411040 Grundlagen des Wirtschaftsprivatrechts
Modul G6 (übergeordnet) 411050 Business English I
Modul G7 (übergeordnet) 411060 Einführung in die Kostenrechnung
Modul G8 (übergeordnet) 411070 Einführung in die Statistik
Modul G9 (übergeordnet) 411080 Managemententscheidungen in betrieblichen Leistungsprozessen I
Modul G10 (übergeordnet) 411090 Managemententscheidungen in betrieblichen Leistungsprozessen II
Modul G11 (übergeordnet) 411100 Business English II
Modul G12 (übergeordnet) 411110 Wissenschaftliches Arbeiten
Module des Hauptstudiums: General Sales Management
Modul H1 (übergeordnet) 411120 Vertriebsmanagement I
Modul H2 (übergeordnet) 411130 Kundenmanagement
Modul H3 (übergeordnet) 411140 Rechtliche Rahmenbedingungen des Vertriebs
Modul H4 (übergeordnet) 411150 Interkulturelle Kompetenz und Ethik
Modul H5 (übergeordnet) 411160 Business English III
Modul H6 (übergeordnet) 411200 Vertriebsmanagement II
Modul H7 (übergeordnet) 411210 Marktforschung
Modul H8 (übergeordnet) 411220 Business English IV
Modul H9 (übergeordnet) 411330 Vertriebsmanagement III
Modul H10 (übergeordnet) 411460 Unternehmensführung und Unternehmensbeurteilung
Modul H11 (übergeordnet) 411470 International Future Management
Wahlpflichtfächer aus der Studiensäule „Special Sales Management (WPF)“ – nach Regel-Semesterzahl
Die branchenspezifische Ausrichtung der Wahlpflichtfächer ist erkennbar anhand der arabischen Zahl, welche der römischen Bezeichnung des Wahlpflichtfaches folgt: „1“ steht für Veranstaltungen der Studiensäule „Finance“, „2“ für „Handel“ und „3“ und für Industrie
3. Semester
Modul WPF I 1 (übergeordnet) 411170 Einführung in die Finanzmärkte
Modul WPF I 2 (übergeordnet) 411180 Logistik im Handel
Modul WPF I 3 (übergeordnet) 411190 Logistik in der Industrie
4. Semester
Modul WPF II 1 (übergeordnet) 411230 Bankvertrieb I
Modul WPF II 2 (übergeordnet) 411260 Markenführung in Servicebereichen
Modul WPF II 3 (übergeordnet) 411290 Dienstleistungsmarketing und Markenführung in Industrieunternehmen
Modul WPF III 1 (übergeordnet) 411240 Versicherungsvertrieb I
Modul WPF III 2 (übergeordnet) 411270 Handelsorganisation und Vertriebsprozesse
Modul WPF III 3 (übergeordnet) 411300 Innovations- und Vertriebsmanagement in der Industrie
Modul WPF IV 1 (übergeordnet) 411250 Einführung in die Finanzmathematik
Modul WPF IV 2 (übergeordnet) 411280 Personalführung in Handelsunternehmen
Modul WPF IV 3 (übergeordnet) 411310 Technische Grundlagen für den Industrievertrieb I
6. Semester
Modul WPF V 1 (übergeordnet) 411340 Bankvertrieb II
Modul WPF V 2 (übergeordnet) 411380 Business Simulation „Handel“
Modul WPF V 3 (übergeordnet) 411420 Business Simulation „Industrie“

Modul WPF VI 1 (übergeordnet) 411350 Versicherungsvertrieb II
Modul WPF VI 2 (übergeordnet) 411390 Marktforschung in der Praxis
Modul WPF VI 3 (übergeordnet) 411430 Marktbearbeitungsstrategien in Industrieunternehmen
Modul WPF VII 1 (übergeordnet) 411360 Management von Finanzprodukten und rechtliche Rahmenbedingungen
Modul WPF VII 2 (übergeordnet) 411400 Vertriebscontrolling im Handel
Modul WPF VII 3 (übergeordnet) 411440 Vertriebscontrolling in der Industrie
Modul WPF VIII 1 (übergeordnet) 411370 Ausgewählte Aspekte des Finanzvertriebs
Modul WPF VIII 2 (übergeordnet) 411410 Marketing und Vertriebsmanagement im Handel I
Modul WPF VIII 3 (übergeordnet) 411450 Technische Grundlagen für den Industrievertrieb II
7. Semester
Modul WPF IX 1 (übergeordnet) 411480 Business Simulation „Finance“
Modul WPF IX 2 (übergeordnet) 411490 Marketing und Vertriebsmanagement im Handel II
Modul WPF IX 3 (übergeordnet) 411500 Vertriebsmanagement IV
Modul P 411320 Praktisches Studiensemester
Modul BT (übergreifend) 411510 Bachelor Thesis

Ziele des Studiengangs Management und Vertrieb und Aufbau des Modulhandbuches

Der unternehmerische Erfolg wird maßgeblich durch professionelles Vertriebsmanagement beeinflusst. Die zentrale Zielsetzung des Studiums besteht somit darin den akademischen Führungsnachwuchs im Vertriebsbereich, – je nach Wahl – für die Branchen Finance, Handel und Industrie auszubilden.

Das zweisemestriges Grundstudium vermittelt fundierte Kenntnisse über den gesamten Bereich der Betriebswirtschaft.

Im viersemestrigen Hauptstudium gewinnen die Studierenden Kenntnisse rund um das Vertriebs- und Kundenmanagement, Marketing, Marktforschung, General Management sowie rechtlichen Rahmenbedingungen, ergänzt um eine umfassende Sprachausbildung in Business English sowie interkulturelle Aspekte und ethisches Verhalten.

Gleichzeitig ist möglich, über die entsprechende Wahl von Wahlpflichtmodulen die spezifischen vertriebsbezogenen Fragestellungen der Wirtschaftsbereiche „Finance“, „Handel“ und „Industrie“ zu vertiefen: Im Bereich „Special Sales Management (WPV)“ sind Wahlpflichtmodule zu belegen, die den entsprechenden Branchen zugerechnet werden können.

Stammen von den jeweils 52 ECTS dieser drei branchenbezogenen Studiensäulen mind. 47 ECTS aus einem Bereich, so kann der Ausweis dieser Spezialisierungsrichtung im Abschlusszeugnis beantragt werden: „Management und Vertrieb“ wird dann entsprechend ergänzt um „Management und Vertrieb – Schwerpunkt Finance“, „Management und Vertrieb – Schwerpunkt Handel“ oder „Management und Vertrieb – Schwerpunkt Industrie“.

Die ECTS-Anzahl jeder Veranstaltung des Grund- oder des Hauptstudiums bestimmt sich anhand des entsprechenden Workloads. So ist pro ECTS-Punkt ein Workload von 25 Stunden anzusetzen.

Auf Basis von wirtschaftswissenschaftlichen Fachkenntnissen und dem gewählten Studienschwerpunkt eröffnen sich Karrierechancen in der Finanzbranche, im Groß- und Einzelhandel sowie bei Industrie- und Konsumgüterunternehmen.

Der Aufbau des Modulhandbuches ist wie folgt gestaltet:

Zunächst werden die Veranstaltungen der für alle Studierenden gleichermaßen relevanten Studiensäulen „General Management“ (Grundstudium) und „General Sales Management“ (Hauptstudium) aufgeführt und erläutert.

Darauf erfolgt nach (aufsteigenden) Semestern geordnet die Darstellung der Wahlpflichtfach-Studiensäulen entsprechend ihrer Bezeichnung in römischen Zahlen (WPF I, WPF II etc.).

Für jedes Wahlpflichtfach (WPF I, WPF II etc.) erfolgt dann die Beschreibung der Veranstaltung für die Studiensäule „Special Sales Management“ beginnend mit „Finance“, gefolgt von „Handel“ und „Industrie“. Die branchenspezifische Studiensäule ist erkennbar anhand der arabischen Zahl, welche der römischen Bezeichnung des Wahlpflichtfaches folgt: Veranstaltungen der Studiensäule „Finance“ beginnen mit einer „1“, „Handel“ mit „2“ und Industrie mit „3“.

Abschließend finden sich die Ausführungen zum Praxissemester und zur Bachelor Thesis.

Grundstudium

**Module des Grundstudiums sind der Studiensäule
„General Management“ zuzurechnen**

Modul G1. 411000 Einführung in die BWL

Ansiedlung im Studium	Grundstudium
Dauer des Moduls	1 Semester
SWS	4
Prüfungsart	lehrveranstaltungsübergreifend durch Klausur
Prüfungsdauer	120
Leistungspunkte (ECTS)	5
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Erfolgreiche Absolvierung der Prüfungsleistung.
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Kai D. Kysela, Prof. Dr. Ricarda Schlimbach
Lehr-, Lern- und Prüfungsformen	
Lerninhalte	
Fachkompetenz: Wissen und Verstehen	Die Veranstaltung gibt einen grundlegenden Einblick in die zentralen Funktionalbereiche der Betriebswirtschaftslehre. Die Studierenden sind mit den zentralen Fragestellungen von Managemententscheidungen sowohl auf einzel- als auch auf gesamtwirtschaftlicher Ebene vertraut. Sie erkennen, dass die Betriebswirtschaftslehre grundsätzlich funktions- und branchenübergreifend ausgerichtet ist und kennen wesentliche Erklärungsansätze und Entscheidungstatbestände wirtschaftlichen Handelns. Die Studierenden erhalten auch einen ersten Einblick in die typischen betriebswirtschaftlichen Anwendungsgebiete dieser Methoden. Darüber hinaus werden erste Kompetenzen bezüglich der Konzeption, Entwicklung und Anwendung von Informations- und Kommunikationssystemen in Wirtschaftsunternehmen aufgebaut. Die Studierenden sind mit Inhalt, Bedeutung sowie Aufbau und Ablauf des Informationsmanagements in Unternehmen vertraut. Sie erwerben Grundkenntnisse über die dabei eingesetzten Technologien und die hierbei bestehenden Entwicklungstendenzen.
Fachkompetenz: Fertigkeit, Wissenserschließung	
Personale Kompetenz: Sozialkompetenz	
Personale Kompetenz: Selbständigkeit	
Kompetenzniveau gemäß DQR	
Voraussetzungen für die Teilnahme	
Besonderheiten / Verwendbarkeit	In diesem Modul erfolgt eine gemeinsame Prüfung über die Inhalte der Submodule.
Terminierung im Stundenplan	
Leistungsnachweis bei kombinierter Prüfung	

Veranstaltung G1.1 411001 Einführung in die BWL

Lehrveranstaltungsverantwortliche(r)	
Semester	1
Häufigkeit des Angebots	Wintersemester
Art der Veranstaltung	Vorlesung mit integrierter Übung
Lehrsprache	Deutsch
Veranstaltungsname (englisch)	Introduction to Business Administration
Leistungspunkte (ECTS)	3.0
SWS	2.0
Workload - Kontaktstunden	30
Workload - Selbststudium	45
Detailbemerkung zum Workload	
Prüfungsart	Lehrveranstaltung ohne Prüfung, hier: Prüfung auf Modulebene
Prüfungsdauer	
Verpflichtung	Pflichtfach
Voraussetzungen für die Teilnahme	
Lehr-/Lernmethoden (Lehrformen)	Vorlesung mit integrierter Übung Selbststudium: Vor- und Nachbereitung der Vorlesung, Bearbeitung von Fragestellungen, begleitende Prüfungsvorbereitung
Fachkompetenz: Wissen und Verstehen	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.
Fachkompetenz: Fertigkeit und Wissenserschließung	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 Funktionalbereiche bei der Lösung praktischer Problemstellungen berücksichtigen.
Personale Kompetenz: Sozialkompetenz	
Personale Kompetenz: Selbständigkeit	
Kompetenzniveau gemäß DQR	5
Inhalte	1. Geschichte und Gegenstand der BWL • Betriebswirtschaftslehre als Wissenschaft • Geschichtliche Entwicklung der Betriebswirtschaftslehre

	• Bedürfnis, Nutzenerwartung und Bedarf • Betrieb, Haushalt und Unternehmen 2. Unternehmen und ihre Formen • Der Lebenszyklus von Unternehmen • Unternehmenstypen, Rechtsformen • Kooperationsformen • Konzentrationsformen 3. Unternehmensentscheidungen • Entscheidungsfindung und Entscheidungspathologien • Rahmenbedingungen unternehmerischer Entscheidungen • Das Zielsystem eines Unternehmens • Strategische und operative Planungsprozesse • Ausgewählte Entscheidungstechniken
Empfehlung für begleitende Veranstaltungen	
Sonstige Besonderheiten	
Literatur/Lernquellen	Becker, J.: Marketing-Konzeption, 11. aktual. u. erg. Aufl., München 2019 Brecht, U.: BWL für Führungskräfte, 2., überarb. und erw. Aufl., Wiesbaden 2012 Thommen, J.-P./Achleitner, A.-C.: Allgemeine Betriebswirtschaftslehre - Umfassende Einführung aus managementorientierter Sicht, 10., überarb. u. akt. Aufl., Wiesbaden 2023 Wöhe, G./Döring U.: Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, 28., überarb. u. aktual. Aufl., München 2023
Terminierung im Stundenplan	„regulär“ und Stundenplan StarPlan
Leistungsnachweis bei kombinierter Prüfung	

Veranstaltung G1.2 411002 Informationsmanagement in Unternehmen

Lehrveranstaltungsverantwortliche(r)	Prof. Dr. Ricarda Schlimbach
Semester	1
Häufigkeit des Angebots	Wintersemester
Art der Veranstaltung	Vorlesung mit integrierter Übung
Lehrsprache	Deutsch
Veranstaltungsname (englisch)	Information Management in Industrial Enterprises
Leistungspunkte (ECTS)	2,0
SWS	2,0
Workload - Kontaktstunden	30
Workload - Selbststudium	20
Detailbemerkung zum Workload	Regelmäßige Hausaufgaben zur Anwendung des theoretisch vermittelten Lehrstoffes
Prüfungsart	Lehrveranstaltung ohne Prüfung, hier: Prüfung auf Modulebene
Prüfungsdauer	
Verpflichtung	Pflichtfach
Voraussetzungen für die Teilnahme	
Lehr-/Lernmethoden (Lehrformen)	Vorlesung mit integrierter Übung Selbststudium: Vor- und Nachbereitung der Vorlesung, Bearbeitung von Fragestellungen, begleitende Prüfungsvorbereitung
Fachkompetenz: Wissen und Verstehen	Die Studierenden können Informations- und Kommunikationssysteme und -technologien benennen und definieren. Sie sind in der Lage diese zu erklären bzw. zu unterscheiden. Sie verstehen die Digitalisierung als Megatrend und reflektieren individuelle und gesellschaftliche Auswirkungen.
Fachkompetenz: Fertigkeit und Wissenserschließung	Die Studierenden sind in der Lage passende Informations- und Kommunikationssysteme auszuwählen und zu benutzen. Im Rahmen des Informationsmanagements sind die Studierenden in der Lage Problemlösungen zu konstruieren.
Personale Kompetenz: Sozialkompetenz	
Personale Kompetenz: Selbständigkeit	Selbstständig Probleme der Digitalisierung mittels Herangehensweise der Wirtschaftswissenschaften und Wirtschaftsinformatik erkennen, bewerten und lösen.
Kompetenzniveau gemäß DQR	5
Inhalte	Einführung und Begriffsverständnis • Informationsmanagement als Teilgebiet der Wirtschaftsinformatik • Informations- und Kommunikationssysteme • Anwendungssysteme Digitale Ökosysteme • Grundlagen digitaler Geschäftsmodelle • IKT an der Kundenschnittstelle • Digitale Transformation und innovative Technologien Informationssysteme selbst gestalten

	• Einführung in Design Science Research • Praktische Anwendungen (z.B. Digitale Arbeit, Geschäftsprozesse und deren Modellierung, Smart Cities) • Ideation mit (KI-basierten) Informationssystemen
Empfehlung für begleitende Veranstaltungen	
Sonstige Besonderheiten	
Literatur/Lernquellen	• Leimeister, Jan Marco (2021): Einführung in die Wirtschaftsinformatik; 13. Auflage, Springer Gabler Verlag. ISBN-13: 9783662635599; https://doi.org/10.1007/978-3-662-63560-5 • Mertens, P., Bodendorf, F., König, W., Schumann, M., Hess, T., Buxmann, P. (2017). Grundzüge der Wirtschaftsinformatik. Springer Gabler, Berlin, Heidelberg. https://doi.org/10.1007/978-3-662-53362-8_7 • Universität Hohenheim, Lehrstuhl für Digitales Management (Prof. Dr. H. Gimpel), Open Education Resources, abrufbar unter https://digital.uni-hohenheim.de
Terminierung im Stundenplan	„regulär“ und Stundenplan StarPlan
Leistungsnachweis bei kombinierter Prüfung	

Modul G2 411010 Angewandte Mathematik

Ansiedlung im Studium	Grundstudium
Dauer des Moduls	1 Semester
SWS	4
Prüfungsart	lehrveranstaltungsbegleitend durch Klausur
Prüfungsdauer	120
Leistungspunkte (ECTS)	5
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	erfolgreiche Absolvierung der Prüfungsleistung
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Kai Schmid
Lehr-, Lern- und Prüfungsformen	
Lerninhalte	
Fachkompetenz: Wissen und Verstehen	Den Studierenden werden die mathematischen Grundlagen zur Nutzung ökonomischer Entscheidungsmodelle vermittelt. Die Studierenden können insbesondere die grundlegenden Methoden zur Beurteilung der Vorteilhaftigkeit von Investitionsprojekten anwenden. Sie sind damit in der Lage die Konsequenzen der Veränderung von Einflussfaktoren auf Investitionsentscheidungen abzuschätzen. Darüber hinaus kennen sie die Grundformen der betrieblichen Finanzierung und können die Vor- und Nachteile der Finanzierungsformen aufzeigen.
Fachkompetenz: Fertigkeit, Wissenserschließung	
Personale Kompetenz: Sozialkompetenz	
Personale Kompetenz: Selbständigkeit	
Kompetenzniveau gemäß DQR	
Voraussetzungen für die Teilnahme	
Besonderheiten / Verwendbarkeit	
Terminierung im Stundenplan	
Leistungsnachweis bei kombinierter Prüfung	

Veranstaltung G2.1 411011 Angewandte Mathematik

Lehrveranstaltungsverantwortliche(r)	
Semester	1
Häufigkeit des Angebots	Wintersemester
Art der Veranstaltung	Vorlesung mit integrierter Übung
Lehrsprache	deutsch
Veranstaltungsname (englisch)	Applied Mathematics
Leistungspunkte (ECTS)	5
SWS	4
Workload - Kontaktstunden	60
Workload - Selbststudium	65
Detailbemerkung zum Workload	
Prüfungsart	Lehrveranstaltung ohne Prüfung, hier: Prüfung auf Modulebene
Prüfungsdauer	
Verpflichtung	Pflichtfach
Voraussetzungen für die Teilnahme	
Lehr-/Lernmethoden (Lehrformen)	Vorlesung mit integrierter Übung Selbststudium: Vor- und Nachbereitung der Vorlesung, Bearbeitung von Fragestellungen, begleitende Prüfungsvorbereitung
Fachkompetenz: Wissen und Verstehen	Die Studierenden können die Methoden der Finanzmathematik, 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. Die Studierenden können die zentralen Aufgaben der Investitionsrechnung und Finanzierung benennen und beschreiben. Sie können typische Werkzeuge der Investitionsrechnung sowie wesentliche Finanzierungsarten jeweils voneinander abgrenzen und deren Einsatz kritisch beurteilen.
Fachkompetenz: Fertigkeit und Wissenserschließung	Die Studierenden sind in der Lage für entsprechende Fragestellungen die passenden mathematischen Methoden auszuwählen und anzuwenden. Anhand der Methoden können die Studierenden ökonomische Problemstellungen lösen und Zusammenhänge erkennen. Die Studierenden können die einzelnen Methoden der Investitionsrechnung anwenden und Kapitalwerte sowie interne Zinsfüße berechnen. Darauf aufbauend sind sie befähigt Ergebnisse auszuwerten, Beziehungen zueinander darzustellen und hieraus Aussagen abzuleiten. Die Studierenden können Finanzierungsmöglichkeiten darstellen und deren Bedeutung ermitteln. Zudem sind diese in der Lage Problemlösungen im Finanzierungsbereich aufzuzeigen.
Personale Kompetenz: Sozialkompetenz	
Personale Kompetenz: Selbständigkeit	

Kompetenzniveau gemäß DQR	6
---------------------------	---

Modul G3 411020 Buchführung und Jahresabschluss

Ansiedlung im Studium	Grundstudium
Dauer des Moduls	1 Semester
SWS	4.0
Prüfungsart	lehrveranstaltungsbegleitend durch Klausur
Prüfungsdauer	120
Leistungspunkte (ECTS)	5.0
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Erfolgreiche Absolvierung der Prüfungsleistung.
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Jens Koch
Lehr-, Lern- und Prüfungsformen	
Lerninhalte	
Fachkompetenz: Wissen und Verstehen	Die Studierenden sind mit den grundlegenden Rechelementen des betrieblichen Rechnungswesens vertraut und können verlässlich Erfolgsgrößen und Zahlungsgrößen im Unternehmen differenzieren. Sie kennen den Aufbau und die Bestandteile des betrieblichen Rechnungswesens und beherrschen die grundlegende Buchführungstechnik zur Abbildung betrieblicher Geschäftsvorfälle und zur Erstellung des Jahresabschlusses eines Unternehmens.
Fachkompetenz: Fertigkeit, Wissenserschließung	
Personale Kompetenz: Sozialkompetenz	
Personale Kompetenz: Selbständigkeit	
Kompetenzniveau gemäß DQR	
Voraussetzungen für die Teilnahme	
Besonderheiten / Verwendbarkeit	
Terminierung im Stundenplan	
Leistungsnachweis bei kombinierter Prüfung	

Veranstaltung G3.1. 411021 Buchführung und Jahresabschluss

Lehrveranstaltungsverantwortliche(r)	
Semester	1
Häufigkeit des Angebots	Wintersemester
Art der Veranstaltung	Vorlesung mit integrierter Übung
Lehrsprache	Deutsch
Veranstaltungsname (englisch)	Bookkeeping
Leistungspunkte (ECTS)	5.0
SWS	4.0
Workload - Kontaktstunden	60
Workload - Selbststudium	65
Detailbemerkung zum Workload	
Prüfungsart	Lehrveranstaltung ohne Prüfung, hier: Prüfung auf Modulebene
Prüfungsdauer	
Verpflichtung	Pflichtfach
Voraussetzungen für die Teilnahme	
Lehr-/Lernmethoden (Lehrformen)	Vorlesung mit integrierter Übung Selbststudium: Vor- und Nachbereitung der Vorlesung, Bearbeitung von Fragestellungen, begleitende Prüfungsvorbereitung
Fachkompetenz: Wissen und Verstehen	Die Studierenden können die zentralen Aufgaben der Buchführung und der Finanzberichterstattung nach HGB benennen und sind in der Lage, die wesentlichen Rechtsgrundlagen der Buchführung und der Buchführungsverpflichtung anzugeben. Sie können das System und die Technik der doppelten Buchführung erklären. Die Studierenden sind befähigt, die wesentlichen Instrumente und Maßnahmen (bspw. Inventur, Inventar und Bilanz) voneinander abzugrenzen und einzuordnen. Sie sind in der Lage, Geschäftsvorfälle buchhalterisch abzubilden sowie Eröffnungs- und Schlussbuchungen vorzunehmen. Die Studierenden können die Ansatz- und Bewertungsgrundsätze der HGB-Rechnungslegung erklären und demonstrieren. Ebenso sind sie in der Lage, die einschlägigen nationalen Bilanzierungsregelungen zu benennen. Die wesentlichen Elemente der Rechenschaftslegung außerhalb des Zahlenwerkes von Bilanz und GuV (insbesondere Anhang, Lagebericht sowie Kapitalflussrechnung und Eigenkapitalveränderungsrechnung) können sie benennen und die Maßnahmen der Publizität und Qualitätssicherung wiedergeben.
Fachkompetenz: Fertigkeit und Wissenserschließung	Die Studierenden sind in der Lage, eine Buchhaltung vollständig anzufertigen und dabei die buchhalterisch getroffenen Aussagen

	auf Richtigkeit hin zu überprüfen, Zusammenhänge aufzudecken und hinsichtlich ihrer Auswirkung zu analysieren. Die Studierenden können Abschlussbuchungen (z.B. Rechnungsabgrenzung, Rückstellungen, Abschreibungen) stringent ableiten und in der Buchhaltung darstellen. Die Studierenden sind befähigt, einen Probeabschluss zu entwickeln und anzufertigen, diesen zu analysieren und darauf aufbauend die Bilanz und Gewinn- und Verlustrechnung zu erstellen. Die Studierenden sind in der Lage, die Ansatz- und Bewertungsgrundsätze des HGB auf wichtige Geschäftsvorfälle des Unternehmens anzuwenden. Sie können damit deren bilanzielle Behandlung aus den bestehenden Rechtsgrundlagen ableiten und sind in der Lage, die erforderlichen Beurteilungsschritte für einzelne Sachverhalte (z.B. selbstgeschaffene immaterielle Anlagewerte, Rückstellungen etc.) zu analysieren.
Personale Kompetenz: Sozialkompetenz	
Personale Kompetenz: Selbständigkeit	
Kompetenzniveau gemäß DQR	6
Inhalte	1. Hinführung zum Thema und zentrale Begrifflichkeiten 2. Erfolgsneutrale Bilanzveränderungen und Buchungstechnik 3. Erfolgswirksame Bilanzveränderungen und Begriffsabgrenzung 4. Buchen auf Warenkonten I: Bestandsveränderungen 5. Buchen mit Umsatz- und Vorsteuer 6. Buchen auf Warenkonten II: Ein- und Verkauf 7. Industriebuchführung 8. Nichtmonetäre Privatentnahmen 9. Buchen im Anlagevermögen 10. Buchen mit zeitlicher Abgrenzung
Empfehlung für begleitende Veranstaltungen	
Sonstige Besonderheiten	„regulär“ und Stundenplan StarPlan
Literatur/Lernquellen	Bieg, Hartmut; Waschbuch, Gerd: Buchführung, 10. Auflage (2021). Döring, Ulrich; Buchholz, Rainer: Buchhaltung und Jahresabschluss, 16. Auflage (2021). Hufnagel, Wolfgang; Burgfeld-Schächer, Beate: Einführung in die Buchführung und Bilanzierung, 10. Auflage (2022). Nickenig, Karin; Wesselmann, Carsten: Angewandtes Rechnungswesen: Eine Einführung in die manuelle und EDV-gestützte Buchführung (2014). Reichhardt, Michael: Grundlagen der doppelten Buchführung, 4. Auflage (2021). Thommen, Jean-Paul; Achleitner, Ann-Kristin; Gilbert, Dirk Ulrich; Hachmeister, Dirk; Kaiser, Gernot: Allgemeine Betriebs-

	wirtschaftslehre, 10. Auflage (2023). Wöhe, Günter; Döring, Ulrich; Brösel, Gerrit: Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, 28. Auflage (2023). Wöhe, Günter; Kußmaul, Heinz: Grundzüge der Buchführung und Bilanztechnik, 11. Auflage (2022).
Terminierung im Stundenplan	regulär und Stundenplan StarPlan
Leistungsnachweis bei kombinierter Prüfung	

Modul G4 411030 VWL

Ansiedlung im Studium	Grundstudium
Dauer des Moduls	1 Semester
SWS	4
Prüfungsart	lehrveranstaltungsübergreifend durch Klausur
Prüfungsdauer	120
Leistungspunkte (ECTS)	5
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	erfolgreiche Absolvierung der Prüfungsleistung
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Kai Schmid
Lehr-, Lern- und Prüfungsformen	
Lerninhalte	
Fachkompetenz: Wissen und Verstehen	Die Studierenden werden in Fragestellungen der Volkswirtschaftslehre und in grundlegende Analysemethoden der Mikro- und Makroökonomik eingeführt. Sie werden in die Lage versetzt wirtschaftliche und gesellschaftliche Entwicklungen vor dem Hintergrund volkswirtschaftlicher Theorien zu verstehen und zu beurteilen. Die Studierenden können die Folgen wirtschaftspolitischer Maßnahmen für die Gesamtwirtschaft und einzelne Unternehmen abschätzen.
Fachkompetenz: Fertigkeit, Wissenserschließung	
Personale Kompetenz: Sozialkompetenz	
Personale Kompetenz: Selbständigkeit	
Kompetenzniveau gemäß DQR	
Voraussetzungen für die Teilnahme	
Besonderheiten / Verwendbarkeit	
Terminierung im Stundenplan	
Leistungsnachweis bei kombinierter Prüfung	

Veranstaltung G4.1 411031 Mikroökonomie

Lehrveranstaltungsverantwortliche(r)	
Semester	1
Häufigkeit des Angebots	Wintersemester
Art der Veranstaltung	Vorlesung mit integrierter Übung
Lehrsprache	Deutsch
Veranstaltungsname (englisch)	Microeconomics
Leistungspunkte (ECTS)	2
SWS	2
Workload - Kontaktstunden	30
Workload - Selbststudium	20
Detailbemerkung zum Workload	
Prüfungsart	Lehrveranstaltung ohne Prüfung, hier: Prüfung auf Modulebene
Prüfungsdauer	
Verpflichtung	Pflichtfach
Voraussetzungen für die Teilnahme	
Lehr-/Lernmethoden (Lehrformen)	Vorlesung mit integrierter Übung Selbststudium: Vor- und Nachbereitung der Vorlesung, Bearbeitung von Fragestellungen, begleitende Prüfungsvorbereitung
Fachkompetenz: Wissen und Verstehen	Die Studierenden kennen Themengebiete und Fragestellungen der Mikroökonomie. Sie verstehen das Funktionieren einzelwirtschaftlicher Märkte sowie die Entscheidungsparameter der Unternehmen und Konsumenten. Sie verfügen über ein integriertes vertieftes fachtheoretisches Wissen dieses Lernbereiches.
Fachkompetenz: Fertigkeit und Wissenserschließung	Die Studierenden verfügen über ein breites Spektrum kognitiver und praktischer Fähigkeiten und Methoden zur Lösung von Fragestellungen der Mikroökonomie. Sie können dabei die Wechselwirkungen der Entscheidungen in einzelnen Marktsegmenten bei der Lösung praktischer Problemstellungen berücksichtigen.
Personale Kompetenz: Sozialkompetenz	
Personale Kompetenz: Selbständigkeit	Die Studierenden lernen einzeln und in Arbeitsgruppenteams eigene und fremd gesetzte Lern- und Arbeitsgruppenziele selbstgesteuert zu erreichen, zu reflektieren und zu bewerten.
Kompetenzniveau gemäß DQR	6
Inhalte	1. Problemstellungen der Mikroökonomie 2. Koordinationsfunktion des Marktes 3. Nachfrage 4. Angebot 5. Wohlfahrtsbetrachtungen 6. Optimale Konsumentenentscheidungen

	7. Marktformen, Gewinnmaximierung und Regulierung
Empfehlung für begleitende Veranstaltungen	
Sonstige Besonderheiten	
Literatur/Lernquellen	Goolsbee, A.; Levitt, S.; Syverson, C. (2014): Mikroökonomik, Schaeffer-Pöschel Mankiw, N.; Taylor, G. (2021): Grundzüge der Volkswirtschaftslehre, 8. Auflage, Schaeffer-Pöschel Pindyck, S.; Rubinfeld, D. (2018): Mikroökonomie, 9. Auflage, Pearson Varian, H. (2016): Grundzüge der Mikroökonomik, 9. Auflage, DeGyter-Oldenbourg
Terminierung im Stundenplan	„regulär“ und Stundenplan StarPlan
Leistungsnachweis bei kombinierter Prüfung	

Veranstaltung G4.2 411032 Makroökonomie

Lehrveranstaltungsverantwortliche(r)	
Semester	1
Häufigkeit des Angebots	Wintersemester
Art der Veranstaltung	Vorlesung mit integrierter Übung
Lehrsprache	deutsch
Veranstaltungsname (englisch)	Macroeconomics
Leistungspunkte (ECTS)	3
SWS	2
Workload - Kontaktstunden	30
Workload - Selbststudium	45
Detailbemerkung zum Workload	
Prüfungsart	Lehrveranstaltung ohne Prüfung, hier: Prüfung auf Modulebene
Prüfungsdauer	
Verpflichtung	Pflichtfach
Voraussetzungen für die Teilnahme	
Lehr-/Lernmethoden (Lehrformen)	Vorlesung mit integrierter Übung Selbststudium: Vor- und Nachbereitung der Vorlesung, Bearbeitung von Fragestellungen, begleitende Prüfungsvorbereitung
Fachkompetenz: Wissen und Verstehen	Die Studierenden kennen Themengebiete und Fragestellungen der Makroökonomie. Sie verstehen das Funktionieren einzelner volkswirtschaftlicher Modelle sowie die entscheidenden Stell-schrauben gesamtwirtschaftlichen Handelns aus der Sicht der Makroökonomie. Sie verfügen über ein integriertes vertieftes fachtheoretisches Wissen dieses Lernbereiches.
Fachkompetenz: Fertigkeit und Wissenserschließung	Die Studierenden verfügen über ein breites Spektrum kognitiver und praktischer Fähigkeiten und Methoden zur Analyse gesamtwirtschaftlicher Problemstellungen. Sie können dabei die Dynamik und die Wechselwirkungen der makroökonomischen Märkte einer Volkswirtschaft bei der Erörterung gesamtwirtschaftlicher Fragestellungen berücksichtigen.
Personale Kompetenz: Sozialkompetenz	
Personale Kompetenz: Selbständigkeit	Die Studierenden lernen einzeln und in Arbeitsgruppenteams eigene und fremd gesetzte Lern- und Arbeitsgruppenziele selbstgesteuert zu erreichen, zu reflektieren und zu bewerten.
Kompetenzniveau gemäß DQR	6
Inhalte	1. Makropolitische Problemstellungen und Ziele 2. Volkswirtschaftliche Gesamtrechnung 3. Wachstumstheorie und -empirie 4. Konjunkturanalyse 5. Faktorauslastung und Inflationstheorien

	6. Geldpolitik 7. Finanzpolitik und Staatsverschuldung 8. Finanzmärkte
Empfehlung für begleitende Veranstaltungen	
Sonstige Besonderheiten	
Literatur/Lernquellen	Blanchard, O.; Illing, G. (2021): Makroökonomie, 8. Auflage, Pearson Krugman, P.; Wells, R. (2024): Macroeconomics, 7. Auflage, Worth Mankiw, N.; Taylor M. (2024): Grundzüge der Volkswirtschaftslehre, 9. Auflage, Schaeffer-Pöschel Spahn, P. (2012): Geldpolitik: Finanzmärkte, neue Makroökonomie und zinspolitische Strategien, 3. Auflage, Vahlen
Terminierung im Stundenplan	„regulär“ und Stundenplan StarPlan
Leistungsnachweis bei kombinierter Prüfung	

Modul G5 411040 Grundlagen des Wirtschaftsprivatrechts

Ansiedlung im Studium	Grundstudium
Dauer des Moduls	1 Semester
SWS	4
Prüfungsart	lehrveranstaltungsbegleitend durch Klausur
Prüfungsdauer	120
Leistungspunkte (ECTS)	5.0
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Erfolgreiche Absolvierung der Prüfungsleistung.
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Christine Monsch
Lehr-, Lern- und Prüfungsformen	
Lerninhalte	
Fachkompetenz: Wissen und Verstehen	Die Studierenden sind mit den grundlegenden rechtlichen Rahmenbedingungen der unternehmerischen Tätigkeit vertraut. Sie kennen zum einen die privatrechtlichen Grundlagen der Geschäftstätigkeit, können somit insbesondere Fragestellungen, die sich aus Vertragsbeziehungen ergeben können einordnen und beantworten. Darüber hinaus kennen sie die rechtlichen Aspekte der Rechtsformwahl eines Unternehmens. Zum anderen sind sie mit den Grundzügen des deutschen Steuersystems vertraut.
Fachkompetenz: Fertigkeit, Wissenserschließung	
Personale Kompetenz: Sozialkompetenz	
Personale Kompetenz: Selbständigkeit	
Kompetenzniveau gemäß DQR	
Voraussetzungen für die Teilnahme	
Besonderheiten / Verwendbarkeit	
Terminierung im Stundenplan	
Leistungsnachweis bei kombinierter Prüfung	

Veranstaltung G5.1 411041 Grundlagen des Wirtschaftsprivatrechts

Lehrveranstaltungsverantwortliche(r)	
Semester	1
Häufigkeit des Angebots	Wintersemester
Art der Veranstaltung	Vorlesung mit integrierter Übung
Lehrsprache	Deutsch
Veranstaltungsname (englisch)	Basics of Private Economic Law
Leistungspunkte (ECTS)	5.0
SWS	4.0
Workload - Kontaktstunden	60
Workload - Selbststudium	65
Detailbemerkung zum Workload	
Prüfungsart	Lehrveranstaltung ohne Prüfung, hier: Prüfung auf Modulebene
Prüfungsdauer	
Verpflichtung	Pflichtfach
Voraussetzungen für die Teilnahme	
Lehr-/Lernmethoden (Lehrformen)	Vorlesung mit integrierter Übung Selbststudium: Vor- und Nachbereitung der Vorlesung, Bearbeitung von Fragestellungen, begleitende Prüfungsvorbereitung
Fachkompetenz: Wissen und Verstehen	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.
Fachkompetenz: Fertigkeit und Wissenserschließung	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 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.
Personale Kompetenz: Sozialkompetenz	
Personale Kompetenz: Selbständigkeit	
Kompetenzniveau gemäß DQR	5
Inhalte	• 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
Empfehlung für begleitende Veranstaltungen	
Sonstige Besonderheiten	
Literatur/Lernquellen	Führich, E.: Wirtschaftsprivatrecht, 2022, 14. Auflage Führich, E/Werdan, I.: Wirtschaftsprivatrecht in Fragen und Fällen, 2023, 9. Auflage Klunzinger, E.: Einführung in das Bürgerliche Recht, 18., überarbeitete und erweiterte Auflage, 2024 Klunzinger, E.: Grundzüge des Gesellschaftsrechts, 16. überarb. und erw. Auflage, 2012
Terminierung im Stundenplan	„regulär“ und Stundenplan StarPlan
Leistungsnachweis bei kombinierter Prüfung	

Modul G6 411050 Business English I

Ansiedlung im Studium	Grundstudium
Dauer des Moduls	1 Semester
SWS	4.0
Prüfungsart	lehrveranstaltungsbegleitend durch Klausur
Prüfungsdauer	90
Leistungspunkte (ECTS)	5.0
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Erfolgreiche Absolvierung der Prüfungsleistung.
Modulverantwortliche(r)	Jason Humphreys
Lehr-, Lern- und Prüfungsformen	
Lerninhalte	
Fachkompetenz: Wissen und Verstehen	Dieses Modul führt die Studierenden in die Welt des Geschäfts-englisch ein. Anhand von authentischen geschäftlichen Situationen werden grundlegende Fähigkeiten im Bereich Sprechen, Schreiben und Verstehen vermittelt. Unter anderem behandelt die Vorlesung typische Kommunikationssituationen wie z. B. Telefonieren, einfache Geschäftskorrespondenz, Vorstellung der eigenen Firma, Terminvereinbarung und Organisation von Geschäftsreisen. Des Weiteren vermittelt die Veranstaltung die nötige Basisgrammatik. Dieses Modul entspricht in etwa dem Niveau B1 des Gemeinsamen Europäischen Referenzrahmens für Sprachen (GER).
Fachkompetenz: Fertigkeit, Wissenserschließung	
Personale Kompetenz: Sozialkompetenz	
Personale Kompetenz: Selbständigkeit	
Kompetenzniveau gemäß DQR	
Voraussetzungen für die Teilnahme	
Besonderheiten / Verwendbarkeit	
Terminierung im Stundenplan	
Leistungsnachweis bei kombinierter Prüfung	

Veranstaltung G6.1 411051 Business English I

Lehrveranstaltungsverantwortliche(r)	
Semester	1
Häufigkeit des Angebots	Wintersemester
Art der Veranstaltung	Vorlesung mit integrierter Übung
Lehrsprache	Englisch
Veranstaltungsname (englisch)	Business English I
Leistungspunkte (ECTS)	5.0
SWS	4.0
Workload - Kontaktstunden	60
Workload - Selbststudium	65
Detailbemerkung zum Workload	
Prüfungsart	Lehrveranstaltung ohne Prüfung, hier: Prüfung auf Modulebene
Prüfungsdauer	
Verpflichtung	Pflichtfach
Voraussetzungen für die Teilnahme	
Lehr-/Lernmethoden (Lehrformen)	Vorlesung mit integrierter Übung Selbststudium: Vor- und Nachbereitung der Vorlesung, Bearbeitung von Fragestellungen, begleitende Prüfungsvorbereitung
Fachkompetenz: Wissen und Verstehen	Mit dieser Veranstaltung erschließen sich die Studierenden ihre Handlungsfähigkeit im internationalen Kontext: Sie erwerben ein breites und für die Vertriebsarbeit unabdingbares grundlegendes Fachwissen für Vertriebs- und Verhandlungssituationen mit englischsprachigen Kunden und Mitarbeitern in anwendungsorientierten Fragestellungen und (Rollenspiel-) Situationen.
Fachkompetenz: Fertigkeit und Wissenserschließung	
Personale Kompetenz: Sozialkompetenz	Mit dieser Veranstaltung erschließen sich die Studierenden ihre Handlungsfähigkeit im internationalen Kontext: Typische Fragestellungen internationaler Vertriebstätigkeit werden in Arbeitsgruppen gemeinsam erarbeitet. Dabei sind individuelle Ansätze der Studierenden in der Gruppe argumentativ zu vertreten und zu einer gemeinschaftlichen Lösung weiterzuentwickeln.
Personale Kompetenz: Selbständigkeit	
Kompetenzniveau gemäß DQR	5
Inhalte	Emails basics and structure exchanging information making arrangements writing effective emails Company profile describing what a company does

	talking about the history of a company writing a company profile presenting a company Facts & figures different types of graphs and charts describing and analysing facts and figures Business communication requesting information writing an enquiry making and responding to oral and written complaints General business and vocabulary Business travel doing business internationally intercultural project Presentation training
Empfehlung für begleitende Veranstaltungen	
Sonstige Besonderheiten	
Literatur/Lernquellen	Brimage, D.; Kirstein, R.; Humphreys, A.; Humphreys, J.: Business Expert, Stuttgart 2022. Ashford, S.; Kirstein, R.: Humphreys, J.; Rogers, L.: Business Impact 1.1 B1 – B2: Business English Modules, Stuttgart 2024 Ashford, S.; Kirstein, R.: Humphreys, J.; Taylor, D.: Business Impact 1.2 B1 – B2: Business English Modules, Stuttgart 2025 Ashford, S.; Kirstein, R.: Humphreys, J.; Rogers, L.: Business Impact 2.1 B2 – C1: Business English Modules, Stuttgart 2024 Ashford, S.; Kirstein, R.: Humphreys, J.; Taylor, D.: Business Impact 2.2 B2 – C1: Business English Modules, Stuttgart 2025
Terminierung im Stundenplan	„regulär“ und Stundenplan StarPlan
Leistungsnachweis bei kombinierter Prüfung	

Modul G7 411060 Einführung in die Kostenrechnung

Ansiedlung im Studium	Grundstudium
Dauer des Moduls	1 Semester
SWS	4.0
Prüfungsart	lehrveranstaltungsbegleitend durch Klausur
Prüfungsdauer	120
Leistungspunkte (ECTS)	5.0
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Erfolgreiche Absolvierung der Prüfungsleistung.
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Gerold Heizmann
Lehr-, Lern- und Prüfungsformen	
Lerninhalte	
Fachkompetenz: Wissen und Verstehen	Die Studierenden sind befähigt kostenrechnerische Fragestellungen mittels geeigneter Instrumente zu bearbeiten: Sie besitzen ein Verständnis über die Entstehung von Kosten im Unternehmen, deren Messung bzw. Quantifizierung, deren Verrechnung auf Kostenträger und Auswirkung auf das Betriebsergebnis.
Fachkompetenz: Fertigkeit, Wissenserschließung	
Personale Kompetenz: Sozialkompetenz	
Personale Kompetenz: Selbständigkeit	
Kompetenzniveau gemäß DQR	
Voraussetzungen für die Teilnahme	
Besonderheiten / Verwendbarkeit	
Terminierung im Stundenplan	
Leistungsnachweis bei kombinierter Prüfung	

Veranstaltung G7.1 411061 Einführung in die Kostenrechnung

Lehrveranstaltungsverantwortliche(r)	
Semester	2
Häufigkeit des Angebots	Sommersemester
Art der Veranstaltung	Vorlesung mit integrierter Übung
Lehrsprache	Deutsch
Veranstaltungsname (englisch)	Introduction to Cost Accounting
Leistungspunkte (ECTS)	5.0
SWS	4.0
Workload - Kontaktstunden	60
Workload - Selbststudium	65
Detailbemerkung zum Workload	
Prüfungsart	Lehrveranstaltung ohne Prüfung, hier: Prüfung auf Modulebene
Prüfungsdauer	
Verpflichtung	Pflichtfach
Voraussetzungen für die Teilnahme	
Lehr-/Lernmethoden (Lehrformen)	Vorlesung mit integrierter Übung Selbststudium: Vor- und Nachbereitung der Vorlesung, Bearbeitung von Fragestellungen, begleitende Prüfungsvorbereitung
Fachkompetenz: Wissen und Verstehen	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 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.
Fachkompetenz: Fertigkeit und Wissenserschließung	Die Studierenden können die Techniken der Kostenartenrechnung anwenden und sind damit in der Lage, Kosten nach Art und 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 Studierende sind in der Lage unter Anwendung verschiedener Verfahren bspw. die Selbstkosten eines Produktes zu berechnen und können die dabei bestehenden Abhängigkeiten und Beziehungen klarlegen.
Personale Kompetenz: Sozialkompetenz	
Personale Kompetenz: Selbständigkeit	
Kompetenzniveau gemäß DQR	6

Inhalte	1. Kostenrechnung als Informationsinstrument 2. Kostentheoretische Grundlagen der Kostenrechnung 3. Merkmale von Kostenrechnungssystemen 4. Kostenartenrechnung 5. Kostenstellenrechnung 6. Kostenträgerrechnung 7. Voll- und Teilkostenrechnungssysteme
Empfehlung für begleitende Veranstaltungen	
Sonstige Besonderheiten	
Literatur/Lernquellen	Brecht, U.: Controlling für Führungskräfte, 2., überarbeitete und erweiterte Aufl. Wiesbaden 2012 Däumler, K.-D./Grabe, J.: Kostenrechnung 1 Grundlagen, 11., vollst. überarb. Aufl., Herne/Berlin 2013 Schildbach, T. et al.: Kosten- und Leistungsrechnung, 10. bearb. Aufl., Stuttgart 2009 Wöhe, G./Döring U.: Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, 28., überarbeitete und aktualisierte Aufl., Wiesbaden 2023
Terminierung im Stundenplan	„regulär“ und Stundenplan StarPlan
Leistungsnachweis bei kombinierter Prüfung	

Modul G8 411070 Einführung in die Statistik

Ansiedlung im Studium	Grundstudium
Dauer des Moduls	1 Semester
SWS	4.0
Prüfungsart	lehrveranstaltungsbegleitend durch Klausur
Prüfungsdauer	120
Leistungspunkte (ECTS)	5.0
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Erfolgreiche Absolvierung der Prüfungsleistung.
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Oliver Schwarz Prof. Dr. Danny Stadelmayer
Lehr-, Lern- und Prüfungsformen	
Lerninhalte	
Fachkompetenz: Wissen und Verstehen	Studierende erwerben Kompetenzen, die sie befähigen die statistischen Methoden anzuwenden und einzusetzen, die als Grundlage für eine betriebswirtschaftliche Ausbildung und berufliche Tätigkeit benötigt werden. Insbesondere wird die Befähigung vermittelt, die Erhebung, Aufbereitung und Auswertung einer statistischen Untersuchung zu planen und durchzuführen. Darüber hinaus dient das Modul der Vermittlung weiterführender Kenntnisse über die Begrifflichkeiten der elektronischen Datenverarbeitung und der Wirtschaftsinformatik. Die Studierenden kennen die Ziele, Einsatzmöglichkeiten und Komponenten betriebswirtschaftlicher System- und Anwendungssoftware sowie lokaler und weltweiter Netzwerke.
Fachkompetenz: Fertigkeit, Wissenserschließung	
Personale Kompetenz: Sozialkompetenz	
Personale Kompetenz: Selbständigkeit	
Kompetenzniveau gemäß DQR	
Voraussetzungen für die Teilnahme	
Besonderheiten / Verwendbarkeit	
Terminierung im Stundenplan	
Leistungsnachweis bei kombinierter Prüfung	

Veranstaltung G8.1 411071 Einführung in die Statistik

Lehrveranstaltungsverantwortliche(r)	
Semester	2
Häufigkeit des Angebots	Sommersemester
Art der Veranstaltung	Vorlesung mit integrierter Übung
Lehrsprache	Deutsch
Veranstaltungsname (englisch)	Statistics
Leistungspunkte (ECTS)	5.0
SWS	4.0
Workload - Kontaktstunden	60
Workload - Selbststudium	65
Detailbemerkung zum Workload	
Prüfungsart	Lehrveranstaltung ohne Prüfung, hier: Prüfung auf Modulebene
Prüfungsdauer	
Verpflichtung	Pflichtfach
Voraussetzungen für die Teilnahme	
Lehr-/Lernmethoden (Lehrformen)	Vorlesung mit integrierter Übung Selbststudium: Vor- und Nachbereitung der Vorlesung, Bearbeitung von Fragestellungen, begleitende Prüfungsvorbereitung
Fachkompetenz: Wissen und Verstehen	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.
Fachkompetenz: Fertigkeit und Wissenserschließung	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.
Personale Kompetenz: Sozialkompetenz	
Personale Kompetenz: Selbständigkeit	
Kompetenzniveau gemäß DQR	6
Inhalte	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 12. Statistisches Testen

Empfehlung für begleitende Veranstaltungen	
Sonstige Besonderheiten	
Literatur/Lernquellen	Fahrmeir, L./Künstler, R./Pigeot, I./Tutz, G.: Statistik: der Weg zur Datenanalyse, 9. Aufl., Berlin/Heidelberg [u.a.] 2024 Galata, R./Scheid, S.: Deskriptive und Induktive Statistik für Studierende der BWL, Leipzig 2012 Quatember, A.: Statistik ohne Angst vor Formeln: das Studienbuch für Wirtschafts- und Sozialwissenschaftler, 7. Aufl., München [u.a.] 2024 Schira, J.: Statistische Methoden der VWL und BWL: Theorie und Praxis, 6. Aufl., München [u.a.] 2021 Wewel, M.-C.: Statistik im Bachelor-Studium der BWL und VWL: Methoden, Anwendungen und Interpretation, 4. Aufl, München [u.a.] 2019
Terminierung im Stundenplan	„regulär“ und Stundenplan StarPlan
Leistungsnachweis bei kombinierter Prüfung	

Modul G9 411080 Managemententscheidungen in betrieblichen Leistungsprozessen I

Ansiedlung im Studium	Grundstudium
Dauer des Moduls	1 Semester
SWS	4.0
Prüfungsart	lehrveranstaltungsübergreifend durch Klausur
Prüfungsdauer	120
Leistungspunkte (ECTS)	5.0
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Erfolgreiche Absolvierung der Prüfungsleistung.
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Kai D. Kysela
Lehr-, Lern- und Prüfungsformen	
Lerninhalte	
Fachkompetenz: Wissen und Verstehen	
Fachkompetenz: Fertigkeit, Wissenserschließung	Die Studierenden erlernen die grundlegenden Begriffe, Aufgaben, Instrumente und Abläufe im Marketing und Vertrieb sowie der Personalwirtschaft. Die Studierenden können danach einfache Fragestellungen aus diesen Fachgebieten bearbeiten. Die Studierenden sind nach Absolvieren des Moduls in der Lage, vertriebs- und personalwirtschaftliche Fragestellungen thematisch einzuordnen und können selbständig Lösungen erarbeiten.
Personale Kompetenz: Sozialkompetenz	
Personale Kompetenz: Selbständigkeit	
Kompetenzniveau gemäß DQR	
Voraussetzungen für die Teilnahme	
Besonderheiten / Verwendbarkeit	
Terminierung im Stundenplan	
Leistungsnachweis bei kombinierter Prüfung	

Veranstaltung G9.1 411081 Absatzwirtschaft

Lehrveranstaltungsverantwortliche(r)	
Semester	2
Häufigkeit des Angebots	Sommersemester
Art der Veranstaltung	Vorlesung mit integrierter Übung
Lehrsprache	Deutsch
Veranstaltungsname (englisch)	Sales / Marketing
Leistungspunkte (ECTS)	3.0
SWS	2.0
Workload - Kontaktstunden	30
Workload - Selbststudium	45
Detailbemerkung zum Workload	
Prüfungsart	Lehrveranstaltung ohne Prüfung, hier: Prüfung auf Modulebene
Prüfungsdauer	
Verpflichtung	Pflichtfach
Voraussetzungen für die Teilnahme	
Lehr-/Lernmethoden (Lehrformen)	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, konzeptionelle Grundlagen und institutionelle Besonderheiten des Marketings einzuordnen und voneinander abzugrenzen. 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.
Fachkompetenz: Fertigkeit und Wissenserschließung	Die Studierenden können die einzelnen Marketing-Mix-Instrumente klassifizieren, deren Beziehungen zueinander herstellen und relevante Abhängigkeiten aufdecken. 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.
Personale Kompetenz: Sozialkompetenz	
Personale Kompetenz: Selbständigkeit	
Kompetenzniveau gemäß DQR	5
Inhalte	1. Begrifflich-konzeptionelle Grundlegung a. Absatzwirtschaft und Marketing: Begriff und Bedeutungswandel b. Der Begriff des Produktes und Varianten

	c. Abgrenzung des relevanten Marktes 2. Marketingmanagement und Marketingorganisation 3. Konsumentenverhalten: Grundlagen und Prozesse 4. Marktforschung und Produktentwicklung 5. Marketingziele und Marketingstrategien 6. Absatzpolitische Instrumentalbereiche (Marketing-Mix) 6.1. Produktpolitik 6.2. Preispolitik 6.3. Kommunikationspolitik 6.4. Distributionspolitik
Empfehlung für begleitende Veranstaltungen	
Sonstige Besonderheiten	
Literatur/Lernquellen	Meffert, H./Burmann, C./Kirchgeorg, M. (2024), Marketing – Grundlagen marktorientierter Unternehmensführung, 14. Aufl., Wiesbaden Bruhn, M. (2022), Marketing – Grundlagen für Studium und Praxis, 15. Aufl., Wiesbaden Homburg, C. (2020), Marketingmanagement: Strategie – Instrumente – Umsetzung – Unternehmensführung, 7. Aufl., Wiesbaden Kotler, P. et. al. (2022), Grundlagen des Marketing, 8. Aufl., München Kotler, P. et. al. (2023), Marketing-Management, Strategien für wertschaffendes Handeln, 16. Aufl., München
Terminierung im Stundenplan	„regulär“ und Stundenplan StarPlan
Leistungsnachweis bei kombinierter Prüfung	

Veranstaltung G9.2 411082 Personalwirtschaft

Lehrveranstaltungsverantwortliche(r)	
Semester	2
Häufigkeit des Angebots	Sommersemester
Art der Veranstaltung	Vorlesung mit integrierter Übung
Lehrsprache	Deutsch
Veranstaltungsname (englisch)	Human Resource Management
Leistungspunkte (ECTS)	2.0
SWS	2.0
Workload - Kontaktstunden	30
Workload - Selbststudium	20
Detailbemerkung zum Workload	
Prüfungsart	Lehrveranstaltung ohne Prüfung, hier: Prüfung auf Modulebene
Prüfungsdauer	
Verpflichtung	Pflichtfach
Voraussetzungen für die Teilnahme	
Lehr-/Lernmethoden (Lehrformen)	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 Grundlagen der Personalwirtschaft und die Rahmenbedingungen moderner Personalarbeit wiederzugeben. 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. Rechtliche Rahmenbedingungen im Bereich der Personalwirtschaft können von den Studierenden benannt und in der richtigen Weise eingeordnet werden.
Fachkompetenz: Fertigkeit und Wissenserschließung	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. Die Studierenden sind befähigt, unterschiedliche Entlohnungsmodelle zu analysieren und in der Praxis anzuwenden. Kennzahlen des Personalcontrollings können von den Studierenden analysiert und interpretiert werden.
Personale Kompetenz: Sozialkompetenz	
Personale Kompetenz: Selbständigkeit	
Kompetenzniveau gemäß DQR	5

Inhalte	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 9. Controlling im Personalbereich
Empfehlung für begleitende Veranstaltungen	
Sonstige Besonderheiten	
Literatur/Lernquellen	Berthel, J./Becker f. G. (2022): Personal-Management, Grundzüge für Konzeptionen betrieblicher Personalarbeit, 12. Aufl., Stuttgart Bröckermann, R. (2021) Personalwirtschaft. Lehr- und Übungsbuch für Human Resource Management, 8. Aufl., Stuttgart
Terminierung im Stundenplan	„regulär“ und Stundenplan StarPlan
Leistungsnachweis bei kombinierter Prüfung	

Modul G10 411090 Managemententscheidungen in betrieblichen Leistungsprozessen II

Ansiedlung im Studium	Grundstudium
Dauer des Moduls	1 Semester
SWS	4.0
Prüfungsart	lehrveranstaltungsübergreifend durch Klausur
Prüfungsdauer	120
Leistungspunkte (ECTS)	5.0
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Erfolgreiche Absolvierung der Prüfungsleistung.
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Kai D. Kysela
Lehr-, Lern- und Prüfungsformen	
Lerninhalte	
Fachkompetenz: Wissen und Verstehen	
Fachkompetenz: Fertigkeit, Wissenserschließung	Die Studierenden erlernen die grundlegenden Begriffe, Aufgaben, Instrumente und Abläufe im Beschaffungswesen und der Produktionswirtschaft. Die Studierenden können danach einfache Fragestellungen aus diesen Fachgebieten bearbeiten. Die Studierenden sind nach Absolvieren des Moduls in der Lage, beschaffungs- und produktionswirtschaftliche Fragestellungen thematisch einzuordnen und können selbständig Lösungen erarbeiten.
Personale Kompetenz: Sozialkompetenz	
Personale Kompetenz: Selbständigkeit	
Kompetenzniveau gemäß DQR	
Voraussetzungen für die Teilnahme	
Besonderheiten / Verwendbarkeit	Modul des einheitlichen Grundstudiums aller Studiengänge der Fakultät MV. In diesem Modul erfolgt eine gemeinsame Prüfung über die Inhalte der Submodule.
Terminierung im Stundenplan	
Leistungsnachweis bei kombinierter Prüfung	

Veranstaltung G10.1 411091 Beschaffungswirtschaft

Lehrveranstaltungsverantwortliche(r)	
Semester	2
Häufigkeit des Angebots	Sommersemester
Art der Veranstaltung	Vorlesung mit integrierter Übung
Lehrsprache	Deutsch
Veranstaltungsname (englisch)	Procurement
Leistungspunkte (ECTS)	2.0
SWS	2.0
Workload - Kontaktstunden	30
Workload - Selbststudium	20
Detailbemerkung zum Workload	
Prüfungsart	Lehrveranstaltung ohne Prüfung, hier: Prüfung auf Modulebene
Prüfungsdauer	
Verpflichtung	Pflichtfach
Voraussetzungen für die Teilnahme	
Lehr-/Lernmethoden (Lehrformen)	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 Ziele und Aufgaben der Beschaffung zu beschreiben und aufzusagen. Die Studierenden können die wesentlichen Beschaffungsstrategien erklären, gegenüberstellen und interpretieren (z.B.: Vor- und Nachteile). Daneben sind die Studierenden befähigt die wesentlichen Instrumente der Beschaffung wiederzugeben und zu beschreiben. Sie sind in der Lage den Ablauf des Beschaffungswesens anhand der bedeutenden Kernaspekte und Vorgehensweisen zu erklären und in Teilbereichen relevante Vergleiche anzustellen. Die Studierenden können Lagermanagement und Kommissionierung definieren, die verschiedenen Möglichkeiten im Bereich des Lagermanagements unterscheiden und vergleichen.
Fachkompetenz: Fertigkeit und Wissenserschließung	Die Studierenden sind in der Lage Beschaffungsstrategien zu analysieren und wesentliche beschaffungsrelevante Aussagen abzuleiten. Sie können grundlegende Beschaffungsinstrumente anwenden und auswerten. Die Studierenden sind befähigt Aufgaben und Ziele der Materialbestandsrechnung auszuführen und allgemeine Implikationen für die Materialbestell- und Materialbedarfsrechnung abzuleiten. Die Studierenden sind in der Lage die wesentlichen Methoden im Rahmen der Materialbestell- und Materialbedarfsrechnung anzuwenden und im Grundfall Ergebnisse zu berechnen. Den Ablauf im Materialeinkauf sind die Studierenden in der Lage im Grundsatz darzustellen und dabei

	Zusammenhänge aufzudecken. Die Studierenden können die wesentlichen Formen des Lagermanagements abbilden und im Bereich der Kommissionierung grundlegende Möglichkeiten der Ausgestaltung ausführen.
Personale Kompetenz: Sozialkompetenz	
Personale Kompetenz: Selbständigkeit	
Kompetenzniveau gemäß DQR	5
Inhalte	1. Grundlagen der Beschaffung • Ziele und Aufgaben der Beschaffung • Make-or-Buy als strategische Optionen • Beschaffungsstrategien 2. Grundlegende Instrumente der Beschaffung • Beschaffungsmarktforschung • Preisstrukturanalysen • Total Cost of Ownership • Incoterms • Analysen zur Kostenreduzierung (ABC-/XYZ-Analyse) • e-Procurement 3. Ablauf des Beschaffungswesens am Beispiel von Materialien • Materialbestandsrechnung ○ Materialbedarfsrechnung ○ Materialbestellrechnung ○ Materialeinkauf ○ Materialstandardisierung 4. Lagermanagement und Kommissionierung
Empfehlung für begleitende Veranstaltungen	
Sonstige Besonderheiten	
Literatur/Lernquellen	Bichler, K. et al.: Beschaffungs- und Lagerwirtschaft: Praxisorientierte Darstellung der Grundlagen, Technologien und Verfahren, 9. aktualisierte und überarbeitete Auflage, Wiesbaden 2010 Kluck, D.: Materialwirtschaft und Logistik, 3. überarbeitete Auflage, Stuttgart 2008 Schulte, C.: Logistik: Wege zur Optimierung der Supply Chain, 7. überarbeitete und erweiterte Auflage, München 2016 Wannenwetsch, H.: Integrierte Materialwirtschaft und Logistik, 6. aktualisierte Auflage, Heidelberg 2021
Terminierung im Stundenplan	„regulär“ und Stundenplan StarPlan
Leistungsnachweis bei kombinierter Prüfung	

Veranstaltung G10.2 411092 Produktionswirtschaft

Lehrveranstaltungsverantwortliche(r)	
Semester	2
Häufigkeit des Angebots	Sommersemester
Art der Veranstaltung	Vorlesung mit integrierter Übung
Lehrsprache	Deutsch
Veranstaltungsname (englisch)	Production
Leistungspunkte (ECTS)	3.0
SWS	2.0
Workload - Kontaktstunden	30
Workload - Selbststudium	45
Detailbemerkung zum Workload	
Prüfungsart	Lehrveranstaltung ohne Prüfung, hier: Prüfung auf Modulebene
Prüfungsdauer	
Verpflichtung	Pflichtfach
Voraussetzungen für die Teilnahme	
Lehr-/Lernmethoden (Lehrformen)	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 Systematik der Produktionsfaktoren zu erkennen und darzustellen. Des Weiteren sind sie befähigt Betriebsmittel, Werkstoffe und Fertigungsverfahren zu benennen und zu erklären sowie ggf. Einflussgrößen aufzuzählen. Weiterhin können die Studierenden Begriff und Arten bzw. Verfahren beschreiben. Sie sind in der Lage die Produktionsfunktionen (Typ A und Typ B) zu definieren und anzugeben.
Fachkompetenz: Fertigkeit und Wissenserschließung	Die Studierenden können die verschiedenen Produktionsfaktoren einordnen, deren Beziehungen darstellen und Zusammenhänge aufzudecken. Die Studierenden sind befähigt verschiedene Formen der Lagerhaltung einzuordnen und zu analysieren. Weiterhin können Sie die Bedeutung von verschiedenen Fertigungsverfahren ermitteln und Anwendungsmöglichkeiten ableiten. Die Studierenden sind in der Lage die Produktionsfunktionen abzubilden und implizite Annahmen zu erkennen.
Personale Kompetenz: Sozialkompetenz	
Personale Kompetenz: Selbständigkeit	
Kompetenzniveau gemäß DQR	

Inhalte	1. Systematik der Produktionsfaktoren 2. Menschliche Arbeit als Produktionsfaktor • Menschliche Arbeitsleistung • Einflussgrößen auf die menschliche Arbeitsleistung 3. Betriebsmittel • Begriff und Arten von Betriebsmitteln • Ergiebigkeitskomponenten von Betriebsmitteln • Instandhaltung von Betriebsmitteln 4. Werkstoffe • Werkstoffarten • Ergiebigkeitskomponenten von Werkstoffen • Werkstoffbeschaffung • Lagerhaltung 5. Fertigungsverfahren • Systematisierung der Fertigungsverfahren • Arbeitsvorbereitung 6. Grundlagen der Produktionstheorie • Produktionsfunktionen vom Typ A • Produktionsfunktionen vom Typ B • Kostentheorie
Empfehlung für begleitende Veranstaltungen	
Sonstige Besonderheiten	
Literatur/Lernquellen	Corsten, H./Gössinger, R.: Produktionswirtschaft: Einführung in das industrielle Produktionsmanagement, 14. vollständig überarbeitete Auflage, München/Wien 2016 Günther, H.-O./Tempelmeier, H.: Produktion und Logistik, 9. überarb. u. erw. Aufl. 2011 Wöhe, G./Döring U.: Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, 28. überarbeitete und erweiterte Aufl., Wiesbaden 2023
Terminierung im Stundenplan	„regulär“ und Stundenplan StarPlan
Leistungsnachweis bei kombinierter Prüfung	

Modul G11 411100 Business English II

Ansiedlung im Studium	Grundstudium
Dauer des Moduls	1 Semester
SWS	4.0
Prüfungsart	lehrveranstaltungsbegleitend durch Klausur
Prüfungsdauer	90
Leistungspunkte (ECTS)	5.0
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Erfolgreiche Absolvierung der Prüfungsleistung.
Modulverantwortliche(r)	Jason Humphreys
Lehr-, Lern- und Prüfungsformen	
Lerninhalte	
Fachkompetenz: Wissen und Verstehen	Das Modul befähigt die Studierenden, ihre schon vorhandenen Business-Englisch Kenntnisse effektiver und professioneller anzuwenden. Hauptthemen in diesem Modul sind u. a. der Aufbau und die Pflege von Geschäftskontakten, Banking, Beschreibung von Diagrammen und Produkten, Verhandlungen, Jobs und Karriere, sowie Vertrieb und Marketing. Darüber hinaus baut dieses Modul auf der Basisgrammatik auf. Diese Vorlesung entspricht in etwa dem Niveau B2 des Gemeinsamen Europäischen Referenzrahmens für Sprachen (GER).
Fachkompetenz: Fertigkeit, Wissenserschließung	
Personale Kompetenz: Sozialkompetenz	
Personale Kompetenz: Selbständigkeit	
Kompetenzniveau gemäß DQR	
Voraussetzungen für die Teilnahme	
Besonderheiten / Verwendbarkeit	
Terminierung im Stundenplan	
Leistungsnachweis bei kombinierter Prüfung	

Veranstaltung G11.1 411101 Business English II

Lehrveranstaltungsverantwortliche(r)	
Semester	2
Häufigkeit des Angebots	Sommersemester
Art der Veranstaltung	Vorlesung mit integrierter Übung
Lehrsprache	Englisch
Veranstaltungsname (englisch)	Business English II
Leistungspunkte (ECTS)	5.0
SWS	4.0
Workload - Kontaktstunden	60
Workload - Selbststudium	65
Detailbemerkung zum Workload	
Prüfungsart	Lehrveranstaltung ohne Prüfung, hier: Prüfung auf Modulebene
Prüfungsdauer	
Verpflichtung	Pflichtfach
Voraussetzungen für die Teilnahme	
Lehr-/Lernmethoden (Lehrformen)	Vorlesung mit integrierter Übung Selbststudium: Vor- und Nachbereitung der Vorlesung, Bearbeitung von Fragestellungen, begleitende Prüfungsvorbereitung
Fachkompetenz: Wissen und Verstehen	Mit dieser Veranstaltung vertiefen die Studierenden ihre Handlungsfähigkeit im internationalen Kontext: Sie erwerben ein fundiertes Fachwissen für tiefgehende praxisorientierte Ausführungen und Gespräche. Dabei stehen ausgewählte, vorwiegend funktionalorientierte Diskussionsrunden mit englischsprachigen unternehmensinternen und -externen stakeholdern Vordergrund. Diese anwendungsorientierten Themen werden in Rollenspielen erarbeitet.
Fachkompetenz: Fertigkeit und Wissenserschließung	
Personale Kompetenz: Sozialkompetenz	
Personale Kompetenz: Selbständigkeit	
Kompetenzniveau gemäß DQR	
Inhalte	Job applications understanding job ads talking about your skills and characteristics CVs and professional social networks application letter taking part in an online job interview Describing products & services looking at promotional texts and advertising language writing a product description Meetings

	talking about what makes an effective meeting online meetings vs. meetings in person meeting scenarios and role play The world of work start-ups and business plans SWOT analysis the future of work Summarising information Presentation training
Empfehlung für begleitende Veranstaltungen	
Sonstige Besonderheiten	
Literatur/Lernquellen	Brimage, D.; Kirstein, R.; Humphreys, A.; Humphreys, J.: Business Expert, Stuttgart 2022. Ashford, S.; Kirstein, R.; Humphreys, J.; Rogers, L.: Business Impact 1.1 B1 – B2: Business English Modules, Stuttgart 2024 Ashford, S.; Kirstein, R.; Humphreys, J.; Taylor, D.: Business Impact 1.2 B1 – B2: Business English Modules, Stuttgart 2025 Ashford, S.; Kirstein, R.; Humphreys, J.; Rogers, L.: Business Impact 2.1 B2 – C1: Business English Modules, Stuttgart 2024 Ashford, S.; Kirstein, R.; Humphreys, J.; Taylor, D.: Business Impact 2.2 B2 – C1: Business English Modules, Stuttgart 2025
Terminierung im Stundenplan	
Leistungsnachweis bei kombinierter Prüfung	

Modul G12 411110 Wissenschaftliches Arbeiten

Ansiedlung im Studium	Grundstudium
Dauer des Moduls	1 Semester
SWS	2.0
Prüfungsart	lehrveranstaltungsbegleitend durch Referat
Prüfungsdauer	
Leistungspunkte (ECTS)	5.0
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Erfolgreiche Absolvierung der Prüfungsleistung.
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Kai D. Kysela
Lehr-, Lern- und Prüfungsformen	
Lerninhalte	
Fachkompetenz: Wissen und Verstehen	Die Studierenden sind mit allen wichtigen Grundprinzipien des wissenschaftlichen Arbeitens vertraut. Sie erhalten einen grundlegenden, exemplarischen Einblick in wissenschaftliche Arbeitsweisen und sind dadurch zugleich in der Lage die Grenzen eines bestimmten methodischen Vorgehens zu erkennen. Sie sind mit den Arbeitsweisen vertraut, mit denen die wissenschaftlichen Disziplinen arbeiten und Erkenntnisse gewinnen (korrektes Zitieren, Quellenauswahl und -analyse, Verfahren der Datengewinnung und -auswertung, interpretieren etc.). Die Studierenden erwerben insbesondere die nachstehenden Kompetenzen: • methodisch-formal: wissenschaftsbezogene Medien- und Methodenkompetenzen sowie Arbeitstechniken, Differenzierungsvermögen etc. • sozial: Verantwortung, Kooperations- und Kommunikationsfähigkeit etc. • personal: Ausdrucksvermögen, Bekenntnis zur Rationalität, Dispositionen wie Arbeitsdisziplin, Lernbereitschaft, Selbstständigkeit, Ausdauer, Genauigkeit etc.
Fachkompetenz: Fertigkeit, Wissenserschließung	
Personale Kompetenz: Sozialkompetenz	
Personale Kompetenz: Selbständigkeit	
Kompetenzniveau gemäß DQR	
Voraussetzungen für die Teilnahme	
Besonderheiten / Verwendbarkeit	
Terminierung im Stundenplan	
Leistungsnachweis bei kombinierter Prüfung	

Veranstaltung G12.1 411111 Wissenschaftliches Arbeiten

Lehrveranstaltungsverantwortliche(r)	
Semester	2
Häufigkeit des Angebots	Sommersemester
Art der Veranstaltung	Seminar mit Übung
Lehrsprache	Deutsch
Veranstaltungsname (englisch)	Introductory Seminar
Leistungspunkte (ECTS)	5.0
SWS	2.0
Workload - Kontaktstunden	30
Workload - Selbststudium	95
Detailbemerkung zum Workload	
Prüfungsart	Lehrveranstaltung ohne Prüfung, hier: Prüfung auf Modulebene
Prüfungsdauer	
Verpflichtung	Pflichtfach
Voraussetzungen für die Teilnahme	
Lehr-/Lernmethoden (Lehrformen)	Seminar mit Übung Selbststudium: Ausarbeitung des Proseminarthemas in Schriftform; Erstellung einer mediengestützten Präsentation zum Thema
Fachkompetenz: Wissen und Verstehen	
Fachkompetenz: Fertigkeit und Wissenserschließung	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.
Personale Kompetenz: Sozialkompetenz	
Personale Kompetenz: Selbständigkeit	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
Inhalte	Wissenschaftliches Arbeiten - Grundprinzipien wissenschaftlichen Arbeitens - Wissenschaftlicher Arbeitsprozess - Überblick; Bedeutung der Eigenständigkeit - Planung - Vorarbeiten - Materialübersicht und Themenabgrenzung - Materialauswahl

	• Materialauswertung • Manuskript • Ergebnisgestaltung und Typoskript 3. Kriterien zur Beurteilung wissenschaftlicher Arbeiten 4. Präsentation Seminararbeit Übernahme einer betriebswirtschaftlichen Problemstellung zur eigenständigen Bearbeitung. Hierzu gehören im Einzelnen: • 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	Theisen, M. R. (2024), Wissenschaftliches Arbeiten: Erfolgreich bei Bachelor- und Masterarbeit, 19. Aufl., München Karmasin, M./Ribing, R. (2024), Die Gestaltung wissenschaftlicher Arbeiten: Ein Leitfaden für Seminararbeiten, Bachelor-, Master- und Magisterarbeiten sowie Dissertationen, 11. Aufl., Wien Kornmeier, M. (2024), Wissenschaftlich schreiben leicht gemacht. Für Bachelor, Master und Dissertation, 10. Aufl., Bern
Terminierung im Stundenplan	„regulär“ und Stundenplan StarPlan
Leistungsnachweis bei kombinierter Prüfung	

Hauptstudium

Die folgenden Module des Hauptstudiums sind der Studiensäule „General Sales Management“ zuzurechnen

Modul H1 411120 Vertriebsmanagement I

Ansiedlung im Studium	Hauptstudium
Dauer des Moduls	1 Semester
SWS	4,0
Prüfungsart	lehrveranstaltungsbegleitend durch Klausur
Prüfungsdauer	120
Leistungspunkte (ECTS)	5,0
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Erfolgreiche Absolvierung der Prüfungsleistung.
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Kai Kysela
Lehr-, Lern- und Prüfungsformen	
Lerninhalte	
Fachkompetenz: Wissen und Verstehen	Die Studierenden kennen die Entscheidungsalternativen bei der Gestaltung des Vertriebsbereiches von Unternehmen, des Vertriebsmanagements inkl. der damit verbundenen Aufgaben der vertriebsspezifischen Personalauswahl und Personalführung sowie die grundlegenden Alternativen der Gestaltung des Absatzwegesystems. Darüber hinaus sind ihnen Anforderungen an und Anwendungsfelder von Vertriebsinformationssystemen vertraut.
Fachkompetenz: Fertigkeit, Wissenserschließung	
Personale Kompetenz: Sozialkompetenz	
Personale Kompetenz: Selbständigkeit	
Kompetenzniveau gemäß DQR	
Voraussetzungen für die Teilnahme	
Besonderheiten / Verwendbarkeit	
Terminierung im Stundenplan	
Leistungsnachweis bei kombinierter Prüfung	

Veranstaltung H1.1 411121 Einführung in das Vertriebsmanagement

Lehrveranstaltungsverantwortliche(r)	
Semester	3
Häufigkeit des Angebots	Wintersemester
Art der Veranstaltung	Vorlesung mit integrierter Übung
Lehrsprache	Deutsch
Veranstaltungsname (englisch)	Introduction to Sales Management
Leistungspunkte (ECTS)	5.0
SWS	4.0
Workload - Kontaktstunden	60
Workload - Selbststudium	65
Detailbemerkung zum Workload	
Prüfungsart	Lehrveranstaltung ohne Prüfung, hier: Prüfung auf Modulebene
Prüfungsdauer	
Verpflichtung	Pflichtfach
Voraussetzungen für die Teilnahme	keine
Lehr-/Lernmethoden (Lehrformen)	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 Entscheidungsalternativen bei der Gestaltung des Vertriebsbereiches von Unternehmen zu benennen und die Vertriebsorganisation zu erklären. Sie sind befähigt die Vertriebsinformationssysteme und deren Anforderungen sowie Anwendungsfelder zu charakterisieren. Darüber hinaus können die Studierenden die damit verbundenen Aufgaben der vertriebspezifischen Personalauswahl und Personalführung abgrenzen.
Fachkompetenz: Fertigkeit und Wissenserschließung	Die Studierenden können Ihr Wissen über das Vertriebsmanagement umsetzen und die Zusammenhänge zwischen den Phasen des Vertriebsprozesses aufdecken. Die Studierenden sind befähigt ihr Wissen und Verständnis über die entscheidungsrelevanten Daten im Rahmen des Vertriebscontrollings für die Erstellung von Vertriebsstrategien anzuwenden. Ferner können sie die Bedeutung für das Personalmanagement ermitteln und verantwortungsbewusste Lösungsansätze ableiten.
Personale Kompetenz: Sozialkompetenz	---
Personale Kompetenz: Selbstständigkeit	---
Kompetenzniveau gemäß DQR	6
Inhalte	Gestaltung Vertriebsmanagement / Vertriebsmanagementsystem - Auswahl der Vertriebsorgane Vertriebswege - Direkter vs. indirekter, Tiefe und Breite, Multi-Channel-Vertrieb Verkaufsaktivitäten - Kundenkontakt als Ausgangspunkt der Verkaufsaktivitäten, Per-

	sönlicher Verkauf, Phasen des Vertriebsprozesses Vertriebsorganisation - Vertriebsabteilung, Außendienst, Planung Außendienstesatz, Vertriebspartner Informationssystem - Anforderungen an Vertriebsinformationssystem, Data Warehouse, Data Mining, OLAP Vertriebscontrolling Personalmanagement im Vertrieb - Festlegung Anforderungs- und Fähigkeitenprofils, Training, Kündigung, Fluktuation, Anreizsysteme
Empfehlung für begleitende Veranstaltungen	
Sonstige Besonderheiten	
Literatur/Lernquellen	Albers, S./Krafft, M.: Vertriebsmanagement: Organisation – Planung – Controlling – Support, Wiesbaden 2013 Bruhn, M.: Marketing, Wiesbaden 2022, 15. Auflage Homburg, C.: Marketingmanagement: Strategie – Instrumente – Umsetzung – Unternehmensführung, Wiesbaden 2020, 6. Auflage Kuhlmann, E.: Industrielles Vertriebsmanagement, München 2001 Meffert, H./Burmahn, C./Kirchgeorg, M.: Marketing – Grundlagen marktorientierter Unternehmensführung, Wiesbaden 2024, 14. Auflage Pepels, W.: Vertriebsmanagement in Theorie und Praxis, München 2007
Terminierung im Stundenplan	„regulär“ und Stundenplan StarPlan
Leistungsnachweis bei kombinierter Prüfung	

Modul H2 411130 Kundenmanagement

Ansiedlung im Studium	Hauptstudium
Dauer des Moduls	1 Semester
SWS	4.0
Prüfungsart	lehrveranstaltungsbegleitend durch Klausur
Prüfungsdauer	120
Leistungspunkte (ECTS)	5.0
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Erfolgreiche Absolvierung der Prüfungsleistung.
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Benjamin Österle
Lehr-, Lern- und Prüfungsformen	
Lerninhalte	
Fachkompetenz: Wissen und Verstehen	Die Studierenden kennen die Bedeutung der Aufrechterhaltung des Kundenlebenszyklus und die entsprechenden operativen Vertriebsherausforderungen. Sie sind in der Lage, diese aufgrund ihrer analytischen Kenntnisse und Wissen um die entsprechenden Managementtools zu meistern. Ferner wissen die Studierenden, wie Zielgruppen zu identifizieren, zu bewerten und vertriebstechnisch zu behandeln sind. Sie kennen die Bedeutung des Beschwerdemanagements und dessen Herausforderungen innerhalb des Unternehmens. Darüber hinaus sind sie in der Lage, ihre Kenntnisse praktisch in Kundenbetreuungskonzepten umzusetzen.
Fachkompetenz: Fertigkeit, Wissenserschließung	
Personale Kompetenz: Sozialkompetenz	
Personale Kompetenz: Selbständigkeit	
Kompetenzniveau gemäß DQR	
Voraussetzungen für die Teilnahme	
Besonderheiten / Verwendbarkeit	
Terminierung im Stundenplan	
Leistungsnachweis bei kombinierter Prüfung	

Veranstaltung H2.1 411131 Kundenmanagement

Lehrveranstaltungsverantwortliche(r)	
Semester	3
Häufigkeit des Angebots	Wintersemester
Art der Veranstaltung	Vorlesung mit integrierter Übung
Lehrsprache	Deutsch
Veranstaltungsname (englisch)	Customer Relationship Management
Leistungspunkte (ECTS)	5.0
SWS	4.0
Workload - Kontaktstunden	60
Workload - Selbststudium	65
Detailbemerkung zum Workload	
Prüfungsart	Lehrveranstaltung ohne Prüfung, hier: Prüfung auf Modulebene
Prüfungsdauer	
Verpflichtung	Pflichtfach
Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine
Lehr-/Lernmethoden (Lehrformen)	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 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.
Fachkompetenz: Fertigkeit und Wissenserschließung	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 Zielgruppenmarketing für Unternehmen ableiten und strategische Konzepte ableiten.
Personale Kompetenz: Sozialkompetenz	---
Personale Kompetenz: Selbständigkeit	---

Kompetenzniveau gemäß DQR	6
Inhalte	1. Begrifflich-konzeptionelle Grundlegung • Grundlagen des Kundenmanagements • Organisatorische, funktionale und verkaufsstrategische Aspekte des Kundenmanagements 2. Strategisches Kundenmanagements und Zielgruppenmarketing • Interne Zielgruppen • Externe Zielgruppen 3. Operatives Kundenmanagement • Sales Lead Management • Kundenbindung • Kundenbewertung • Kundenbereinigung • Kundenrückgewinnung • Customer-Relationship-Management-Systeme (CRM) • Beschwerdemanagement • Ausgewählte Konzepte zur Messung der Kundenzufriedenheit 4. Ausgewählte Kundenbetreuungskonzeptionen
Empfehlung für begleitende Veranstaltungen	
Sonstige Besonderheiten	
Literatur/Lernquellen	Bruhn, M.: Relationship Marketing – das Management von Kundenbeziehungen. München: Vahlen, aktuellste Auflage. Kotler, P. et al.: Marketing-Management – Konzepte, Instrumente, Unternehmensfallstudien, München: Pearson, aktuellste Auflage Meffert, H. et al.: Marketing – Grundlagen marktorientierter Unternehmensführung, Wiesbaden: Springer, aktuellste Auflage
Terminierung im Stundenplan	„regulär“ und Stundenplan StarPlan
Leistungsnachweis bei kombinierter Prüfung	

Modul H3 411140 Rechtliche Rahmenbedingungen des Vertriebs

Ansiedlung im Studium	Hauptstudium
Dauer des Moduls	1 Semester
SWS	4.0
Prüfungsart	lehrveranstaltungsbegleitend durch Klausur
Prüfungsdauer	120
Leistungspunkte (ECTS)	5.0
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Erfolgreiche Absolvierung der Prüfungsleistung.
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Christine Monsch
Fachkompetenz: Wissen und Verstehen	Die Studierenden sind mit den rechtlichen Grundlagen und Grenzen der Marktforschung, Werbung und Preisgestaltung vertraut: Sie können Vertriebssysteme aus rechtlicher Sicht gestalten und erkennen dabei auch mögliche Konfliktfälle. Insbesondere erwerben sie Kompetenzen über die rechtliche Gestaltung des Einsatzes von Handelsvertretern, Vertragshändlern, Kommissionären, des Franchise und des Direktvertriebes. Darüber hinaus vertieft das Modul die zivil- und handelsrechtlichen Kompetenzen um die wesentlichen rechtlichen Aspekte des Markenschutzes und der Werbung. Die Studierenden sind in der Lage werblichen Maßnahmen in wettbewerbsrechtlicher Hinsicht zu beurteilen. Ferner werden Kompetenzen über rechtliche Fragen der Marken im Vertrieb erworben. Den Studierenden erhalten zudem eine Einführung in die rechtliche Zulässigkeit von Datengenerierung.
Fachkompetenz: Fertigkeit, Wissenserschließung	
Personale Kompetenz: Sozialkompetenz	
Personale Kompetenz: Selbständigkeit	
Kompetenzniveau gemäß DQR	
Voraussetzungen für die Teilnahme	
Besonderheiten	
Terminierung im Stundenplan	
Leistungsnachweis bei kombinierter Prüfung	

Veranstaltung H3.1 411141 Marketing- und Vertriebsrecht

Lehrveranstaltungsverantwortliche(r)	
Semester	3
Häufigkeit des Angebots	Wintersemester
Art der Veranstaltung	Vorlesung mit integrierter Übung
Lehrsprache	Deutsch
Veranstaltungsname (englisch)	Marketing and Sales Law
Leistungspunkte (ECTS)	5.0
SWS	4.0
Workload - Kontaktstunden	60
Workload - Selbststudium	65
Detailbemerkung zum Workload	
Prüfungsart	Lehrveranstaltung ohne Prüfung, hier: Prüfung auf Modulebene
Prüfungsdauer	
Verpflichtung	Pflichtfach
Voraussetzungen für die Teilnahme	keine
Lehr-/Lernmethoden (Lehrformen)	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 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.
Fachkompetenz: Fertigkeit und Wissenserschließung	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.
Personale Kompetenz: Sozialkompetenz	---
Personale Kompetenz: Selbständigkeit	---
Kompetenzniveau gemäß DQR	6

Inhalte	Markenrechtliche Aspekte im Marketing • Entstehung der Marke • Schutz der Marke Kommunikationspolitik und Recht der Werbung • Rechtliche Grenzen der Werbung (Wettbewerbsrecht) • Rechtsschutzmöglichkeiten Rechtsfragen der Preise • Kartellrechtliche Grenzen der Preisgestaltung • Wettbewerbsrechtliche Grenzen der Preisangaben Rechtliche Grundlagen der Vertriebssysteme • Regelungsmöglichkeiten beim Einsatz von Absatzmittlern • Rechtliche Vorgaben beim Direktvertrieb • Branchenspezifische Besonderheiten Vertriebs- und Marketinginformationen • Datengenerierung und Datenschutz • Datenschutz im Vertrieb
Empfehlung für begleitende Veranstaltungen	
Sonstige Besonderheiten	
Literatur/Lernquellen	Birk, A./Löffler, J.: Marketing- und Vertriebsrecht, Lehr- und Praxishandbuch zum Gewerblichen Rechtsschutz, Kartell- und Vertriebsrecht, München 2020; 2. Auflage Kapp, T.: Kartellrecht in der Unternehmenspraxis – Was Unternehmer und Manager wissen müssen, Wiesbaden 2018, 3. Auflage; Führich, E.: Wirtschaftsprivatrecht: Bürgerliches Recht, Handelsrecht, Gesellschaftsrecht, München 2022, 14. Auflage Schotthöfer, P.: Rechtspraxis im Direktmarketing: Grundlagen – Fallstricke – Beispiele, Wiesbaden 2005; Martinek, M./Semler, F.-J./Habermeier, S./Flohr, E.: Handbuch Vertriebsrecht, München 2024, 5. Auflage. Bingener, S.: Markenrecht - ein Leitfaden für die Praxis, München 2022, 4. Auflage Eisenmann, H./Jautz, U.: Grundriss Gewerblicher Rechtsschutz und Urheberrecht, mit 55 Fällen und Lösungen, Heidelberg 2022, 11. Auflage; Heße, M.: Wettbewerbsrecht – schnell erfasst, Berlin, Heidelberg 2011, 2. Auflage;
Terminierung im Stundenplan	„regulär“ und Stundenplan StarPlan

Leistungsnachweis bei kombinierter Prüfung	
---	--

Modul H4 411150 Interkulturelle Kompetenz und Ethik

Ansiedlung im Studium	Hauptstudium
Dauer des Moduls	1 Semester
SWS	4.0
Prüfungsart	lehrveranstaltungsbegleitend durch Referat
Prüfungsdauer	
Leistungspunkte (ECTS)	5.0
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Erfolgreiche Absolvierung der Prüfungsleistung.
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Benjamin Österle
Fachkompetenz: Wissen und Verstehen	Es werden den Studierenden die grundlegenden Begriffe, Theorien und Konzepte der interkulturellen Kommunikation und Zusammenarbeit vermittelt. Sie lernen neben verschiedenen theoretischen Ansätzen speziell auch ihre eigenen kulturellen Wahrnehmungen und Ausprägungen zu reflektieren. Die Studierenden verstehen, in welcher Form die Kultur menschliches Verhalten beeinflusst, wie sich kulturelle Unterschiede auf zwischenmenschliche Beziehungen auswirken können und sind in der Lage, kulturelle Einflussfaktoren sicher zu erkennen und sich in konkreten Arbeitssituationen professionell auf diese einzustellen. Damit die interkulturellen Themen und Fragestellungen für die Studierenden greifbar werden, sollen die jeweiligen Qualifizierungsinhalte und Kompetenzen nicht als isoliertes kulturwissenschaftliches Wissen sondern so weit wie möglich im Hinblick auf die zentralen Themen des Unternehmensmanagements erarbeitet werden. Die Studierenden sollen in diesem Modul ethische Fragestellungen, die in der Praxis mit ökonomischem Handeln verbunden sein können, kennen lernen und vertiefen. Sie sollen dazu in der Lage sein, die ethische Basis ökonomischen Handelns zu hinterfragen und eigene in sich konsistente Positionen hierzu aufzubauen.
Fachkompetenz: Fertigkeit, Wissenserschließung	
Personale Kompetenz: Sozialkompetenz	
Personale Kompetenz: Selbständigkeit	
Kompetenzniveau gemäß DQR	
Voraussetzungen für die Teilnahme	
Besonderheiten	
Terminierung im Stundenplan	

Leistungsnachweis bei kombinierter Prüfung	
---	--

Veranstaltung H4.1 411151 Interkulturelle Kompetenz und Ethik

Lehrveranstaltungsverantwortliche(r)	
Semester	3
Häufigkeit des Angebots	Wintersemester
Art der Veranstaltung	Seminar mit Übung
Lehrsprache	Deutsch
Veranstaltungsname (englisch)	Intercultural Competence
Leistungspunkte (ECTS)	5.0
SWS	4.0
Workload - Kontaktstunden	60
Workload - Selbststudium	65
Detailbemerkung zum Workload	
Prüfungsart	Lehrveranstaltung ohne Prüfung, hier: Prüfung auf Modulebene
Prüfungsdauer	
Verpflichtung	Pflichtfach
Voraussetzungen für die Teilnahme	keine
Lehr-/Lernmethoden (Lehrformen)	Seminar mit Übung
Fachkompetenz: Wissen und Verstehen	---
Fachkompetenz: Fertigkeit und Wissenserschließung	Die Studierenden können Aussagen über interkulturelle Zusammenarbeit und Wirtschaftsethik auf Richtigkeit prüfen und Schlussfolgerungen ableiten. Sie sind in der Lage, kulturelle Einflussfaktoren und ethische Aspekte sicher zu erkennen und aufdecken zu können.
Personale Kompetenz: Sozialkompetenz	Die Studierenden können interkulturelle Handlungspraktiken und ethische Standpunkte erproben und auswerten sowie kritisch dazu Stellung nehmen. Die Studierenden können in der Gruppe über Fragestellungen zum Thema diskutieren und gemeinsam evaluieren und im Anschluss im Plenum vertreten.
Personale Kompetenz: Selbständigkeit	Die Studierenden sind auf Basis der ihnen bekannten verschiedenen theoretischen Ansätze dazu befähigt, ihre eigenen kulturellen und ethischen Wahrnehmungen und Ausprägungen kritisch zu reflektieren und können darauf Konsequenzen für die Gestaltung von Arbeitsprozessen im Team ziehen.
Kompetenzniveau gemäß DQR	6

Inhalte	In der heutigen Geschäftswelt sind die Themen interkulturelle Kompetenz und Ethik unumgänglich. Die Fähigkeit, nicht nur effektiv mit internationalen Partnern zu kommunizieren, sondern auch kulturelle Unterschiede und ethische Sichtweisen zu erkennen und zu respektieren, ist unerlässlich. Ob bei der Arbeit in internationalen Teams, mit ausländischen Zulieferern, auf neuen Märkten oder in einem multinationalen Unternehmen, eine erfolgreiche Zusammenarbeit mit Menschen aus unterschiedlichen Kulturkreisen ist ebenso erforderlich wie ethisches Verhalten, um zu einer nachhaltigen Entwicklung beizutragen. Das Ziel dieses Seminars ist es, wissenschaftliche Beispiele zu betrachten und zu verstehen, wie die Theorie in die Realität umgesetzt wird. Die Studierenden recherchieren und erstellen eine eigene Seminararbeit zu einem Thema der interkulturellen Kompetenz und Wirtschaftsethik, vorzugsweise in Zusammenarbeit mit einem Tandem/Partner aus einem anderen Kulturkreis. Ziel ist es, ihre Fähigkeit zur kritischen Reflexion über ein spezifisches interkulturelles und ethisches Thema zu verbessern, das für sie oder ihren zukünftigen Berufsweg relevant ist. Theoretische Grundlagen interkultureller Zusammenarbeit • Definitionen und Begriffe • Kulturmodelle im Vergleich • Kategorisierung von Kulturelementen Kulturbedingtheit des Wahrnehmens und Handelns • 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 • Spezielle Kulturraumstudien • Wissensvermittlung über einzelne Zielkulturen • Führung interkultureller Teams • Kooperationen auf internationalen Märkten Wirtschaftsethik • Grundbegriffe der Wirtschaftsethik • Wirtschaftsethik und Nachhaltigkeit • Verfahren und Maßstäbe ethischer Bewertung • Wirtschaftsethisches relevante Handlungsbereiche
Empfehlung für begleitende Veranstaltungen	
Sonstige Besonderheiten	

Literatur/Lernquellen	Bolten, J.: Einführung in die Interkulturelle Wirtschaftskommunikation, Göttingen 2018, 3. Auflage; Emrich, C.: Interkulturelles Marketing-Management: Erfolgsstrategien, Konzepte, Analysen, Stuttgart 2014, 3. Auflage; Erll, A./Gymnich, M.: Interkulturelle Kompetenzen: Erfolgreich kommunizieren zwischen den Kulturen, Stuttgart 2015; 5. Auflage; Müller, S./Gelbrich, K.: Interkulturelles Marketing, 2. Auflage, München 2015; Schugk, M.: Interkulturelle Kommunikation: Kulturbedingte Unterschiede in Verkauf und Werbung, Stuttgart 2014, 2. Auflage Trevino, L., Nelson, K.: Managing Business Ethics: Straight Talk about how to do it right, 8. Aufl., Hoboken 2021 María Dolores López-Jiménez, Jorge Sánchez-Torres (2022). Intercultural Competence Past, Present and Future, Springer, Singapore.
Terminierung im Stundenplan	„regulär“ und Stundenplan StarPlan
Leistungsnachweis bei kombinierter Prüfung	

Modul H5 411160 Business English III

Ansiedlung im Studium	Hauptstudium
Dauer des Moduls	1 Semester
SWS	4.0
Prüfungsart	lehrveranstaltungsbegleitend durch Referat
Prüfungsdauer	
Leistungspunkte (ECTS)	5.0
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Erfolgreiche Absolvierung der Prüfungsleistung.
Modulverantwortliche(r)	Jason Humphreys
Fachkompetenz: Wissen und Verstehen	In diesem Kurs entwickeln die Studierenden durch umfangreiche Recherchen und Analysen ein umfassendes Verständnis des von ihnen gewählten Wirtschaftsthemas. Sie erwerben Kenntnisse über relevante Theorien, Konzepte und aktuelle Trends in diesem Bereich und verbessern ihre Fähigkeit, Informationen kritisch zu bewerten und zu interpretieren.
Fachkompetenz: Fertigkeit, Wissenserschließung	In diesem Seminar werden die Studierenden ihre Recherche-, Analyse- und Schreibfähigkeiten verbessern, die für die Erstellung hochwertiger akademischer Arbeiten entscheidend sind. Sie werden auch Präsentationsfähigkeiten entwickeln und lernen, komplexe Ideen effektiv auf Englisch zu kommunizieren, um ihre Fähigkeit zu verbessern, mit verschiedenen Zielgruppen in einem professionellen Umfeld zu kommunizieren. Dieser Kurs entspricht ungefähr dem Niveau B2 - C1 des Gemeinsamen Europäischen Referenzrahmens für Sprachen (CEFR).
Personale Kompetenz: Sozialkompetenz	Im Rahmen der Präsentationsphase werden sich die Schüler an Diskussionen und Debatten über ein breites Spektrum von Themen beteiligen und so die Kommunikation, das Verständnis und das kulturelle Bewusstsein fördern. Darüber hinaus stärkt die Präsentationskomponente ihr Selbstvertrauen und ihre Selbstsicherheit beim Sprechen in der Öffentlichkeit - wesentliche Fähigkeiten für eine effektive Kommunikation in verschiedenen sozialen und beruflichen Kontexten.
Personale Kompetenz: Selbständigkeit	Die Studierenden sind für die Auswahl und Ausarbeitung ihres eigenen Seminarthemas verantwortlich, das auf dem Rahmen des Kurses basiert. Dieses wird dann in Zusammenarbeit mit der Unterstützung des Kurstutors entwickelt.
Kompetenzniveau gemäß DQR	
Voraussetzungen für die Teilnahme	
Besonderheiten	
Terminierung im Stundenplan	

Leistungsnachweis bei kombinierter Prüfung	
---	--

Veranstaltung H5.1 411161 Business English III

Lehrveranstaltungsverantwortliche(r)	
Semester	3
Häufigkeit des Angebots	Wintersemester
Art der Veranstaltung	Seminar mit Übung
Lehrsprache	Englisch
Veranstaltungsname (englisch)	Business English III
Leistungspunkte (ECTS)	5.0
SWS	4.0
Workload - Kontaktstunden	60
Workload - Selbststudium	65
Detailbemerkung zum Workload	
Prüfungsart	Lehrveranstaltung ohne Prüfung, hier: Prüfung auf Modulebene
Prüfungsdauer	
Verpflichtung	Pflichtfach
Voraussetzungen für die Teilnahme	keine
Lehr-/Lernmethoden (Lehrformen)	Seminar mit Übung
Fachkompetenz: Wissen und Verstehen	In diesem Kurs entwickeln die Studierenden durch umfangreiche Recherchen und Analysen ein umfassendes Verständnis des von ihnen gewählten Wirtschaftsthemas. Sie erwerben Kenntnisse über relevante Theorien, Konzepte und aktuelle Trends in diesem Bereich und verbessern ihre Fähigkeit, Informationen kritisch zu bewerten und zu interpretieren.
Fachkompetenz: Fertigkeit und Wissenserschließung	In diesem Seminar werden die Studierenden ihre Recherche-, Analyse- und Schreibfähigkeiten verbessern, die für die Erstellung hochwertiger akademischer Arbeiten entscheidend sind. Sie werden auch Präsentationsfähigkeiten entwickeln und lernen, komplexe Ideen effektiv auf Englisch zu kommunizieren, um ihre Fähigkeit zu verbessern, mit verschiedenen Zielgruppen in einem professionellen Umfeld zu kommunizieren. Dieser Kurs entspricht ungefähr dem Niveau B2 - C1 des Gemeinsamen Europäischen Referenzrahmens für Sprachen (CEFR).
Personale Kompetenz: Sozialkompetenz	Im Rahmen der Präsentationsphase werden sich die Schüler an Diskussionen und Debatten über ein breites Spektrum von Themen beteiligen und so die Kommunikation, das Verständnis und das kulturelle Bewusstsein fördern. Darüber hinaus stärkt die Präsentationskomponente ihr Selbstvertrauen und ihre Selbstsicherheit beim Sprechen in der Öffentlichkeit - wesentliche Fähigkeiten für eine effektive Kommunikation in verschiedenen sozialen und beruflichen Kontexten.

Personale Kompetenz: Selbständigkeit	Die Studierenden sind für die Auswahl und Ausarbeitung ihres eigenen Seminarthemas verantwortlich, das auf dem Rahmen des Kurses basiert. Dieses wird dann in Zusammenarbeit mit der Unterstützung des Kurstutors entwickelt.
Kompetenzniveau gemäß DQR	6
Inhalte	Themenbeispiele: The Impact of Remote Work on Employee Well-being and Productivity: A Post-Pandemic Analysis Diversity, Equity, and Inclusion in the Workplace: Strategies for Building an Inclusive Organizational Culture The Role of Artificial Intelligence in HR: Enhancing Recruitment, Employee Engagement, and Performance Management Mental Health in the Workplace: Strategies for Supporting Employee Well-being The Ethics of AI in Business: Bias, Accountability, and Transparency Influencer Marketing: Effectiveness, Risks, and Regulatory Concerns Sustainability in Sports: Green Initiatives and Their Impact on Branding Emotional Branding: How Brands Create and Harness Emotional Connections with Consumers The Role of Big Data Analytics in Financial Decision Making Cybersecurity in Finance: Threats and Countermeasures The Circular Economy and its Impact on Business Sustainability
Empfehlung für begleitende Veranstaltungen	
Sonstige Besonderheiten	
Literatur/Lernquellen	Brimage, D.; Kirstein, R.; Humphreys, A.; Humphreys, J.: Business Expert, Stuttgart 2022. Ashford, S.; Kirstein, R.; Humphreys, J.; Rogers, L.: Business Impact 1.1 B1 – B2: Business English Modules, Stuttgart 2024 Ashford, S.; Kirstein, R.; Humphreys, J.; Taylor, D.: Business Impact 1.2 B1 – B2: Business English Modules, Stuttgart 2025 Ashford, S.; Kirstein, R.; Humphreys, J.; Rogers, L.: Business Impact 2.1 B2 – C1: Business English Modules, Stuttgart 2024 Ashford, S.; Kirstein, R.; Humphreys, J.; Taylor, D.: Business Impact 2.2 B2 – C1: Business English Modules, Stuttgart 2025

Terminierung im Stundenplan	„regulär“ und Stundenplan StarPlan
Leistungsnachweis bei kombinierter Prüfung	

Modul H6 411200 Vertriebsmanagement II

Ansiedlung im Studium	Hauptstudium
Dauer des Moduls	1 Semester
SWS	4.0
Prüfungsart	lehrveranstaltungsübergreifend durch Klausur
Prüfungsdauer	120
Leistungspunkte (ECTS)	5.0
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Erfolgreiche Absolvierung der Prüfungsleistung.
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Christian Buske Prof. Dr. Maren Lay
Fachkompetenz: Wissen und Verstehen	Die Studierenden kennen die Bedeutung der Kauf- und Verkaufsprozesses. Sie sind in der Lage, die einzelnen Phasen zu benennen und zu erklären. Sie können die Rahmenbedingungen und den Ablauf eines Verkaufsgespräches darstellen und demonstrieren. Ferner wissen die Studierenden, wie die verschiedenen Kommunikationselemente zu unterscheiden sind. Zudem werden grundlegende Kenntnisse zur Verhaltens- und Verkaufspsychologie und damit zum menschlichen Verhalten bei wirtschaftlicher Interaktion vermittelt. Die Studierenden sind in der Lage die Modellannahmen aus Inhalten anderer Module kritisch zu hinterfragen und hinsichtlich Praxisanwendung einzuschätzen. Des Weiteren sind die Studierenden in der Lage psychologische Erkenntnisse auf wirtschaftliche Sachverhalte zu übertragen.
Fachkompetenz: Fertigkeit, Wissenserschließung	
Personale Kompetenz: Sozialkompetenz	
Personale Kompetenz: Selbständigkeit	
Kompetenzniveau gemäß DQR	
Voraussetzungen für die Teilnahme	
Besonderheiten	Es erfolgt eine gemeinsame Prüfung über die Inhalte der Submodule.
Terminierung im Stundenplan	
Leistungsnachweis bei kombinierter Prüfung	

Veranstaltung H6.1 411201 Verkaufsgesprächsführung

Lehrveranstaltungsverantwortliche(r)	
Semester	4
Häufigkeit des Angebots	Sommersemester
Art der Veranstaltung	Vorlesung mit integrierter Übung
Lehrsprache	Deutsch
Veranstaltungsname (englisch)	Sales negotiations
Leistungspunkte (ECTS)	3.0
SWS	2.0
Workload - Kontaktstunden	30
Workload - Selbststudium	45
Detailbemerkung zum Workload	
Prüfungsart	Lehrveranstaltung ohne Prüfung, hier: Prüfung auf Modulebene
Prüfungsdauer	
Verpflichtung	Pflichtfach
Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine
Lehr-/Lernmethoden (Lehrformen)	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 Kauf- und Verkaufsprozesse zu benennen und insbesondere den einzelnen Phasen zu erklären. Darüber hinaus können die Studierenden die Bestandteile eines Verkaufsgesprächs abgrenzen. Sie sind befähigt die verschiedenen Kommunikationselemente zu charakterisieren.
Fachkompetenz: Fertigkeit und Wissenserschließung	Die Studierenden sind befähigt ihr Wissen und Verständnis über die Prozesse des Kaufs und Verkaufs auf Verkaufsgespräche anzuwenden. Gleichzeitig sind sie aber auch in der Lage die Rahmenbedingungen zu überprüfen. Darüber hinaus können sie die Kommunikationselemente anwenden und beispielsweise Vorteilsargumentationen erstellen und entsprechend im Verkaufsgespräch umsetzen.
Personale Kompetenz: Sozialkompetenz	---
Personale Kompetenz: Selbständigkeit	---

Kompetenzniveau gemäß DQR	6
Inhalte	Einführung in die Verkaufsgesprächsführung • Grundlagen und Definitionen • Glaubenssätze/ Denksortierstile • Kommunikationsaxiome • Kommunikationsquadrat • Gesprächsförderndes und –störendes Verhalten Nonverbale Kommunikation und Stimme • Erster Eindruck • Nonverbale Kommunikation • Stimme und Modulation Verbale Kommunikation • Aktives Zuhören • Paraphrasieren • Fragetechniken • Kundenrisiko und –nutzen • Argumentationstechnik Ablauf und Technik im Verkaufsgespräch • Kontaktphase • Präsentationsphase • Abschlussphase • Nachkaufphase
Empfehlung für begleitende Veranstaltungen	
Sonstige Besonderheiten	

Literatur/Lernquellen	Bosner S und Winheller A; Gelingende Kommunikation, Band 3, 2019, 5. Auflage Bänsch Axel, Verkaufspsychologie und Verkaufstechnik, 9. Auflage, 2018 Herndl Karl; Auf dem Weg zum Profi im Verkauf, 5. Auflage 2015 Menthe T. und Sieg M., Kundennutzen: die Anwendung im Verkaufsgespräch, 2013
Terminierung im Stundenplan	„regulär“ und Stundenplan StarPlan
Leistungsnachweis bei kombinierter Prüfung	

Veranstaltung H6.2 411202 Verhaltens- und Verkaufspsychologie

Lehrveranstaltungsverantwortliche(r)	
Semester	4
Häufigkeit des Angebots	Sommersemester
Art der Veranstaltung	Vorlesung mit integrierter Übung
Lehrsprache	Deutsch
Veranstaltungsname (englisch)	Behavioural Economics
Leistungspunkte (ECTS)	2.0
SWS	2.0
Workload - Kontaktstunden	30
Workload - Selbststudium	20
Detailbemerkung zum Workload	
Prüfungsart	Lehrveranstaltung ohne Prüfung, hier: Prüfung auf Modulebene
Prüfungsdauer	
Verpflichtung	Pflichtfach
Voraussetzungen für die Teilnahme	keine
Lehr-/Lernmethoden (Lehrformen)	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 Grundlagen zur Verhaltens- und Verkaufspsychologie zu charakterisieren und die Unterschiede zur traditionellen Ökonomik zu erklären. Ferner können sie die Konzepte und Theorien aufführen und die zunehmende Bedeutung der Psychologie im betrieblichen Alltag erkennen.
Fachkompetenz: Fertigkeit und Wissenserschließung	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.
Personale Kompetenz: Sozialkompetenz	---
Personale Kompetenz: Selbständigkeit	---

Kompetenzniveau gemäß DQR	
Inhalte	• 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	Jeweils die aktuelle Auflage: Bänsch, A.: Verkaufspsychologie und Verkaufstechnik. Oldenbourg: München Felser, G.: Werbe- und Konsumentenpsychologie. Springer: Berlin Fischer, P., Jander, K., Krueger, J.: Sozialpsychologie für Bachelor. Springer: Berlin Husemann-Kopetzky, M.: Handbook on the psychology of Pricing. Pricing School Press Kahnemann, D.: Thinking, Fast and Slow. Penguin: München Pfister, H-R., Jungermann, H., Fischer, K.: Die Psychologie der Entscheidung. Springer: Berlin Spreer, P.: Psyconversation. Springer Gabler: Wiesbaden Werth, L.: Psychologie für die Wirtschaft. Grundlagen und Anwendungen. Spektrum Akademischer Verlag: Heidelberg Werth, L., Denzler, M., Mayer, J.: Sozialpsychologie. Das Individuum im sozialen Kontext. Wahrnehmen-Denken-Fühlen. Springer: Berlin Journal of Economic Psychology Journal of Business and Psychology
Terminierung im Stundenplan	„regulär“ und Stundenplan StarPlan
Leistungsnachweis bei kombinierter Prüfung	

Modul H7 411210 Marktforschung

Ansiedlung im Studium	Hauptstudium
Dauer des Moduls	1 Semester
SWS	4.0
Prüfungsart	lehrveranstaltungsbegleitend durch Referat
Prüfungsdauer	
Leistungspunkte (ECTS)	5.0
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Erfolgreiche Absolvierung der Prüfungsleistung.
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Benjamin Österle
Fachkompetenz: Wissen und Verstehen	Die Studierenden erlernen die wichtigsten Methoden der Marktforschung. Sie verstehen die Rolle der Marktforschung in der betrieblichen Praxis und werden mit den wichtigsten Methoden der Marktforschung vertraut gemacht. Ferner werden die Studierenden in die Lage versetzt die praktische Relevanz des Database Marketing und des Data Mining in konkreten Anwendungssituationen einzuschätzen, sowie Unterschiede, aber auch Gemeinsamkeiten zu den Themenfeldern Direktmarketing und Customer Relationship herauszuarbeiten. Den Studierenden können das erlernte Wissen auf betriebswirtschaftliche Fragestellungen anwenden.
Fachkompetenz: Fertigkeit, Wissenserschließung	
Personale Kompetenz: Sozialkompetenz	
Personale Kompetenz: Selbständigkeit	
Kompetenzniveau gemäß DQR	
Voraussetzungen für die Teilnahme	
Besonderheiten	Es erfolgt eine gemeinsame Prüfung über die Inhalte der Submodule.
Terminierung im Stundenplan	
Leistungsnachweis bei kombinierter Prüfung	

Veranstaltung H7.1 411211 Marktforschung

Lehrveranstaltungsverantwortliche(r)	
Semester	4
Häufigkeit des Angebots	Sommersemester
Art der Veranstaltung	Seminar mit Übung
Lehrsprache	Deutsch
Veranstaltungsname (englisch)	Market Research
Leistungspunkte (ECTS)	5.0
SWS	4.0
Workload - Kontaktstunden	60
Workload - Selbststudium	65
Detailbemerkung zum Workload	Keine Modulvorbereitung
Prüfungsart	
Prüfungsdauer	
Verpflichtung	Pflichtfach
Voraussetzungen für die Teilnahme	keine
Lehr-/Lernmethoden (Lehrformen)	Seminar mit integrierter Übung
Fachkompetenz: Wissen und Verstehen	Die Studierenden sind mit den wichtigsten Methoden der Marktforschung vertraut. Sie verstehen die Rolle der Marktforschung in der betrieblichen Praxis. Sie können u.a. den Marktforschungsprozess, qualitative und quantitative Erhebungs- und Analysemethoden darstellen, demonstrieren und durchführen. Zudem sind sie in der Lage die Methoden der Marktforschung zu charakterisieren und können dabei entstehende Herausforderungen erkennen. Zudem kennen die Studierenden Methoden zur Sammlung von und dem Umgang mit big data.
Fachkompetenz: Fertigkeit und Wissenserschließung	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 und zu nutzen, sowie geeignete Methoden auszuwählen und einzusetzen. Damit sind die Studierenden befähigt, für konkrete Marktforschungsprojekte Problemlösungen zu konzipieren und umzusetzen, und diese im Plenum zu vertreten.
Personale Kompetenz: Sozialkompetenz	---
Personale Kompetenz: Selbständigkeit	---

Kompetenzniveau gemäß DQR	6
Inhalte	1. Einführung in die Marktforschung und Marktforschungsprozess 2. Wissenschaftliche Methode 3. Daten und Big Data, Stichproben und Generalisierbarkeit 4. Daten erheben (qualitativ und quantitativ) 5. Daten analysieren (qualitativ und quantitativ) 6. Ergebnispräsentation
Empfehlung für begleitende Veranstaltungen	
Sonstige Besonderheiten	
Literatur/Lernquellen	Berekoven, K./Eckert, W./Ellenrieder, P.: Marktforschung Methodische Grundlagen und praktische Anwendung, 12. Auflage, Wiesbaden 2009 Grunwald, G./Hempelmann, B.: Angewandte Marktforschung eine praxisorientierte Einführung, München 2012 Kuß, A.: Marktforschung Datenerhebung und Datenanalyse, 8. Auflage, Wiesbaden 2024 Magerhans, A: Marktforschung: Eine praxisorientierte Einführung, Wiesbaden 2016 Sarstedt, Marko; Mooi, Erik (2019): A Concise Guide to Market Research. Berlin, Heidelberg: Springer Berlin Heidelberg. Field, A. (2017). Discovering statistics using IBM SPSS statistics (5th ed.). Thousand Oaks CA: SAGE Publications. Eisend, Martin; Kuss, Alfred (2019): Research Methodology in Marketing. Cham: Springer International Publishing. Flick, Uwe (2022): An introduction to qualitative research. 7th edition. Thousand Oaks CA: SAGE Publications. Homburg, C., Klarmann, M., & Vomberg, A. (Eds.). (2022). Handbook of Market Research (1st ed., Springer eBook Collection). Cham: Springer International Publishing; Imprint: Springer. Kumar, V.; Aaker, David A. (2019): Marketing Research. 13th edition. Hoboken, New Jersey: Wiley. Erickson, G. S. (2019). New methods of market research and analysis. Cheltenham, UK: Edward Elgar Publishing.
Terminierung im Stundenplan	„regulär“ und Stundenplan StarPlan
Leistungsnachweis bei kombinierter Prüfung	

Modul H8 411220 Business English IV

Ansiedlung im Studium	Hauptstudium
Dauer des Moduls	1 Semester
SWS	4.0
Prüfungsart	lehrveranstaltungsbegleitend durch Referat
Prüfungsdauer	
Leistungspunkte (ECTS)	5.0
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Erfolgreiche Absolvierung der Prüfungsleistung.
Modulverantwortliche(r)	Jason Humphreys
Fachkompetenz: Wissen und Verstehen	In diesem Kurs entwickeln die Studierenden durch umfangreiche Recherchen und Analysen ein umfassendes Verständnis des von ihnen gewählten Wirtschaftsthemas. Im Gegensatz zum Rechercheprojekt in Business English III verlangt dieser Kurs von den Studenten, eine bestimmte Idee oder Frage auf ein Unternehmen anzuwenden.
Fachkompetenz: Fertigkeit, Wissenserschließung	In diesem Seminar werden die Studierenden ihre Recherche-, Analyse- und Schreibfähigkeiten verbessern, die für die Erstellung hochwertiger akademischer Arbeiten entscheidend sind. Sie werden auch Präsentationsfähigkeiten entwickeln und lernen, komplexe Ideen effektiv auf Englisch zu kommunizieren, um so ihre Fähigkeit zu verbessern, mit verschiedenen Zielgruppen in einem professionellen Umfeld zu kommunizieren. Dieser Kurs entspricht ungefähr dem Niveau B2 - C1 des Gemeinsamen Europäischen Referenzrahmens für Sprachen (CEFR).
Personale Kompetenz: Sozialkompetenz	Im Rahmen der Präsentationsphase werden sich die Schüler an Diskussionen und Debatten über ein breites Spektrum von Themen beteiligen und so die Kommunikation, das Verständnis und das kulturelle Bewusstsein fördern. Darüber hinaus stärkt die Präsentationskomponente ihr Selbstvertrauen und ihre Selbstsicherheit beim Sprechen in der Öffentlichkeit - wesentliche Fähigkeiten für eine effektive Kommunikation in verschiedenen sozialen und beruflichen Kontexten.
Personale Kompetenz: Selbständigkeit	Die Studierenden sind für die Auswahl und Ausarbeitung ihres eigenen Seminarthemas verantwortlich, das auf dem Rahmen des Kurses basiert. Dieses wird dann in Zusammenarbeit mit der Unterstützung des Kurstutors entwickelt.
Kompetenzniveau gemäß DQR	
Voraussetzungen für die Teilnahme	
Besonderheiten	
Terminierung im Stundenplan	
Leistungsnachweis bei kombinierter Prüfung	

Veranstaltung H8.1 411221 Applied Business English

Lehrveranstaltungsverantwortliche(r)	
Semester	4
Häufigkeit des Angebots	Sommersemester
Art der Veranstaltung	Seminar mit Übung
Lehrsprache	Englisch
Veranstaltungsname (englisch)	Business English IV
Leistungspunkte (ECTS)	5.0
SWS	4.0
Workload - Kontaktstunden	60
Workload - Selbststudium	65
Detailbemerkung zum Workload	
Prüfungsart	Lehrveranstaltung ohne Prüfung, hier: Prüfung auf Modulebene
Prüfungsdauer	
Verpflichtung	Pflichtfach
Voraussetzungen für die Teilnahme	keine
Lehr-/Lernmethoden (Lehrformen)	Seminar mit Übung
Fachkompetenz: Wissen und Verstehen	In diesem Kurs entwickeln die Studierenden durch umfangreiche Recherchen und Analysen ein umfassendes Verständnis des von ihnen gewählten Wirtschaftsthemas. Im Gegensatz zum Rechercheprojekt in Business English III verlangt dieser Kurs von den Studenten, eine bestimmte Idee oder Frage auf ein Unternehmen anzuwenden.
Fachkompetenz: Fertigkeit und Wissenserschließung	In diesem Seminar werden die Studierenden ihre Recherche-, Analyse- und Schreibfähigkeiten verbessern, die für die Erstellung hochwertiger akademischer Arbeiten entscheidend sind. Sie werden auch Präsentationsfähigkeiten entwickeln und lernen, komplexe Ideen effektiv auf Englisch zu kommunizieren, um so ihre Fähigkeit zu verbessern, mit verschiedenen Zielgruppen in einem professionellen Umfeld zu kommunizieren. Dieser Kurs entspricht ungefähr dem Niveau B2 - C1 des Gemeinsamen Europäischen Referenzrahmens für Sprachen (CEFR).
Personale Kompetenz: Sozialkompetenz	Im Rahmen der Präsentationsphase werden sich die Schüler an Diskussionen und Debatten über ein breites Spektrum von Themen beteiligen und so die Kommunikation, das Verständnis und das kulturelle Bewusstsein fördern. Darüber hinaus stärkt die Präsentationskomponente ihr Selbstvertrauen und ihre Selbstsicherheit beim Sprechen in der Öffentlichkeit - wesentliche Fähigkeiten für eine effektive Kommunikation in verschiedenen sozialen und beruflichen Kontexten.

Personale Kompetenz: Selbständigkeit	Die Studierenden sind für die Auswahl und Ausarbeitung ihres eigenen Seminarthemas verantwortlich, das auf dem Rahmen des Kurses basiert. Dieses wird dann in Zusammenarbeit mit der Unterstützung des Kurstutors entwickelt.
Kompetenzniveau gemäß DQR	6
Inhalte	Themenbeispiele: How can your company maintain, promote and improve the sense of togetherness, teamwork, communication in the time of home office and remote working? How can your company attract, keep, and motivate new and existing employees in the current economic and social situation? What can your company do to operate in a more sustainable and environmentally friendly manner? What can your company do to become more involved with the local community and thereby become more attractive for potential customers and employees? How can your company find its place in the emerging health and wellness space as people refocus their attentions on physical and mental wellbeing? Which communication channels will become more relevant in reaching customers in the future (i.e. which social networks could play a role?) How should your company adapt its current communication strategy to these channels? How could your company adapt its current marketing approach to appeal to a specific new target market? Who would it be and why? What new programs, efforts, or services does your company need to offer to create or improve customer loyalty and set it apart from the competition? What can your company do to support and improve the mental health of its employees?
Empfehlung für begleitende Veranstaltungen	
Sonstige Besonderheiten	
Literatur/Lernquellen	Brimage, D.; Kirstein, R.; Humphreys, A.; Humphreys, J.: Business Expert, Stuttgart 2022. Ashford, S.; Kirstein, R.; Humphreys, J.; Rogers, L.: Business Impact 1.1 B1 – B2: Business English Modules, Stuttgart 2024 Ashford, S.; Kirstein, R.; Humphreys, J.; Taylor, D.: Business Impact 1.2 B1 – B2: Business English Modules, Stuttgart 2025 Ashford, S.; Kirstein, R.; Humphreys, J.; Rogers, L.: Business Impact 2.1 B2 – C1: Business English Modules, Stuttgart 2024 Ashford, S.; Kirstein, R.; Humphreys, J.; Taylor, D.: Business Impact 2.2 B2 – C1: Business English Modules, Stuttgart 2025
Terminierung im Stundenplan	
Leistungsnachweis bei kombinierter Prüfung	

Modul H9 411330 Vertriebsmanagement III

Ansiedlung im Studium	Hauptstudium
Dauer des Moduls	1 Semester
SWS	4.0
Prüfungsart	Prüfungen auf Submodulebene, Note auf Modulebene
Prüfungsdauer	
Leistungspunkte (ECTS)	6.0
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Erfolgreiche Absolvierung der Prüfungsleistung.
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Ricarda Schlimbach
Fachkompetenz: Wissen und Verstehen	Die Studierenden können allgemeine Konzepte des Projektmanagements beschreiben und die Ziele sowie einzelnen Phasen erarbeiten und gegenüberstellen. Die Studierende sind in der Lage Prozesse in CRM zu benennen und die Funktionsweise von ERP- und BI-Systemen zu erklären. Darüber hinaus können die Studierenden die Funktionsbereiche von operativen und analytischen Systemen voneinander abgrenzen und Aufgabenstellungen in den Systemen zu charakterisieren.
Fachkompetenz: Fertigkeit, Wissenserschließung	Die Studierenden sind qualifiziert, Entscheidungsvorlagen zu erstellen und sowohl Projektmanagementwerkzeuge als auch Vertriebsunterstützungssysteme gezielt auszuwählen und anzuwenden.
Personale Kompetenz: Sozialkompetenz	
Personale Kompetenz: Selbständigkeit	
Kompetenzniveau gemäß DQR	6
Voraussetzungen für die Teilnahme	
Besonderheiten	Es erfolgt eine gemeinsame Prüfung über die Inhalte der Submodule.
Terminierung im Stundenplan	„regulär“ und Stundenplan StarPlan
Leistungsnachweis bei kombinierter Prüfung	

Veranstaltung H9.1 411331 Projektmanagement

Lehrveranstaltungsverantwortliche(r)	Prof. Dr.-Ing. Ricarda Schlimbach
Semester	6
Häufigkeit des Angebots	Sommersemester
Art der Veranstaltung	Seminar mit integrierter Übung
Lehrsprache	Englisch
Veranstaltungsname (englisch)	Project Management
Leistungspunkte (ECTS)	3.0
SWS	2.0
Workload - Kontaktstunden	30
Workload - Selbststudium	45
Detailbemerkung zum Workload	
Prüfungsart	Lehrveranstaltungsübergreifend durch praktische Arbeit (PA)
Prüfungsdauer	Semesterbegleitende PA; Note auf Modulebene
Verpflichtung	Pflichtfach
Voraussetzungen für die Teilnahme	keine
Lehr-/Lernmethoden (Lehrformen)	Seminar mit integrierter Übung Selbststudium: Vor- und Nachbereitung der Vorlesung, Bearbeitung von Fragestellungen, begleitende Prüfungsvorbereitung
Fachkompetenz: Wissen und Verstehen	Die Studierenden sind in der Lage Projekte und allgemeine Konzepte des Projektmanagements zu beschreiben. Sie können Ziele definieren (z.B. SMART-Methode) und Projekte innerhalb der gegebenen Ressourcen (Sachziel, Zeit, Kosten) planen und umsetzen.
Fachkompetenz: Fertigkeit und Wissenserschließung	Die Studierenden sind qualifiziert, Entscheidungsvorlagen zu erstellen und Projektmanagementwerkzeuge gezielt auszuwählen, um ein praktisches Projekt zielführend zu managen.
Personale Kompetenz: Sozialkompetenz	Studierende interagieren in Teams und schlüpfen dabei in verschiedene Rollen, welche für die Umsetzung eines Projektes relevant sind. Sie erlernen, den Projektfortschritt effektiv zu kommunizieren und frühzeitig (kreative) Lösungen für aufkommende Herausforderungen zu finden.
Personale Kompetenz: Selbständigkeit	---
Kompetenzniveau gemäß DQR	6

Inhalte	1. Einführung in das Projektmanagement 2. Projektstart 3. Projektplanung 4. Projektdurchführung und Controlling 5. Projektabschluss 6. Projekte im Handels-/Industrieunternehmen oder bei Finanzdienstleistern 7. Fallstudien oder Praxisprojekt
Empfehlung für begleitende Veranstaltungen	
Sonstige Besonderheiten	
Literatur/Lernquellen	• Jakoby, W. (2021): Projektmanagement für Ingenieure – ein praxisnahes Lehrbuch für den systematischen Projekterfolg, 5. Auflage, Springer Verlag. • Peipe, S. (2022): Crashkurs Projektmanagement: Grundlagen für alle Projektphasen; 9. aktualisierte und erweiterte Auflage, ISBN 978-3-648-15951-4
Terminierung im Stundenplan	„regulär“ und Stundenplan StarPlan
Leistungsnachweis bei kombinierter Prüfung	

Veranstaltung H9.2 411332 Vertriebsunterstützungssysteme

Lehrveranstaltungsverantwortliche(r)	
Semester	6
Häufigkeit des Angebots	Sommersemester
Art der Veranstaltung	Vorlesung mit integrierter Übung
Lehrsprache	Deutsch
Veranstaltungsname (englisch)	Sales Support Systems
Leistungspunkte (ECTS)	3.0
SWS	2.0
Workload - Kontaktstunden	30
Workload - Selbststudium	45
Detailbemerkung zum Workload	
Prüfungsart	Für das Submodul Klausur (60 Minuten); Note auf Modulebene
Prüfungsdauer	
Verpflichtung	Pflichtfach
Voraussetzungen für die Teilnahme	keine
Lehr-/Lernmethoden (Lehrformen)	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 operative und analytische Prozesse in CRM zu benennen und die Funktionsweise von ERP- und BI-Systemen zu erklären. Darüber hinaus können die Studierenden die Funktionsbereiche von operativen und analytischen Systemen voneinander abgrenzen. Sie sind befähigt Aufgabenstellungen in operativen und analytischen Systemen zu charakterisieren.
Fachkompetenz: Fertigkeit und Wissenserschließung	Die Studierenden sind in der Lage entsprechende IT-Systeme anzuwenden und praktische Umsetzungsmöglichkeiten abzuleiten. Sie können analytische Aufgabenstellungen bearbeiten und Lösungsansätze entwickeln.
Personale Kompetenz: Sozialkompetenz	---
Personale Kompetenz: Selbständigkeit	---
Kompetenzniveau gemäß DQR	6

Inhalte	1. Prozesse CRM 1.1. Übersicht Prozesse 1.2. 1.2 Systemarchitektur 2. Operatives CRM 2.1. Kampagnenmanagement 2.2. Leadmanagement 2.3. Opportunitymanagement 2.4. Angebots- und Auftragsmanagement 2.4.1. Grundlage ERP-Systeme 2.4.2. Vertriebsprozess am Beispiel SAP ERP 2.5. Feedbackmanagement 2.6. Supportmanagement 3. Analytisches CRM 4. Business Intelligence 4.1. Grundlagen Business Intelligence 4.2. BI-Architekturbausteine 4.3. BI Trends
Empfehlung für begleitende Veranstaltungen	
Sonstige Besonderheiten	
Literatur/Lernquellen	Alpar, P. et al.: Anwendungsorientierte Wirtschaftsinformatik: Strategische Planung, Entwicklung und Nutzung von Informationssystemen, Wiesbaden 2019, 9. Auflage Becker, J./Vering, O./Winkelmann, A. (Hrsg.): Softwareauswahl und -einführung in Industrie und Handel. Vorgehen bei und Erfahrungen mit ERP- und Warenwirtschaftssystemen, Berlin, Heidelberg 2007, 1. Auflage Gluchowski, Peter/Gabriel, Roland/Dittmar, Carsten: Management Support Systeme und Business Intelligence, 2. Aufl., Berlin Heidelberg 2008 Gronau, N.: Enterprise resource planning: Architektur, Funktionen und Management von ERP-Systemen, München 2021, 4. Auflage Jungebluth, V.: Das ERP-Pflichtenheft: Enterprise Resource Planning, Heidelberg 2008, 4. Auflage; Helmke, S. et al. (Hrsg.): Effektives Customer Relationship Management: Instrumente – Einführungskonzepte – Organisation, 7. Aufl., Wiesbaden 2024 Hippner, H. et al. (Hrsg.): Grundlagen des CRM: Strategie, Geschäftsprozesse und IT-Unterstützung, 3. Aufl., Wiesbaden 2011 Kemper, Hans-Georg/Baars, Henning/Mehanna, Walid: Business Intelligence Grundlagen und praktische Anwendungen, 5. Aufl., Wiesbaden 2025 Mertens, P.: Integrierte Informationsverarbeitung 1: Operative Systeme in der Industrie, Wiesbaden 2013, 18. Auflage.

Terminierung im Stundenplan	„regulär“ und Stundenplan StarPlan
Leistungsnachweis bei kombinierter Prüfung	

Modul H10 411460 Unternehmensführung und Unternehmensbeurteilung

Ansiedlung im Studium	Hauptstudium
Dauer des Moduls	1 Semester
SWS	4.0
Prüfungsart	lehrveranstaltungsübergreifend durch Klausur
Prüfungsdauer	120
Leistungspunkte (ECTS)	5.0
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Erfolgreiche Absolvierung der Prüfungsleistung.
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Jens Koch Prof. Dr. Kai Kysela
Fachkompetenz: Wissen und Verstehen	Die Studierenden kennen die Leitgedanken und Konzepte der strategischen Unternehmensführung. Sie erkennen die praktische Relevanz der bislang erworbenen Wissensgebiete und Fähigkeiten für strategische Managemententscheidungen und können ihr Wissen auf fallspezifische Fragestellungen anwenden. Darüber hinaus erkennen sie die Notwendigkeit operativer Planungs- und Kontrollprozesse im Rahmen der Umsetzung einer Unternehmensstrategie. Sie können Planungs- und Kontrollinstrumente zielführend anwenden und die für die operative Implementierung notwendigen organisatorischen Strukturen und Prozesse modellieren. Die Studierenden sind in der Lage, Jahresabschlüsse aufzubereiten und mit Hilfe von geeigneten Kennzahlen zu analysieren und auf deren Grundlage die wirtschaftlichen Verhältnisse des berichtserstattenden Unternehmens abschätzen zu können. Gleichzeitig sind sie in der Lage die Aussagegrenzen von Jahresabschlussdaten zu erkennen.
Fachkompetenz: Fertigkeit, Wissenserschließung	
Personale Kompetenz: Sozialkompetenz	
Personale Kompetenz: Selbständigkeit	
Kompetenzniveau gemäß DQR	
Voraussetzungen für die Teilnahme	
Besonderheiten	Es erfolgt eine gemeinsame Prüfung über die Inhalte der Submodule.
Terminierung im Stundenplan	
Leistungsnachweis bei kombinierter Prüfung	

Veranstaltung H10.1 411461 Unternehmensführung

Lehrveranstaltungsverantwortliche(r)	
Semester	7
Häufigkeit des Angebots	Wintersemester
Art der Veranstaltung	Vorlesung mit integrierter Übung
Lehrsprache	Deutsch
Veranstaltungsname (englisch)	Strategic Corporate Management
Leistungspunkte (ECTS)	2.0
SWS	2.0
Workload - Kontaktstunden	30
Workload - Selbststudium	20
Detailbemerkung zum Workload	
Prüfungsart	Lehrveranstaltung ohne Prüfung, hier: Prüfung auf Modulebene
Prüfungsdauer	
Verpflichtung	Pflichtfach
Voraussetzungen für die Teilnahme	keine
Lehr-/Lernmethoden (Lehrformen)	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 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.
Fachkompetenz: Fertigkeit und Wissenserschließung	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.
Personale Kompetenz: Sozialkompetenz	---
Personale Kompetenz: Selbständigkeit	---
Kompetenzniveau gemäß DQR	6

Inhalte	Begrifflich-systematische Grundlegung – Unternehmen und Unternehmensführung – Ausgewählte Managementtheorien – Managemententscheidungen im Unternehmenslebenszyklus Das System der Unternehmensführung – Führungsebenen – Führungsprozess und Führungsfunktionen – Das integrierte Führungssystem Normatives Management – Grundlagen – Ausgewählte Aspekte der Normativen Managements Strategische Unternehmensführung – Grundlagen – Strategische Geschäftseinheiten und Portfolioanalyse – Wertorientierte Unternehmensführung – Marktorientierte Unternehmensführung – Ressourcenorientierte Unternehmensführung
Empfehlung für begleitende Veranstaltungen	
Sonstige Besonderheiten	
Literatur/Lernquellen	Baldegger, R.: Management in a Dynamic Environment : Concepts, Methods and Tools, Wiesbaden 2025, 2. Auflage Britzelmaier, B.: Kompakt-Training wertorientierte Unternehmensführung, Ludwigshafen (Rhein) 2013 Camphausen, B.: Strategisches Management: Planung, Entscheidung, Controlling, 3., überarb. und erw. Aufl., München 2013 Dillerup, R.; Stoi, R.: Unternehmensführung, 6. Aufl., München 2022 Hauer, G., Ultsch, M.: Unternehmensführung kompakt, München 2010 Macharzina, K., Wolf, J.: Unternehmensführung; 12. Auflage, Wiesbaden 2023 Grant, R.: Contemporary Strategy Analysis: Text and Cases, 8. Aufl., Wiley 2020
Terminierung im Stundenplan	„regulär“ und Stundenplan StarPlan
Leistungsnachweis bei kombinierter Prüfung	

Veranstaltung H10.2 411462 Unternehmensbeurteilungen anhand von Jahresabschlussanalysen

Lehrveranstaltungsverantwortliche(r)	Prof. Dr. Jens Koch
Semester	7
Häufigkeit des Angebots	Wintersemester
Art der Veranstaltung	Vorlesung mit integrierter Übung
Lehrsprache	Deutsch
Veranstaltungsname (englisch)	Financial Statement Analysis
Leistungspunkte (ECTS)	3.0
SWS	2.0
Workload - Kontaktstunden	30
Workload - Selbststudium	45
Detailbemerkung zum Workload	
Prüfungsart	Lehrveranstaltung ohne Prüfung, hier: Prüfung auf Modulebene
Prüfungsdauer	
Verpflichtung	Pflichtfach
Voraussetzungen für die Teilnahme	keine
Lehr-/Lernmethoden (Lehrformen)	Vorlesung mit integrierter Übung Selbststudium: Vor- und Nachbereitung der Vorlesung, Bearbeitung von Fragestellungen, begleitende Prüfungsvorbereitung
Fachkompetenz: Wissen und Verstehen	Die Studierenden können Aufgaben, Adressaten und grundlegende Arbeitsschritte einer Jahresabschlussanalyse benennen. Sie sind mit den wichtigsten Grundlagen dahingehend vertraut. Sie können die Jahresabschlussanalyse als klassische Kennzahlenrechnung charakterisieren und wichtige Kennzahlen aus allen Bereichen der Analyse definieren und berechnen. Sie erkennen die Zusammenhänge sowie die Verarbeitung der Kennzahlen und können diese zielführend in den Kontext setzen. Darüber hinaus können die Studierenden neuere Ansätze der Analyse sowie ergänzende bzw. angrenzende Beurteilungsmethoden auch aus anderen Blickwinkeln beschreiben und interpretieren.
Fachkompetenz: Fertigkeit und Wissenserschließung	Die Studierenden sind in der Lage, Jahresabschlussdaten für eine nähere Kennzahlenanalyse aufzubereiten. Sie können die Finanz-, Vermögens- und Ertragslage eines Unternehmens zielführend analysieren und dabei auch die Aussagegrenzen der jeweiligen Analysen erkennen. Die Studierenden sind darüber hinaus befähigt, eine ganzheitliche und weiterführende Unternehmensbeurteilung anzufertigen, diese zu analysieren und darauf aufbauend Empfehlungen abzuleiten.

Personale Kompetenz: Sozialkompetenz	---
Personale Kompetenz: Selbständigkeit	---
Kompetenzniveau gemäß DQR	6
Inhalte	1. Einführung und Praxisfall 2. Grundlagen a. Zentrale Begrifflichkeiten und Ebenen der Analyse b. (Struktur-)Bilanz, GuV, Kapitalflussrechnung c. Nationale vs. Internationale Rechnungslegung d. Konzern und Konsolidierung 3. Traditionelle Jahresabschlussanalyse als Kennzahlenrechnung a. Finanzwirtschaftliche Jahresabschlussanalyse b. Analyse des Erfolgs 4. Ratingsysteme als Orientierung: Aufbau und Modellierung (wichtige statistische Verfahren) 5. Strategische Ansatzpunkte zur Verbesserung des Analyseergebnisses sowie gesetzeskonforme Beeinflussbarkeit 6. Einführung in die Unternehmensbewertung: Möglichkeiten und Grenzen
Empfehlung für begleitende Veranstaltungen	
Sonstige Besonderheiten	
Literatur/Lernquellen	Backhaus, K.; Erichson, B.; Plinke, W.; Weiber, R.: Multivariate Analysemethoden: Eine anwendungs-orientierte Einführung, 18. Auflage (2025). Braun, D.; Allgeier, B.; Cremers, H.: Ratingverfahren: Diskriminanzanalyse versus Logistische Regression, Frankfurt School - Working Paper Series, No. 179 (2011). Buchholz, R.: Grundzüge des Jahresabschlusses nach HGB und IFRS: mit Aufgaben und Lösungen, 11. Auflage (2024). Coenenberg, Adolf G.; Haller, Axel; Schultze, Wolfgang: Jahresabschluss und Jahresabschlussanalyse, 27. Auflage (2024). Dreher, M.; Ernst, D.: Mergers & Acquisitions: Understanding M&A Processes for Large- and Medium-Sized Companies, 1. Auflage (2023). Ernst, D.; Schneider, S.; Thielen, B.: Unternehmensbewertungen erstellen und verstehen, 6. Auflage (2017). Freidank, C.-C.: Unternehmensbewertung und Due Diligence: Grundlagen - Methoden - Anwendungen (2022). Heesen, B.: Basiswissen Bilanzanalyse - Schneller Einstieg in

	Jahresabschluss, Bilanz und GuV, 4. Auflage (2020). Henselmann, K; Kniest, W.: Unternehmensbewertung: Praxisfälle mit Lösungen, 5. Auflage (2015). Schmidlin, N.: Unternehmensbewertung & Kennzahlenanalyse : Praxisnahe Einführung mit zahlreichen Fallbeispielen börsennotierter Unternehmen, 3. Auflage (2020).
Terminierung im Stundenplan	„regulär“ und Stundenplan StarPlan
Leistungsnachweis bei kombinierter Prüfung	

Modul H11 411470 International Future Management

Ansiedlung im Studium	Hauptstudium
Dauer des Moduls	1 Semester
SWS	4
Prüfungsart	Lehrveranstaltungsübergreifend durch Klausur
Prüfungsdauer	120
Leistungspunkte (ECTS)	5
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Erfolgreiche Absolvierung der Prüfungsleistung.
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Kai D. Kysela, Prof. Dr. Ricarda Schlimbach
Lehr-, Lern- und Prüfungsformen	
Lerninhalte	
Fachkompetenz: Wissen und Verstehen	Die Studierenden können das Phänomen der internationalen wirtschaftlichen Verflechtungen, deren Entstehung und Auswirkungen auf Wirtschaft und Gesellschaft einordnen und sind in der Lage, diese auch künftig weiterschreitende Entwicklung zu beschreiben und einzuordnen. Die Studierenden können den Begriff „Future Skills“ einordnen und sind in der Lage, den Wandel von einer wissensorientierten Gesellschaft hin zur Kompetenzorientierung zu beschreiben.
Fachkompetenz: Fertigkeit, Wissenserschließung	Die Studierenden sind in der Lage, diese auch künftig weiterschreitende Entwicklung zu managen.
Personale Kompetenz: Sozialkompetenz	
Personale Kompetenz: Selbständigkeit	
Kompetenzniveau gemäß DQR	6
Voraussetzungen für die Teilnahme	
Besonderheiten / Verwendbarkeit	In diesem Modul erfolgt eine gemeinsame Prüfung über die Inhalte der Submodule.
Terminierung im Stundenplan	„regulär“ und Stundenplan StarPlan
Leistungsnachweis bei kombinierter Prüfung	

Veranstaltung H11.1 411471 Internationale Wirtschaftsverflechtungen

Lehrveranstaltungsverantwortliche(r)	Prof. Dr. Kai D. Kysela
Semester	7
Häufigkeit des Angebots	Wintersemester
Art der Veranstaltung	Vorlesung mit integrierter Übung
Lehrsprache	Deutsch
Veranstaltungsname (englisch)	
Leistungspunkte (ECTS)	2
SWS	2.0
Workload - Kontaktstunden	30
Workload - Selbststudium	20
Detailbemerkung zum Workload	
Prüfungsart	Lehrveranstaltung ohne Prüfung, hier: Prüfung auf Modulebene
Prüfungsdauer	
Verpflichtung	Pflichtfach
Voraussetzungen für die Teilnahme	
Lehr-/Lernmethoden (Lehrformen)	Interaktive Vorlesung mit integrierter Übung Selbststudium: Vor- und Nachbereitung der Vorlesung, Bearbeitung von Fragestellungen, begleitende Prüfungsvorbereitung
Fachkompetenz: Wissen und Verstehen	Die Studierenden können das Phänomen der internationalen wirtschaftlichen Verflechtungen, deren Entstehung und Auswirkungen auf Wirtschaft und Gesellschaft einordnen und sind in der Lage, diese auch künftig weiterschreitende Entwicklung zu beschreiben und einzuordnen.
Fachkompetenz: Fertigkeit und Wissenserschließung	Die Studierenden sind in der Lage, diese auch künftig weiter-schreitende Entwicklung zu managen.
Personale Kompetenz: Sozialkompetenz	Die Studierenden sind in der Lage, die Auswirkungen dieser Entwicklung auf andere Wirtschaftssysteme und Gesellschaften abzuschätzen und in ihren wirtschaftlichen Entscheidungen zu berücksichtigen.
Personale Kompetenz: Selbständigkeit	Die Studierenden sind in der Lage, durch Selbstreflektion und Analyse des Umweltgeschehens eigenständige Entscheidungen zu treffen und selbständig in der von ihnen verstandene und akzeptierte globalisierten Wirtschaft zu bestehen.
Kompetenzniveau gemäß DQR	6
Inhalte	▪ Einführung und historische Entwicklung ▪ Theoretische Grundlagen der internationalen Wirtschaft ▪ Institutionen und Regelwerke ▪ Globalisierung der Produktion ▪ Internationale Finanzmärkte ▪ Handelspolitik und Protektionismus ▪ Entwicklungsländer und globale Wirtschaft ▪ Arbeitsmärkte und Migration ▪ Umwelt und Wirtschaft ▪ Digitale Wirtschaft und Technologietransfer

	▪ Wirtschaftspolitik und nationale Interessen ▪ Kultur und internationale Wirtschaft ▪ Globale Ungleichheit ▪ Zukunft der globalen Wirtschaft
Empfehlung für begleitende Veranstaltungen	▪ Friedman, Thomas L.: Die Welt ist flach - Eine kurze Geschichte des 21. Jahrhundert (2008) ▪ Osterhammel, Jürgen : Die Verwandlung der Welt - Eine Geschichte des 19. Jahrhunderts, 6. Auflage, (2020) ▪ Sassen, Saskia. Globalization and Its Discontents: Essays on the New Mobility of People and Money (1998) ▪ Krugman, Paul R., Obstfeld, Maurice, Melitz, Marc J.: Internationale Wirtschaft - Theorie und Politik der Außenwirtschaft, 11., aktual. Aufl. (2019)
Sonstige Besonderheiten	
Literatur/Lernquellen	
Terminierung im Stundenplan	„regulär“ und Stundenplan StarPlan
Leistungsnachweis bei kombinierter Prüfung	

Veranstaltung H11.2 411472 Future Skills

Lehrveranstaltungsverantwortliche(r)	Prof. Dr.-Ing. Ricarda Schlimbach
Semester	7
Häufigkeit des Angebots	Wintersemester
Art der Veranstaltung	Vorlesung mit integrierter Übung
Lehrsprache	Englisch
Veranstaltungsname (englisch)	Future Skills
Leistungspunkte (ECTS)	3
SWS	2.0
Workload - Kontaktstunden	30
Workload - Selbststudium	45
Detailbemerkung zum Workload	
Prüfungsart	Lehrveranstaltung ohne Prüfung, hier: Prüfung auf Modulebene
Prüfungsdauer	
Verpflichtung	Pflichtfach
Voraussetzungen für die Teilnahme	
Lehr-/Lernmethoden (Lehrformen)	Interaktive Vorlesung mit integrierter Übung Selbststudium: Vor- und Nachbereitung der Vorlesung, Bearbeitung von Fragestellungen, begleitende Prüfungsvorbereitung
Fachkompetenz: Wissen und Verstehen	Die Studierenden können den Begriff „Future Skills“ einordnen und sind in der Lage, den Wandel von einer wissensorientierten Gesellschaft hin zur Kompetenzorientierung zu beschreiben.
Fachkompetenz: Fertigkeit und Wissenserschließung	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.
Personale Kompetenz: Sozialkompetenz	Die Teilnehmer verbessern ihre Fähigkeit, effektiv mit Teammitgliedern zu kommunizieren, Vertrauen aufzubauen und ein positives Arbeitsumfeld zu fördern.
Personale Kompetenz: Selbständigkeit	Durch Selbstreflexion und Erfahrungslernaktivitäten werden die Teilnehmer Widerstandsfähigkeit, Anpassungsfähigkeit und eine

	Wachstumsmentalität in praktischen Übungen trainieren. Sie wählen erlernte Konzepte (insbesondere 5C) selbstständig aus, um diese zielgerichtet in herausfordernden Situationen zu nutzen.
Kompetenzniveau gemäß DQR	6
Inhalte	1. Einführung in Future Skills • Definition von Future Skills und deren Bedeutung in der modernen Arbeitswelt • Historischer Kontext und Entwicklung von Future Skills 2. Kritisches Denken und Problemlösung • Konzepte und Merkmale von kritischem Denken • Probleme identifizieren und strukturiert angehen • Entscheidungsfindung und Bewertung von Optionen 3. Kommunikation und Zusammenarbeit • Effektive Kommunikationsfähigkeiten für verschiedene Kontexte (z. B. schriftlich, mündlich, digital) • Teamarbeit und Kollaborationstechniken • Konfliktmanagement und Verhandlungsfähigkeiten 4. Kreativität und Innovation • Förderung einer kreativen Denkweise • Anwendung von Design Thinking und agilen Methoden 5. Persönlichkeitsentwicklung und Charakterstärke • Selbstmanagement und Zeitmanagement • Resilienz und Stressbewältigung • Kontinuierliches Lernen und berufliche Weiterentwicklung 6. Praktische Anwendung von Future Skills
Empfehlung für begleitende Veranstaltungen	
Sonstige Besonderheiten	
Literatur/Lernquellen	• "The 21st Century Skills Movement: A Critical Analysis" von Trilling, B., & Fadel, C. (2009) • "Critical Thinking: An Introduction to Analytical Reading and Reasoning" von Larry Wright (2016)
Terminierung im Stundenplan	„regulär“ und Stundenplan StarPlan
Leistungsnachweis bei kombinierter Prüfung	

Die folgenden Wahlpflichtmodule des Hauptstudiums sind dem Bereich „Special Sales Management (WPF)“ zuzurechnen.

Es sind Wahlpflichtmodule zu belegen, die den Studiensäulen „Finance“, „Handel“ oder „Industrie“ zugerechnet werden können.

Die jeweilige branchenspezifische Studiensäule ist erkennbar anhand der arabischen Zahl, welche der römischen Bezeichnung des Wahlpflichtmoduls folgt: Veranstaltungen der Studiensäule „Finance“ beginnen mit einer „1“, „Handel“ mit „2“ und Industrie mit „3“.

Modul WPF I 1 411170 Einführung in die Finanzmärkte

Ansiedlung im Studium	Hauptstudium
Dauer des Moduls	1 Semester
SWS	4.0
Prüfungsart	lehrveranstaltungsbegleitend durch Klausur
Prüfungsdauer	120
Leistungspunkte (ECTS)	5.0
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Erfolgreiche Absolvierung der Prüfungsleistung.
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Jens Koch
Fachkompetenz: Wissen und Verstehen	Die Studierenden können Finanzmärkte im Allgemeinen charakterisieren. Sie sind in der Lage, zentrale Aspekte darin einzuordnen. Darüber hinaus können sie theoretisch erlernte Konzepte angeben und auf erste Problemstellungen übertragen.
Fachkompetenz: Fertigkeit, Wissenserschließung	
Personale Kompetenz: Sozialkompetenz	
Personale Kompetenz: Selbständigkeit	
Kompetenzniveau gemäß DQR	
Voraussetzungen für die Teilnahme	
Besonderheiten	
Terminierung im Stundenplan	
Leistungsnachweis bei kombinierter Prüfung	

Veranstaltung WPF I 1.1 411171 Einführung in die Finanzmärkte

Lehrveranstaltungsverantwortliche(r)	Prof. Dr. Jens Koch
Semester	3
Häufigkeit des Angebots	Wintersemester
Art der Veranstaltung	Vorlesung mit integrierter Übung
Lehrsprache	Deutsch
Veranstaltungsname (englisch)	Introduction to Financial Markets
Leistungspunkte (ECTS)	5.0
SWS	4.0
Workload - Kontaktstunden	60
Workload - Selbststudium	65
Detailbemerkung zum Workload	
Prüfungsart	
Prüfungsdauer	120 Minuten
Verpflichtung	Pflichtfach
Voraussetzungen für die Teilnahme	keine
Lehr-/Lernmethoden (Lehrformen)	Vorlesung mit integrierter Übung Selbststudium: Vor- und Nachbereitung der Vorlesung, Bearbeitung von Fragestellungen, begleitende Prüfungsvorbereitung
Fachkompetenz: Wissen und Verstehen	Die Studierenden können Finanzmärkte, die handelnden Akteure sowie gängige Finanzprodukte charakterisieren. Sie sind in der Lage, diese einzuordnen sowie wesentliche Zusammenhänge zu erkennen und zu demonstrieren. Darüber hinaus können sie die Zielsetzungen der jeweiligen Akteure angeben und Finanzprodukte voneinander abgrenzen. Zudem sind sie befähigt, die entsprechenden spezifischen rechtlichen Rahmenbedingungen zu beschreiben.
Fachkompetenz: Fertigkeit und Wissenserschließung	Die Studierenden sind in der Lage, ihr Wissen und Verständnis über Finanzmärkte im Ganzen im Rahmen von praktischen Fragestellungen anzuwenden. Ferner können sie konzeptionell bei diversen Fragestellungen rund um Finanzmärkte mitarbeiten.
Personale Kompetenz: Sozialkompetenz	---
Personale Kompetenz: Selbständigkeit	---
Kompetenzniveau gemäß DQR	6

Inhalte	1. Einführung 2. Eigenschaften, Einordnung, Funktionsweise und Bedeutung von Finanzmärkten 3. Wichtige Akteure und deren Einfluss bzw. Verknüpfungen a. Europäische Zentralbank b. Kreditinstitute c. Versicherungsunternehmen d. FinTechs e. Private Equity-, Hedge- und VC-Fonds f. Ratingagenturen 4. Einführung in Finanzprodukte und derivative Finanzinstrumente a. Anleihen b. Aktien c. Fonds/ETFs d. Futures e. Optionen f. Swaps g. Zertifikate 5. Steuerung von Risiko und Ertrag bzw. Diversifikation 6. Ausgewählte aktuelle Fragestellungen
Empfehlung für begleitende Veranstaltungen	
Sonstige Besonderheiten	
Literatur/Lernquellen	Bloss, Michael; Ernst, Dietmar: Derivate - Handbuch für Finanzintermediäre und Investoren (2010). Bösch, Martin: Derivate: Verstehen, anwenden und bewerten, 4. Auflage (2020). Bösch, Martin: Finanzwirtschaft: Investition, Finanzierung, Finanzmärkte und Steuerung, 5. Auflage (2022). Bossert, Thomas: Derivate im Portfoliomanagement (2017). Cottin, Claudia; Döhler, Sebastian: Risikoanalyse: Modellierung, Beurteilung und Management von Risiken mit Praxisbeispielen, 3. Auflage (2025). Ettman, Bernd; Wolff, Karl: Bankbetriebslehre, 30. Auflage (2024). Gischer, Horst; Herz, Bernhard; Menkhoff, Lukas: Geld, Kredit und Banken, Eine Einführung, 5. Auflage (2025). Gondring, Hanspeter: Versicherungswirtschaft (2015). Grill, Hannelore; Perczynski, Hans; Int-Veen, Thomas; Menz, Heiko; Pastor, Dominik: Wirtschaftslehre des Kreditwesens, 56. Auflage (2022). Hofmann, Jonathan; Scholz, Sandra: Controlling und Basel III in der Unternehmenspraxis: Strategien zur Bewältigung erhöhter Bonitätsanforderungen (2014). Hull, John C.: Optionen, Futures und andere Derivate, 11., aktualisierte Auflage (2023).

	Hull, John C.: Options, Futures and Other Derivatives, Global Edition (2021), 11. Auflage Mishkin, Frederic S.: The Economics of Money, Banking and Financial Markets, 12. Auflage (2021), 13. Auflage. Schulenburg, J.-Matthias Graf v. d.; Lohse, Ute: Versicherungsökonomik, 2. Auflage (2018). Schuster, Thomas; Uskova, Margarita: Finanzierung: Anleihen, Aktien, Optionen (2015). Steiner, Manfred; Bruns, Christoph: Wertpapiermanagement. Professionelle Wertpapieranalyse und Portfoliostrukturierung, 11. Auflage (2017). Sperber, Herbert: Finanzmärkte - Eine praxisorientierte Einführung, 3. Auflage (2024). Spremann, Klaus: Portfoliomanagement, 4. Auflage (2008). Spremann, Klaus; Gantenbein, Pascal: Finanzmärkte, 6. Auflage (2022).
Terminierung im Stundenplan	„regulär“ und Stundenplan StarPlan
Leistungsnachweis bei kombinierter Prüfung	

Modul WPF I 2 411180 Logistik im Handel

Ansiedlung im Studium	Hauptstudium
Dauer des Moduls	1 Semester
SWS	4.0
Prüfungsart	lehrveranstaltungsbegleitend durch Klausur
Prüfungsdauer	120
Leistungspunkte (ECTS)	5.0
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Erfolgreiche Absolvierung der Prüfungsleistung.
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Kai D. Kysela
Fachkompetenz: Wissen und Verstehen	Das Modul vermittelt ein grundlegendes und praxisorientiertes Verständnis für die Rahmenbedingungen, Strukturen und Prozesse der Logistik des Handels und deren vorgelagerten Industrieunternehmen. Die Veranstaltung vertieft neben den logistischen Hauptprozessen der Distributions-, Produktions- und Beschaffungslogistik wichtige handelsrelevante logistische Querschnittsaufgaben wie Informationsmanagement, Warenmanagement, Lagerhaltung, Kommissionierung und Verpackung. Nach Abschluss des Moduls haben die Studierenden ein Verständnis über die Gestaltungsaufgaben und Entscheidungsfelder der Logistik sowie die dabei zu berücksichtigenden Abhängigkeiten und Interdependenzen zu anderen Unternehmensfunktionen.
Fachkompetenz: Fertigkeit, Wissenserschließung	
Personale Kompetenz: Sozialkompetenz	
Personale Kompetenz: Selbständigkeit	
Kompetenzniveau gemäß DQR	
Voraussetzungen für die Teilnahme	
Besonderheiten	Es erfolgt eine gemeinsame Prüfung über die Inhalte der Submodule.
Terminierung im Stundenplan	
Leistungsnachweis bei kombinierter Prüfung	

Veranstaltung WPF I 2.1 411181 Einführung in die Logistik

Lehrveranstaltungsverantwortliche(r)	
Semester	3
Häufigkeit des Angebots	Wintersemester
Art der Veranstaltung	Vorlesung mit integrierter Übung
Lehrsprache	Deutsch
Veranstaltungsname (englisch)	Introduction to Logistics
Leistungspunkte (ECTS)	5.0
SWS	4.0
Workload - Kontaktstunden	60
Workload - Selbststudium	65
Detailbemerkung zum Workload	
Prüfungsart	Lehrveranstaltung ohne Prüfung, hier: Prüfung auf Modulebene
Prüfungsdauer	
Verpflichtung	Pflichtfach
Voraussetzungen für die Teilnahme	keine
Lehr-/Lernmethoden (Lehrformen)	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 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.
Fachkompetenz: Fertigkeit und Wissenserschließung	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.
Personale Kompetenz: Sozialkompetenz	---

Personale Kompetenz: Selbständigkeit	---
Kompetenzniveau gemäß DQR	6
Inhalte	1. Grundlagen der Logistik 2. Logistikstrategie 3. Hauptprozesse der Logistik 4. Ergänzende Prozesse der Handelslogistik 5. Informations- und Warenmanagement 6. Logistikdienstleistungen / Outsourcing in der Logistik 7. Logistik-Controlling
Empfehlung für begleitende Veranstaltungen	
Sonstige Besonderheiten	
Literatur/Lernquellen	Literatur jeweils in der aktuellsten Auflage: Göpfert, I.: Logistik – Führungskonzeption und Management von Supply Chains, 3. Auflage, München 2013 Huber, A./Laverentz, K.: Logistik, München 2018, 2. Auflage Schulte, C.: Logistik, 7. Auflage, München 2016 Toporowski, W.: Logistik im Handel - Optimale Lagerstruktur und Bestellpolitik einer Filialunternehmung Berlin/Heidelberg 1996 Wannenwetsch, H.: Integrierte Materialwirtschaft, Logistik und Beschaffung, 6. Auflage, Heidelberg 2021 Weber, J./Wallenburg, C.: Logistik- und Supply Chain Controlling, 6. Auflage, Stuttgart 2010
Terminierung im Stundenplan	„regulär“ und Stundenplan StarPlan
Leistungsnachweis bei kombinierter Prüfung	

Modul WPF I 3 411190 Logistik in der Industrie

Ansiedlung im Studium	Hauptstudium
Dauer des Moduls	1 Semester
SWS	4.0
Prüfungsart	lehrveranstaltungsbegleitend durch Klausur
Prüfungsdauer	120
Leistungspunkte (ECTS)	5.0
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Erfolgreiche Absolvierung der Prüfungsleistung.
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Kai D. Kysela
Fachkompetenz: Wissen und Verstehen	Das Modul vermittelt ein grundlegendes und praxisorientiertes Verständnis für die Rahmenbedingungen, Strukturen und Prozesse der Logistik des Handels und deren vorgelagerten Industrieunternehmen. Die Veranstaltung vertieft neben den logistischen Hauptprozessen der Distributions-, Produktions- und Beschaffungslogistik wichtige handelsrelevante logistische Querschnittsaufgaben wie Informationsmanagement, Warenmanagement, Lagerhaltung, Kommissionierung und Verpackung. Nach Abschluss des Moduls haben die Studierenden ein Verständnis über die Gestaltungsaufgaben und Entscheidungsfelder der Logistik sowie die dabei zu berücksichtigenden Abhängigkeiten und Interdependenzen zu anderen Unternehmensfunktionen.
Fachkompetenz: Fertigkeit, Wissenserschließung	
Personale Kompetenz: Sozialkompetenz	
Personale Kompetenz: Selbständigkeit	
Kompetenzniveau gemäß DQR	
Voraussetzungen für die Teilnahme	
Besonderheiten	
Terminierung im Stundenplan	
Leistungsnachweis bei kombinierter Prüfung	

Veranstaltung WPF I 3.1 411191 Einführung in die Logistik

Lehrveranstaltungsverantwortliche(r)	
Semester	3
Häufigkeit des Angebots	Wintersemester
Art der Veranstaltung	Vorlesung mit integrierter Übung
Lehrsprache	Deutsch
Veranstaltungsname (englisch)	Introduction to Logistics
Leistungspunkte (ECTS)	5.0
SWS	4.0
Workload - Kontaktstunden	60
Workload - Selbststudium	65
Detailbemerkung zum Workload	
Prüfungsart	Lehrveranstaltung ohne Prüfung, hier: Prüfung auf Modulebene
Prüfungsdauer	
Verpflichtung	Pflichtfach
Voraussetzungen für die Teilnahme	keine
Lehr-/Lernmethoden (Lehrformen)	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 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.
Fachkompetenz: Fertigkeit und Wissenserschließung	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.

Personale Kompetenz: Sozialkompetenz	---
Personale Kompetenz: Selbständigkeit	---
Kompetenzniveau gemäß DQR	6
Inhalte	1. Grundlagen der Logistik 2. Logistikstrategie 3. Hauptprozesse der Logistik 4. Ergänzende Prozesse der Handelslogistik 5. Informations- und Warenmanagement 6. Logistikdienstleistungen / Outsourcing in der Logistik 7. Logistik-Controlling
Empfehlung für begleitende Veranstaltungen	
Sonstige Besonderheiten	
Literatur/Lernquellen	Literatur jeweils in der aktuellsten Auflage: Göpfert, I.: Logistik – Führungskonzeption und Management von Supply Chains, 3. Auflage, München 2013 Huber, A./Laverentz, K.: Logistik, München 2018, 2. Auflage Schulte, C.: Logistik, 7. Auflage, München 2016 Wannenwetsch, H.: Integrierte Materialwirtschaft, Logistik und Beschaffung, 6. Auflage, Heidelberg 2021 Weber, J./Wallenburg, C.: Logistik- und Supply Chain Controlling, 6. Auflage, Stuttgart 2010
Terminierung im Stundenplan	„regulär“ und Stundenplan StarPlan
Leistungsnachweis bei kombinierter Prüfung	

Modul WPF II 1 411230 Bankvertrieb I

Ansiedlung im Studium	Hauptstudium
Dauer des Moduls	1 Semester
SWS	4.0
Prüfungsart	lehrveranstaltungsbegleitend durch Klausur
Prüfungsdauer	120
Leistungspunkte (ECTS)	5.0
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Erfolgreiche Absolvierung der Prüfungsleistung.
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Danny Stadelmayer
Fachkompetenz: Wissen und Verstehen	Die Veranstaltungen vermitteln die wesentlichen Grundlagen der Bankbetriebslehre. Die Studierenden sind in der Lage die Bedeutung der Banken im Finanzsystem einzuordnen. Sie sind mit verschiedenen Bankensystemen vertraut und kennen die wesentlichen Geld- und Kapitalanlagegeschäfte. Sie sind damit in der Lage, die Tätigkeit, Funktion und Bedeutung dieser Unternehmen als Finanzintermediäre an den Finanzmärkten einzuordnen. Die Studierenden sind mit den Grundsätzen der ertragsteuerlichen Behandlung wichtiger Finanzprodukte vertraut. Sie kennen die grundlegende Besteuerungssystematik und können diese auf Finanzinstrumente anwenden, um die ertragsteuerlichen Be- und Entlastungswirkungen bei Privatkunden abzuschätzen. Damit sind sie in der Lage an entsprechenden Beratungsgesprächen maßgeblich mitzuwirken.
Fachkompetenz: Fertigkeit, Wissenserschließung	
Personale Kompetenz: Sozialkompetenz	
Personale Kompetenz: Selbständigkeit	
Kompetenzniveau gemäß DQR	
Voraussetzungen für die Teilnahme	
Besonderheiten	
Terminierung im Stundenplan	
Leistungsnachweis bei kombinierter Prüfung	

Veranstaltung WPF II 1.1 411231 Bankbetriebslehre

Lehrveranstaltungsverantwortliche(r)	
Semester	4
Häufigkeit des Angebots	Sommersemester
Art der Veranstaltung	Vorlesung mit integrierter Übung
Lehrsprache	Deutsch
Veranstaltungsname (englisch)	Banking
Leistungspunkte (ECTS)	5.0
SWS	4.0
Workload - Kontaktstunden	60
Workload - Selbststudium	65
Detailbemerkung zum Workload	
Prüfungsart	Lehrveranstaltung ohne Prüfung, hier: Prüfung auf Modulebene
Prüfungsdauer	
Verpflichtung	Pflichtfach
Voraussetzungen für die Teilnahme	keine
Lehr-/Lernmethoden (Lehrformen)	Vorlesung mit integrierter Übung Selbststudium: Vor- und Nachbereitung der Vorlesung, Bearbeitung von Fragestellungen, begleitende Prüfungsvorbereitung
Fachkompetenz: Wissen und Verstehen	Die Studierenden können die grundlegende Bedeutung der Banken im Finanzsystem beschreiben. Sie können die verschiedenen Bankensysteme definieren und die wesentlichen Geld- und Kapitalanlagegeschäfte gegenüberstellen. Zudem sind sie qualifiziert, die Grundlagen der Finanzmarktaufsicht aufzuführen und abzugrenzen.
Fachkompetenz: Fertigkeit und Wissenserschließung	Die Studierenden sind befähigt ihr Wissen und Verständnis über die Banken für die Einordnung in der Gesamtwirtschaft anzuwenden. Gleichzeitig sind sie aber auch in der Lage rechtliche Rahmenbedingungen zu überprüfen. Sie können die wichtigsten Merkmale der Finanzmärkte analysieren und deren Bedeutung ermitteln.
Personale Kompetenz: Sozialkompetenz	---
Personale Kompetenz: Selbständigkeit	---
Kompetenzniveau gemäß DQR	6

Inhalte	• Grundlagen und Existenz von Banken • Bankensysteme • Einlagen und Kredite • Einführung in die Finanzmärkte • Grundlagen der Finanzmarktaufsicht • Ausgewählte Bankprodukte
Empfehlung für begleitende Veranstaltungen	
Sonstige Besonderheiten	
Literatur/Lernquellen	Becker, H.P. / Peppmeier, A.: Bankbetriebslehre, 10. aktual. Aufl., Herne 2015 Büschgen, H.E./Börner, C. J.: Bankbetriebslehre, 4. Aufl., Stuttgart 2003 Eilenberger, G.: Bankbetriebswirtschaftslehre, Grundlagen. Internationale Bankleistungen. Bank-Management., 8., völlig überarbeitete Aufl., München 2012 Grill, H./Percynski, H.: Wirtschaftslehre des Kreditwesens, 59. Aufl., Troisdorf 2025 Hartmann-Wendels, T./Pfungsten, A./Weber, M.: Bankbetriebslehre, 7. Aufl., Berlin [u.a.] 2019 Spremann, K./Gantenbein, P.: Kapitalmärkte, Stuttgart 2022, 6. Aufl
Terminierung im Stundenplan	„regulär“ und Stundenplan StarPlan
Leistungsnachweis bei kombinierter Prüfung	

Modul WPF II 2 411260 Markenführung in Servicebereichen

Ansiedlung im Studium	Hauptstudium
Dauer des Moduls	1 Semester
SWS	4.0
Prüfungsart	lehrveranstaltungsübergreifend durch Klausur
Prüfungsdauer	120
Leistungspunkte (ECTS)	5.0
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Erfolgreiche Absolvierung der Prüfungsleistung.
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Christian Buske, Prof. Dr. Kai Kysela
Fachkompetenz: Wissen und Verstehen	Die Studierenden kennen die Bedeutung des Wertes von Produkt- und Unternehmensmarken für die Gesamtbewertung eines Handelsunternehmens. Sie verstehen die Basis der Entstehung einer Markenidentität und die Herausforderungen einer Markenpositionierung im aktiven Wettbewerbsumfeld. Die Studierenden sind in der Lage, zielgerichtet Maßnahmen zur unternehmeninternen und unternehmenexternen Durchsetzung einer Product- oder Corporate Brand zu planen, implementieren und zu kontrollieren. Sie sind in der Lage, ein Markenportfolio zu strukturieren und zu managen.
Fachkompetenz: Fertigkeit, Wissenserschließung	
Personale Kompetenz: Sozialkompetenz	
Personale Kompetenz: Selbständigkeit	
Kompetenzniveau gemäß DQR	
Voraussetzungen für die Teilnahme	
Besonderheiten	
Terminierung im Stundenplan	
Leistungsnachweis bei kombinierter Prüfung	

Veranstaltung WPF II 2.1 411261 Markenführung

Lehrveranstaltungsverantwortliche(r)	
Semester	4
Häufigkeit des Angebots	Sommersemester
Art der Veranstaltung	Vorlesung mit integrierter Übung
Lehrsprache	Deutsch
Veranstaltungsname (englisch)	Brand Management
Leistungspunkte (ECTS)	3.0
SWS	2.0
Workload - Kontaktstunden	30
Workload - Selbststudium	45
Detailbemerkung zum Workload	
Prüfungsart	Lehrveranstaltung ohne Prüfung, hier: Prüfung auf Modulebene
Prüfungsdauer	
Verpflichtung	Pflichtfach
Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine
Lehr-/Lernmethoden (Lehrformen)	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.
Fachkompetenz: Fertigkeit und Wissenserschließung	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.
Personale Kompetenz: Sozialkompetenz	---
Personale Kompetenz: Selbständigkeit	---

Kompetenzniveau gemäß DQR	6
Inhalte	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	Aaker, D./ Stahl, F./ Stöckle, F.: Marken erfolgreich gestalten - Die 20 wichtigsten Grundsätze der Markenführung, Wiesbaden 2015 Esch, F.-R.: Strategie und Technik der Markenführung, 10. Auflage, München 2024 Esch, F.-R. (Hrsg.): Moderne Markenführung, 4. Auflage, Wiesbaden 2013 Esch, F.-R./Armbrecht, W. (Hrsg.): Best Practice der Markenführung, Wiesbaden 2009 Meffert, H./Burmann, C./Kirchgeorg, M.: Marketing – Grundlagen marktorientierter Unternehmensführung, 14. Auflage, Wiesbaden 2024 Meffert, H./Burmann, H./Koers, M. (Hrsg.): Markenmanagement: Identitätsorientierte Markenführung und praktische Umsetzung, 2. Auflage, Wiesbaden 2005
Terminierung im Stundenplan	„regulär“ und Stundenplan StarPlan
Leistungsnachweis bei kombinierter Prüfung	

Veranstaltung WPF II 2.2 411262 Dienstleistungsmanagement

Lehrveranstaltungsverantwortliche(r)	
Semester	4
Häufigkeit des Angebots	Sommersemester
Art der Veranstaltung	Vorlesung mit integrierter Übung
Lehrsprache	Deutsch
Veranstaltungsname (englisch)	Management of Services
Leistungspunkte (ECTS)	2.0
SWS	2.0
Workload - Kontaktstunden	30
Workload - Selbststudium	20
Detailbemerkung zum Workload	
Prüfungsart	Lehrveranstaltung ohne Prüfung, hier: Prüfung auf Modulebene
Prüfungsdauer	
Verpflichtung	Pflichtfach
Voraussetzungen für die Teilnahme	keine
Lehr-/Lernmethoden (Lehrformen)	Vorlesung mit integrierten Übungen Selbststudium: Vor- und Nachbereitung der Vorlesung, Bearbeitung von Fragestellungen, begleitende Prüfungsvorbereitung
Fachkompetenz: Wissen und Verstehen	
Fachkompetenz: Fertigkeit und Wissenserschließung	
Personale Kompetenz: Sozialkompetenz	
Personale Kompetenz: Selbständigkeit	

Kompetenzniveau gemäß DQR	
---------------------------	--

Modul WPF II 3 411290 Dienstleistungsmarketing und Markenführung in Industriebetrieben

Ansiedlung im Studium	Hauptstudium
Dauer des Moduls	1 Semester
SWS	4.0
Prüfungsart	lehrveranstaltungsübergreifend durch Klausur
Prüfungsdauer	120
Leistungspunkte (ECTS)	5.0
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Erfolgreiche Absolvierung der Prüfungsleistung.
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Christian Buske Prof. Dr. Benjamin Österle
Lehr-, Lern- und Prüfungsformen	
Lerninhalte	
Fachkompetenz: Wissen und Verstehen	Die Studierende erlangen ein fundiertes Verständnis für die theoretischen Konzepte, Modelle und Prinzipien des Dienstleistungsmarketings. Sie werden befähigt, die wesentlichen Merkmale und Besonderheiten von Dienstleistungen im Vergleich zu materiellen Produkten zu erkennen und zu analysieren. Dies umfasst die Kenntnis der grundlegenden Begriffe, Theorien und Strategien, die in der Dienstleistungsmarketingpraxis relevant sind. Sie können die verschiedenen Phasen des Dienstleistungsprozesses sowie die damit verbundenen Herausforderungen und Chancen identifizieren und verstehen. Sie sind in der Lage, die Bedeutung von Kundenbeziehungen und Kundenerlebnissen im Dienstleistungskontext zu erkennen und zu analysieren. Zudem kennen die Studierenden die Bedeutung des Wertes von Produkt- und Unternehmensmarken für die Gesamtbewertung eines Unternehmens. Sie verstehen die Basis der Entstehung einer Markenidentität und die Herausforderungen einer Markenpositionierung im aktiven Wettbewerbsumfeld in Industriebetrieben. Die Studierenden sind in der Lage, zielgerichtet Maßnahmen zur unternehmensinternen und unternehmensexternen Durchsetzung einer Product- oder Corporate Brand zu planen, implementieren und zu kontrollieren. Sie sind in der Lage, ein Markenportfolio zu strukturieren und zu managen.
Fachkompetenz: Fertigkeit, Wissenserschließung	
Personale Kompetenz: Sozialkompetenz	
Personale Kompetenz: Selbständigkeit	
Kompetenzniveau gemäß DQR	
Voraussetzungen für die Teilnahme	
Besonderheiten / Verwendbarkeit	Es erfolgt eine gemeinsame Prüfung über die Inhalte der Submodule.
Terminierung im Stundenplan	
Leistungsnachweis bei kombinierter Prüfung	

Veranstaltung WPF II 3.1 411291 Dienstleistungsmarketing in Industrieunternehmen

Lehrveranstaltungsverantwortliche(r)	
Semester	4
Häufigkeit des Angebots	Sommersemester
Art der Veranstaltung	Vorlesung mit integrierter Übung
Lehrsprache	Deutsch
Veranstaltungsname (englisch)	Service Marketing in Industrial Enterprises
Leistungspunkte (ECTS)	2.0
SWS	2.0
Workload - Kontaktstunden	30
Workload - Selbststudium	20
Detailbemerkung zum Workload	
Prüfungsart	Lehrveranstaltung ohne Prüfung, hier: Prüfung auf Modulebene
Prüfungsdauer	
Verpflichtung	Pflichtfach
Voraussetzungen für die Teilnahme	keine
Lehr-/Lernmethoden (Lehrformen)	Vorlesung mit integrierter Übung Selbststudium: Vor- und Nachbereitung der Vorlesung, Bearbeitung von Fragestellungen, begleitende Prüfungsvorbereitung
Fachkompetenz: Wissen und Verstehen	Die Studierenden können den Begriff und die Besonderheiten von Dienstleistungen charakterisieren. Sie können die Informationsgrundlagen im Dienstleistungsbereich benennen und erklären. Darüber hinaus können die Studierenden die operativen und strategischen Entscheidungen im Dienstleistungsmanagement voneinander abgrenzen und die Grundlagen des Qualitätsmanagements aufzuführen.
Fachkompetenz: Fertigkeit und Wissenserschließung	Die Studierenden sind in der Lage auf Basis von Informationen die Dienstleistungsmärkte zu segmentieren. Sie können die Methoden von Dienstleistungsmanagement anwenden und Entscheidungen ableiten. Darüber hinaus sind sie in der Lage Qualitätsmanagement im Dienstleistungsbereich umzusetzen.
Personale Kompetenz: Sozialkompetenz	---
Personale Kompetenz: Selbständigkeit	---

Kompetenzniveau gemäß DQR	6
Inhalte	Gegenstand und Besonderheiten • Bedeutung und Entwicklung • Begriff und Systematisierung und Besonderheiten von Dienstleistungen • Konzepte des Dienstleistungsmarketings Informationsgrundlagen • Kaufverhalten/Marktforschung im Dienstleistungsbereich • Segmentierung in Dienstleistungsmärkten Strategisches Dienstleistungsmarketing • Strategische Analyse • Ziele im Dienstleistungsmarketing • Strategien im Dienstleistungsbereich Qualitätsmanagement im Dienstleistungsbereich • Grundlagen des Qualitätsmanagements • Messung der Dienstleistungsqualität Operatives Dienstleistungsmarketing • Leistungs-, Kommunikations-, Preis-, Distributions- und Personalpolitik
Empfehlung für begleitende Veranstaltungen	
Sonstige Besonderheiten	
Literatur/Lernquellen	Bruhn, M./Meffert, H.: Dienstleistungsmarketing: Grundlagen – Konzepte – Methoden, Wiesbaden 2012, 7. Auflage; Bruhn, M./Meffert, H.: Handbuch Dienstleistungsmarketing: Planung – Umsetzung – Kontrolle, Wiesbaden 2019, 2. Auflage; Haller, S.: Dienstleistungsmanagement: Grundlagen – Konzepte – Instrumente, Heidelberg 2022, 9. Auflage; Kotler, P./Armstrong, G./Wong, V./Saunders, J.: Grundlagen des Marketing, München 2022, 8. Auflage; Kotler, P./Keller, K. L./Bliemel, F.: Marketing-Management- Strategien für wertschaffendes Handeln, München 2015, 14. Auflage; Meffert, H./Burmahn, C./Kirchgeorg, M.: Marketing – Grundlagen marktorientierter Unternehmensführung, Wiesbaden 2024, 14. Auflage.
Terminierung im Stundenplan	„regulär“ und Stundenplan StarPlan

Leistungsnachweis bei kombinierter Prüfung	
---	--

Veranstaltung WPF II 3.2 411292 Markenführung

Lehrveranstaltungsverantwortliche(r)	
Semester	4
Häufigkeit des Angebots	Sommersemester
Art der Veranstaltung	Vorlesung mit integrierter Übung
Lehrsprache	Deutsch
Veranstaltungsname (englisch)	Brand Management
Leistungspunkte (ECTS)	3.0
SWS	2.0
Workload - Kontaktstunden	30
Workload - Selbststudium	45
Detailbemerkung zum Workload	
Prüfungsart	Lehrveranstaltung ohne Prüfung, hier: Prüfung auf Modulebene
Prüfungsdauer	
Verpflichtung	Pflichtfach
Voraussetzungen für die Teilnahme	keine
Lehr-/Lernmethoden (Lehrformen)	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. Mit Blick auf Digitales Marketing kennen die Studierenden die Konzepte und Anwendungsmöglichkeiten von Brand Co-Creation und Brand Experience.
Fachkompetenz: Fertigkeit und Wissenserschließung	Die Studierenden sind befähigt ihr Wissen und Verständnis über Markenführung für die Erstellung von zielgerichteten Maßnahmen zur Durchsetzung einer Marke, insbesondere in einem digitalen Markenkontext, 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.
Personale Kompetenz: Sozialkompetenz	---

Personale Kompetenz: Selbständigkeit	---
Kompetenzniveau gemäß DQR	6
Inhalte	1. Grundlagen der Identitäts-Basierten Markenführung 2. Strategisches Markenmanagement 3. Operatives Markenmanagement 3.1 Operatives internes Markenmanagement 3.2 Operatives Externes Markenmanagement 4. Brand Co-Creation und Brand Experience Management 5. Markensteuerung
Empfehlung für begleitende Veranstaltungen	
Sonstige Besonderheiten	
Literatur/Lernquellen	Esch, F.-R. (2024). Strategie und Technik der Markenführung (10th ed.). München: Verlag Franz Vahlen. Burmann, C., Halaszovich, T., Schade, M., & Piehler, R. (2018). Identitätsbasierte Markenführung. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden. Keller, K. L., & Swaminathan, V. (2019). Strategic brand management: Building, measuring, and managing brand equity / Kevin Lane Keller, Vanitha Swaminathan. Harlow: Pearson Education Limited. Beverland, M. (2024). Brand management: Co-creating meaningful brands. Los Angeles: SAGE, 3rd ed. Burmann, C., Riley, N.-M., Halaszovich, T., & Schade, M. (2025). Identity-Based Brand Management: Fundamentals-Strategy-Implementation-Controlling. Wiesbaden, 3rd ed Iglesias, O., Ind, N., & Schultz, M. (2022). Routledge companion to corporate branding (1st ed., Routledge companions in business, management and marketing). London: Routledge. Ind, N., & Schmidt, H. J. (2019). Co-creating brands: Brand management from a co-creative perspective
Terminierung im Stundenplan	„regulär“ und Stundenplan StarPlan
Leistungsnachweis bei kombinierter Prüfung	

Modul WPF III 1 411240 Versicherungsvertrieb I

Ansiedlung im Studium	Hauptstudium
Dauer des Moduls	1 Semester
SWS	4.0
Prüfungsart	lehrveranstaltungsbegleitend durch Klausur
Prüfungsdauer	120
Leistungspunkte (ECTS)	5.0
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Erfolgreiche Absolvierung der Prüfungsleistung.
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Jens Koch
Fachkompetenz: Wissen und Verstehen	Die Studierenden sind mit den Aufgaben bzw. Funktionen von Versicherungen und deren gesamtwirtschaftlicher Bedeutung vertraut. Sie kennen die unterschiedlichen entscheidungsrelevanten Situationen bei Versicherungsangebot bzw. -nachfrage, die regulatorischen Rahmenbedingungen und besitzen darüber hinaus Kenntnisse über die Spezifika von Versicherungsunternehmen, im Speziellen deren Risiken und den Umgang damit (Risikomanagement). Die Studierenden beherrschen die grundlegenden Methoden der Finanz- und Versicherungsmathematik. Sie sind mit typischen Anwendungen dieser Methoden auf finanzwirtschaftliche Probleme vertraut.
Fachkompetenz: Fertigkeit, Wissenserschließung	
Personale Kompetenz: Sozialkompetenz	
Personale Kompetenz: Selbständigkeit	
Kompetenzniveau gemäß DQR	
Voraussetzungen für die Teilnahme	
Besonderheiten	
Terminierung im Stundenplan	
Leistungsnachweis bei kombinierter Prüfung	

Veranstaltung WPF III 1.1 411241 Versicherungsbetriebslehre

Lehrveranstaltungsverantwortliche(r)	Prof. Dr. Jens Koch
Semester	4
Häufigkeit des Angebots	Sommersemester
Art der Veranstaltung	Vorlesung mit integrierter Übung
Lehrsprache	Deutsch
Veranstaltungsname (englisch)	Insurance Economics and Products I
Leistungspunkte (ECTS)	5.0
SWS	4.0
Workload - Kontaktstunden	60
Workload - Selbststudium	65
Detailbemerkung zum Workload	
Prüfungsart	Lehrveranstaltung ohne Prüfung, hier: Prüfung auf Modulebene
Prüfungsdauer	
Verpflichtung	Pflichtfach
Voraussetzungen für die Teilnahme	keine
Lehr-/Lernmethoden (Lehrformen)	Vorlesung mit integrierter Übung Selbststudium: Vor- und Nachbereitung der Vorlesung, Bearbeitung von Fragestellungen, begleitende Prüfungsvorbereitung
Fachkompetenz: Wissen und Verstehen	Die Studierenden können Versicherungsunternehmen und deren Spezifika charakterisieren. Sie sind in der Lage, das Versicherungsgeschäft adäquat einzuordnen, Besonderheiten des Geschäfts in qualitativer, quantitativer und rechtlicher Hinsicht zu erkennen sowie erlernte Konzepte sicher zu beschreiben, abzugrenzen und auch zielgerichtet einzusetzen.
Fachkompetenz: Fertigkeit und Wissenserschließung	Die Studierenden sind befähigt, ihr Wissen und Verständnis über Versicherungen im Allgemeinen und erste Produkte im Speziellen in der Praxis anzuwenden. Sie können theoretisch erlernte Inhalte auf versicherungstechnische Anwendungsfälle in der Praxis umsetzen.
Personale Kompetenz: Sozialkompetenz	---
Personale Kompetenz: Selbständigkeit	---

Kompetenzniveau gemäß DQR	6
Inhalte	1. Einführung in die Versicherungsbetriebslehre 2. Die Bedeutung der Versicherung in der Wirtschaft 3. Quantitative Grundlagen a. Diskrete und stetige Zufallsvariablen b. Verteilungen c. Risikomaße d. Korrelationen 4. Entscheidungen unter a. Unsicherheit b. Ungewissheit 5. Risikowahrnehmung sowie Risikomanagement in Versicherungsunternehmen a. Risikodarstellung b. Risikoidentifikation, -bewertung, -steuerung, -überwachung 6. Angewandte Versicherungsmathematik 7. Rechtliche Rahmenbedingungen und Regulierung 8. Einordnung von Versicherungsprodukten
Empfehlung für begleitende Veranstaltungen	
Sonstige Besonderheiten	
Literatur/Lernquellen	Becker, Torsten: Mathematik der privaten Krankenversicherung (2017). Cottin, Claudia; Döhler, Sebastian: Risikoanalyse: Modellierung, Beurteilung und Management von Risiken mit Praxisbeispielen, 2. Auflage (2013). Eckstein, Andreas; Liebetrau, Axel; Nolte, Lukas: Insurance & Innovation 2023 (2023). Fahrmeir, Ludwig, et al.: Statistik: der Weg zur Datenanalyse, 9. Auflage (2024). Farny, Dieter: Versicherungsbetriebslehre, 5. Auflage (2011) Geigengack, Ralph, et al.: Versicherungen und Finanzanlagen Band 1 - Proximus 5: kompetent beraten, 8. Auflage (2022). Gesamtverband der Deutschen Versicherungswirtschaft e.V.: http://www.gdv.de & www.dieversicherer.de Gondring, Hanspeter: Versicherungswirtschaft: Handbuch für Studium und Praxis (2015). Grill, Elisabeth, et al.: Versicherungen und Finanzanlagen Band 2 - Proximus 5, 8. Auflage (2022). Grill, Elisabeth, et al.: Versicherungen und Finanzanlagen Band 3 - Proximus 5, 8. Auflage (2023). Grimmer, Arnd: Statistik im Versicherungs- und Finanzwesen (2014). Gründl, Helmut, et al.: Solvency II - Eine Einführung: Grundlagen der neuen Versicherungsaufsicht, 3. Auflage (2019).

	Härle, Ilona, et al.: Kranken- und Unfallversicherungen, 4. Auflage (2023). Henking, Andreas; Bluhm, Christian; Fahrmeir, Ludwig: Kreditrisikomessung (2006). Robold, Markus, et al.: Sachversicherungen für private und gewerbliche Kunden, 4. Auflage (2023). Lemberg, Jörg; Luksch, Andreas: Die Hausratversicherung, 2. Auflage (2020). Möbius, Christian; Pallenberg, Catherine: Risikomanagement in Versicherungsunternehmen, 3. Auflage (2016). Nguyen, Tristan.; Romeike, Frank.: Versicherungswirtschaftslehre (2013). Schulenburg, J. Matthias Graf von der; Lohse, Ute: Versicherungsökonomik, 2. Auflage (2014). Schulenburg, J.-Matthias Graf von der; Zuchandke, Andy: Übungen zur Versicherungsökonomik (2011). Seehafer, Martin, et al.: Actuarial Data Science: Maschinelles Lernen in der Versicherung (2021). Stadler, Martin; Gail, Uwe: Die Kfz-Versicherung (2015). Verband der Privaten Krankenversicherung e.V.: www.pkv.de Wilke, Hans Joachim: Die Private Haftpflichtversicherung (2016). Zweifel, Peter; Eisen, Roland: Versicherungsökonomie, 2. Auflage (2013).
Terminierung im Stundenplan	„regulär“ und Stundenplan StarPlan
Leistungsnachweis bei kombinierter Prüfung	

Modul WPF III 2 411270 Handelsorganisation und Vertriebsprozesse

Ansiedlung im Studium	Hauptstudium
Dauer des Moduls	1 Semester
SWS	4.0
Prüfungsart	Lehrveranstaltungsbegleitend durch Klausur
Prüfungsdauer	120
Leistungspunkte (ECTS)	5.0
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Erfolgreiche Absolvierung der Prüfungsleistung.
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Kai Kysela
Fachkompetenz: Wissen und Verstehen	Die Studierenden verstehen die Besonderheiten der Handelsleistung und können dem Vorwurf der „Unproduktivität des Handels“ argumentativ erfolgreich entgegentreten. Sie kennen die Rahmenbedingungen für die Organisation von Handelsunternehmen. Grundsätzliche strategische Möglichkeiten zur Ergebnisverbesserung können sie planen und implementieren. Basierend auf diesen Kenntnissen sind sie in der Lage, die Basisentscheidungen zur zielorientierten Organisation des Unternehmens zu treffen und dabei die Anforderungen des Arbeitsrechts und der Compliance-Vorgaben zu berücksichtigen. Ferner erwerben die Studierenden handlungs- und wirkungsorientierte Kenntnisse der Mitarbeiterführung, die sie zum Einsatz auf den obersten Management-Ebenen eines Handelsunternehmens befähigen.
Fachkompetenz: Fertigkeit, Wissenserschließung	
Personale Kompetenz: Sozialkompetenz	
Personale Kompetenz: Selbständigkeit	
Kompetenzniveau gemäß DQR	
Voraussetzungen für die Teilnahme	
Besonderheiten	Es erfolgt eine gemeinsame Prüfung über die Inhalte der Submodule.
Terminierung im Stundenplan	
Leistungsnachweis bei kombinierter Prüfung	

Veranstaltung WPF III 2.1 411271 Handelsorganisation und Vertriebsprozesse

Lehrveranstaltungsverantwortliche(r)	
Semester	4
Häufigkeit des Angebots	Sommersemester
Art der Veranstaltung	Vorlesung mit integrierter Übung
Lehrsprache	Deutsch
Veranstaltungsname (englisch)	Trading Companies & Sales Processes
Leistungspunkte (ECTS)	5.0
SWS	4.0
Workload - Kontaktstunden	60
Workload - Selbststudium	65
Detailbemerkung zum Workload	
Prüfungsart	Lehrveranstaltung ohne Prüfung, hier: Prüfung auf Modulebene
Prüfungsdauer	
Verpflichtung	Pflichtfach
Voraussetzungen für die Teilnahme	keine
Lehr-/Lernmethoden (Lehrformen)	Vorlesung mit integrierter Übung Selbststudium: Vor- und Nachbereitung der Vorlesung, Bearbeitung von Fragestellungen, begleitende Prüfungsvorbereitung
Fachkompetenz: Wissen und Verstehen	Die Studierenden können die Geschichte des Handels beschreiben. Sie können grundlegende Begrifflichkeiten definieren und die verschiedenen Betriebsformen des Handels gegenüberstellen. Zudem sind sie qualifiziert, Rahmenbedingungen sowie Basisentscheidungen einer Handelsorganisation aufzuführen und abzugrenzen.
Fachkompetenz: Fertigkeit und Wissenserschließung	Die Studierenden sind befähigt ihr Wissen und Verständnis über die Organisation von Handelsunternehmen für die Erstellung von Vertriebsprozessen anzuwenden. Sie können strategische Möglichkeiten umsetzen und die Zusammenhänge zwischen einzelnen Maßnahmen aufdecken. Ferner können sie die Bedeutung für die Organisation ermitteln und Lösungsansätze ableiten.
Personale Kompetenz: Sozialkompetenz	---
Personale Kompetenz: Selbständigkeit	---

Kompetenzniveau gemäß DQR	6
Inhalte	1. Geschichte des Handels u. Entwicklung der speziellen BWL des Handels 2. Begrifflich-systematische Grundlegung • Der Begriff des Handels • Leistungskomponenten des Handels • Handelsfunktionen - Gesamtwirtschaftliche Funktionen • „Handelsfunktionen“ und Rechtsprechung 3. Der Bedingungsrahmen einer Handelsorganisation 4. Betriebsformen und Erklärungsansätze zum Betriebsformenwandel 5. Strategisches Handelsmanagement 6. Basisentscheidungen einer Handelsorganisation • Die Wahl der Betriebsform und der Vertriebssystemgestaltung • Die Wahl des Standortes • Die Festlegung der Zahl der Betriebsstätten • Die Festlegung der Kooperationsintensität • Die Entwicklung eines Unternehmensprofils
Empfehlung für begleitende Veranstaltungen	
Sonstige Besonderheiten	
Literatur/Lernquellen	Barry Berman, B./Evans, J.: Retail management - A strategic approach, 12th (internat.) ed., Boston 2013 Hansen, U.: Absatz- und Beschaffungsmarketing des Einzelhandels - eine Aktionsanalyse, 2. neubearb. u. erw. Aufl., Göttingen 1990 Levy, M./Weitz, B.: Retailing Management, 8th ed., New York 2012 Nieschlag, R.: Die Dynamik der Betriebsformen im Handel; Essen 1954 Tietz, B.: Der Handelsbetrieb, 2. neubearb. Aufl., München 1993 Zentes, J./Morschett, D./Schramm-Klein, H.: Strategic Retail Management - Text and International Cases, Wiesbaden 2007
Terminierung im Stundenplan	„regulär“ und Stundenplan StarPlan
Leistungsnachweis bei kombinierter Prüfung	

Modul WPF III 3 411300 Innovations- und Vertriebsmanagement in der Industrie

Ansiedlung im Studium	Hauptstudium
Dauer des Moduls	1 Semester
SWS	4
Prüfungsart	Lehrveranstaltungsübergreifend durch Klausur
Prüfungsdauer	120
Leistungspunkte (ECTS)	5
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Erfolgreiche Absolvierung der Prüfungsleistung.
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Christian Buske; Prof. Dr. Benjamin Österle Prof. Dr. Ricarda Schlimbach
Lehr-, Lern- und Prüfungsformen	
Lerninhalte	
Fachkompetenz: Wissen und Verstehen	
Fachkompetenz: Fertigkeit, Wissenserschließung	
Personale Kompetenz: Sozialkompetenz	
Personale Kompetenz: Selbständigkeit	
Kompetenzniveau gemäß DQR	
Voraussetzungen für die Teilnahme	
Besonderheiten / Verwendbarkeit	
Terminierung im Stundenplan	
Leistungsnachweis bei kombinierter Prüfung	

Veranstaltung WPF III 3.1 411301 Vertriebsmanagement für Industriegüter

Lehrveranstaltungsverantwortliche(r)	
Semester	4
Häufigkeit des Angebots	Sommersemester
Art der Veranstaltung	Vorlesung mit integrierter Übung
Lehrsprache	Deutsch
Veranstaltungsname (englisch)	Sales Management of Industrial Goods
Leistungspunkte (ECTS)	3.0
SWS	2.0
Workload - Kontaktstunden	30
Workload - Selbststudium	45
Detailbemerkung zum Workload	
Prüfungsart	Lehrveranstaltung ohne Prüfung, hier: Prüfung auf Modulebene
Prüfungsdauer	
Verpflichtung	Pflichtfach
Voraussetzungen für die Teilnahme	keine
Lehr-/Lernmethoden (Lehrformen)	Vorlesung mit integrierter Übung Selbststudium: Vor- und Nachbereitung der Vorlesung, Bearbeitung von Fragestellungen, begleitende Prüfungsvorbereitung
Fachkompetenz: Wissen und Verstehen	Die Studierenden können die Grundlagen des Vertriebsmanagements beschreiben. Sie können die Besonderheiten des Vertriebs in Industriegütermärkten definieren und die Typologien in solchen gegenüberstellen. Zudem sind sie qualifiziert, verschiedene Vertriebsstrategien abzugrenzen.
Fachkompetenz: Fertigkeit und Wissenserschließung	Die Studierenden sind befähigt ihr Wissen und Verständnis über den Vertrieb in Industriegütermärkten für die Erstellung von Vertriebsstrategien anzuwenden. Darüber hinaus sind sie in der Lage die Besonderheiten des Dienstleistungsmarketings zu analysieren und Marketingmaßnahmen zu entwickeln.
Personale Kompetenz: Sozialkompetenz	---
Personale Kompetenz: Selbständigkeit	---
Kompetenzniveau gemäß DQR	6

Inhalte	Grundlagen des Vertriebsmanagements Organisationales Beschaffungsverhalten Besonderheiten des Vertriebs in Industriegütermärkten • Typologien in Industriegütermärkten • Produktgeschäft • Zuliefergeschäft • Systemgeschäft • Anlagengeschäft Vertriebsstrategie (ausgewählte Aspekte) • Auslandsmärkte: Internationalisierungsstrategie • Multi-Channel-Strategie • Pricing-Strategie Vertriebspartner-Strategie
Empfehlung für begleitende Veranstaltungen	
Sonstige Besonderheiten	
Literatur/Lernquellen	Albers, S./Krafft, M.: Vertriebsmanagement – Organisation – Planung – Controlling – Support, Wiesbaden 2022, 2. Auflage Backhaus, K./Voeth, M.: Industriegütermarketing, München 2010, 9. Auflage; Backhaus, K., & Voeth, M. (2015). Handbuch Business-to-Business-Marketing. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden. Foscht, T.; Swoboda, B.; Schramm-Klein, H. (2017): Käuferverhalten. Wiesbaden 2017. Hofbauer, G./Hellwig, C.: Professionelles Vertriebsmanagement: Der prozessorientierte Ansatz aus Anbieter- und Beschaffersicht, Erlangen 2022, 5. Auflage; Homburg, C./Schäfer, H./Schneider, J.: Sales Excellence – Vertriebsmanagement mit System, Heidelberg 2016, 8. Auflage; Kleinaltenkamp, M., & Saab, S. (2021). Technischer Vertrieb. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden, 2. Auflage Meffert, H./Burmann, C./Kirchgeorg, M.: Marketing – Grundlagen marktorientierter Unternehmensführung, Wiesbaden 2024, 14. Auflage; Purle, E., Arica, M., Korte, S., & Hummels, H. (2025). B2B-Marketing und Vertrieb. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden, 2. Auflage Winkelmann, P.: Vertriebskonzeption und Vertriebssteuerung: Die Instrumente des integrierten Kundenmanagements – CRM, München 2012, 5. Auflage.
Terminierung im Stundenplan	„regulär“ und Stundenplan StarPlan

Leistungsnachweis bei kombinierter Prüfung	
---	--

Veranstaltung WPF III 3.2 411302 Innovationsmanagement

Lehrveranstaltungsverantwortliche(r)	
Semester	4
Häufigkeit des Angebots	Sommersemester
Art der Veranstaltung	Vorlesung mit integrierter Übung
Lehrsprache	Deutsch
Veranstaltungsname (englisch)	Innovation Management
Leistungspunkte (ECTS)	2.0
SWS	2.0
Workload - Kontaktstunden	30
Workload - Selbststudium	20
Detailbemerkung zum Workload	
Prüfungsart	Lehrveranstaltung ohne Prüfung, hier: Prüfung auf Modulebene
Prüfungsdauer	
Verpflichtung	Pflichtfach
Voraussetzungen für die Teilnahme	keine
Lehr-/Lernmethoden (Lehrformen)	Vorlesung mit integrierter Übung Selbststudium: Vor- und Nachbereitung der Vorlesung, Bearbeitung von Fragestellungen, begleitende Prüfungsvorbereitung
Fachkompetenz: Wissen und Verstehen	Die Studierenden können das Fundament des Innovationsmanagements beschreiben. Sie können die Antriebskräfte, Erfolgsfaktoren und Ziele definieren. Zudem sind sie qualifiziert, den Planungs- und Entwicklungsprozess von Innovationen aufzuführen und abzugrenzen. Darüber hinaus können sie Informationen zum Schutzrecht angeben.
Fachkompetenz: Fertigkeit und Wissenserschließung	Die Studierenden sind befähigt ihr Wissen und Verständnis über Innovationen für die Entwicklung solcher anzuwenden. Sie können die einzelnen Phasen der Planung und Entwicklung umsetzen sowie die Bedeutung der Innovation ermitteln und Strategien zum Schutz des Wissens ableiten.
Personale Kompetenz: Sozialkompetenz	---
Personale Kompetenz: Selbständigkeit	---
Kompetenzniveau gemäß DQR	6

Inhalte	Fundament des Innovationsmanagements • Grundlagen des Innovationsmanagements • Antriebskräfte für Innovationen • Klassifizierung und Differenzierung von Innovationen • Innovationen: Barrieren und Widerstände • Erfolgsfaktoren des Innovationsmanagements • Innovationsziele Innovation planen • Entwicklung von Innovationsstrategien • Organisatorische Verankerung des Innovationsmanagements • Innovationsfördernde Unternehmenskultur: Bedeutung, Voraussetzungen und Merkmale Innovation entwickeln • Innovationsprozessmodelle • Impulsgeber für Innovationen • Ausgewählte Ideengenerierungsmethoden - Intuitiv-kreative Verfahren - Systematisch-logische/analytische Verfahren - Kombinierte Methoden • Ideenbewertung und Ideenauswahl • Innovationscontrolling Schutzrechte und Schutzrechtsstrategie • Schutzrechte • Schutzrechtsstrategie
Empfehlung für begleitende Veranstaltungen	
Sonstige Besonderheiten	
Literatur/Lernquellen	Vahs, D./Brem, A. (2023), Innovationsmanagement: Von der Idee zur erfolgreichen Vermarktung, 6. Auflage, Stuttgart König, M., Völker, R.: Innovationsmanagement in der Industrie: Lehr- und Praxisbuch für Wirtschaftsingenieure, Betriebswirtschaftler und Ingenieure, München 2002 Heiden, B. (Hrsg.): Mit Innovationsmanagement zu Industrie 4.0 : Grundlagen, Strategien, Erfolgsfaktoren und Praxisbeispiele, Wiesbaden 2018
Terminierung im Stundenplan	„regulär“ und Stundenplan StarPlan
Leistungsnachweis bei kombinierter Prüfung	

Modul WPF IV 1 411250 Einführung in die Finanzmathematik

Ansiedlung im Studium	Hauptstudium
Dauer des Moduls	1 Semester
SWS	4
Prüfungsart	Lehrveranstaltungsbegleitend durch Klausur
Prüfungsdauer	120
Leistungspunkte (ECTS)	5
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Erfolgreiche Absolvierung der Prüfungsleistung.
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Jens Koch
Lehr-, Lern- und Prüfungsformen	
Lerninhalte	
Fachkompetenz: Wissen und Verstehen	
Fachkompetenz: Fertigkeit, Wissenserschließung	
Personale Kompetenz: Sozialkompetenz	
Personale Kompetenz: Selbständigkeit	
Kompetenzniveau gemäß DQR	
Voraussetzungen für die Teilnahme	
Besonderheiten / Verwendbarkeit	
Terminierung im Stundenplan	
Leistungsnachweis bei kombinierter Prüfung	

Veranstaltung WPF IV 1.1 411251 Finanzmathematik

Lehrveranstaltungsverantwortliche(r)	
Semester	4
Häufigkeit des Angebots	Sommersemester
Art der Veranstaltung	Vorlesung mit integrierter Übung
Lehrsprache	Deutsch
Veranstaltungsname (englisch)	Financial and Insurance Mathematics
Leistungspunkte (ECTS)	5.0
SWS	4.0
Workload - Kontaktstunden	60
Workload - Selbststudium	65
Detailbemerkung zum Workload	
Prüfungsart	Lehrveranstaltung ohne Prüfung, hier: Prüfung auf Modulebene
Prüfungsdauer	
Verpflichtung	Pflichtfach
Voraussetzungen für die Teilnahme	keine
Lehr-/Lernmethoden (Lehrformen)	Vorlesung mit integrierter Übung Selbststudium: Vor- und Nachbereitung der Vorlesung, Bearbeitung von Fragestellungen, begleitende Prüfungsvorbereitung
Fachkompetenz: Wissen und Verstehen	Die Studierenden können finanzmathematische Problemstellungen erkennen und daraus Schlüsse für die korrekte Lösung ziehen. Sie sind befähigt, zentrale finanzmathematische Verfahren aufzuführen und deren Ergebnisse zu interpretieren.
Fachkompetenz: Fertigkeit und Wissenserschließung	Die Studierenden sind in der Lage, finanzmathematische Rechenverfahren anzuwenden und Entscheidungsvorlagen daraus abzuleiten.
Personale Kompetenz: Sozialkompetenz	---
Personale Kompetenz: Selbständigkeit	---
Kompetenzniveau gemäß DQR	6

Inhalte	• Zinseszinsrechnung • Rentenrechnung • Tilgungsrechnung • Finanzmathematik festverzinslicher Wertpapiere • Finanzmathematische Verfahren der Investitionsrechnung • Besonderheiten der Versicherungsmathematik
Empfehlung für begleitende Veranstaltungen	
Sonstige Besonderheiten	
Literatur/Lernquellen	Albrecht, Peter; Jensen, Sören: Finanzmathematik für Wirtschaftswissenschaftler: Grundlagen, Anwendungsbeispiele, Fallstudien, Aufgaben und Lösungen, 3. überarbeitete und erweiterte Auflage (2014) Albrecht, Peter: Grundprinzipien der Finanz- und Versicherungsmathematik: Grundlagen und Anwendungen der Bewertung von Zahlungsströmen (2007) Bosch, Karl: Finanzmathematik (2007) Kobelt, Helmut; Schulte, Peter: Finanzmathematik: Methoden, betriebswirtschaftliche Anwendungen und Aufgaben mit Lösungen, 8. Auflage (2006) Kruschwitz, Lutz.: Finanzmathematik - Lehrbuch der Zins-, Renten-, Tilgungs-, Kurs- und Renditerechnung, 6. Auflage (2018) Tietze, Jürgen: Einführung in die Finanzmathematik: klassische Verfahren und neuere Entwicklungen: Effektivzins- und Renditeberechnung, Investitionsrechnung, derivative Finanzinstrumente, 12. erweiterte Auflage (2015)
Terminierung im Stundenplan	„regulär“ und Stundenplan StarPlan
Leistungsnachweis bei kombinierter Prüfung	

Modul WPF IV 2 411280 Personalführung in Handelsunternehmen

Ansiedlung im Studium	Hauptstudium
Dauer des Moduls	1 Semester
SWS	4.0
Prüfungsart	lehrveranstaltungsübergreifend durch Klausur
Prüfungsdauer	120
Leistungspunkte (ECTS)	5.0
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Erfolgreiche Absolvierung der Prüfungsleistung.
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Kai D. Kysela
Fachkompetenz: Wissen und Verstehen	Die Studierenden verstehen die Besonderheiten der Handelsleistung und können dem Vorwurf der „Unproduktivität des Handels“ argumentativ erfolgreich entgegentreten. Sie kennen die Rahmenbedingungen für die Organisation von Handelsunternehmen. Grundsätzliche strategische Möglichkeiten zur Ergebnisverbesserung können sie planen und implementieren. Basierend auf diesen Kenntnissen sind sie in der Lage, die Basisentscheidungen zur zielorientierten Organisation des Unternehmens zu treffen und dabei die Anforderungen des Arbeitsrechts und der Compliance-Vorgaben zu berücksichtigen. Ferner erwerben die Studierenden handlungs- und wirkungsorientierte Kenntnisse der Mitarbeiterführung, die sie zum Einsatz auf den obersten Management-Ebenen eines Handelsunternehmens befähigen.
Fachkompetenz: Fertigkeit, Wissenserschließung	
Personale Kompetenz: Sozialkompetenz	
Personale Kompetenz: Selbständigkeit	
Kompetenzniveau gemäß DQR	
Voraussetzungen für die Teilnahme	
Besonderheiten	Es erfolgt eine gemeinsame Prüfung über die Inhalte der Submodule.
Terminierung im Stundenplan	
Leistungsnachweis bei kombinierter Prüfung	

Veranstaltung WPF IV 2.1 411281 Arbeitsrecht und Compliance im Handel

Lehrveranstaltungsverantwortliche(r)	
Semester	4
Häufigkeit des Angebots	Sommersemester
Art der Veranstaltung	Vorlesung mit integrierter Übung
Lehrsprache	Deutsch
Veranstaltungsname (englisch)	Employment Law and Compliance in Trade Enterprises
Leistungspunkte (ECTS)	2.0
SWS	2.0
Workload - Kontaktstunden	30
Workload - Selbststudium	20
Detailbemerkung zum Workload	
Prüfungsart	Lehrveranstaltung ohne Prüfung, hier: Prüfung auf Modulebene
Prüfungsdauer	
Verpflichtung	Pflichtfach
Voraussetzungen für die Teilnahme	keine
Lehr-/Lernmethoden (Lehrformen)	Vorlesung mit integrierter Übung Selbststudium: Vor- und Nachbereitung der Vorlesung, Bearbeitung von Fragestellungen, begleitende Prüfungsvorbereitung
Fachkompetenz: Wissen und Verstehen	Die Studierenden können die Grundzüge des individuellen und kollektiven Arbeitsrechts beschreiben. Sie können Compliance Vorgaben definieren und gegenüberstellen. Zudem sind sie qualifiziert, deren Einhaltung in einem Handelsunternehmen aufzuführen und abzugrenzen.
Fachkompetenz: Fertigkeit und Wissenserschließung	Die Studierenden sind befähigt ihr Wissen und Verständnis über die rechtlichen Rahmenbedingungen für die Erstellung von Arbeitsverträgen anzuwenden. Sie können dabei Arbeitsschutzvorschriften umsetzen und die Zusammenhänge zwischen Arbeitsschutzvorschriften und Arbeitnehmerhaftung aufdecken. Ferner können sie die Bedeutung für die Unternehmen ermitteln und Maßnahmen ableiten.
Personale Kompetenz: Sozialkompetenz	---
Personale Kompetenz: Selbständigkeit	---
Kompetenzniveau gemäß DQR	6

Inhalte	1. Individuelles Arbeitsrecht, u.a.: • Abschluss und Inhalte des Arbeitsvertrags • Beendigung des Arbeitsverhältnisses, insbesondere Kündigungsschutz, Arbeitszeugnisse • Befristung von Arbeitsverhältnissen, Teilzeitarbeit • Wettbewerbsverbote • Arbeitsschutzvorschriften • Arbeitnehmerhaftung • Arbeitsrechtlicher Instanzenzug 2. Kollektives Arbeitsrecht • Aufgaben des Betriebsrats • Tarifvereinbarungen • Streikrecht • Arbeitsschutzvorschriften • Arbeitnehmerhaftung • Arbeitsrechtlicher Instanzenzug 3. Compliance in Handelsunternehmen • Compliance Risiken erkennen und vermeiden
Empfehlung für begleitende Veranstaltungen	
Sonstige Besonderheiten	Es erfolgt eine gemeinsame Prüfung über die Inhalte der Submodule.
Literatur/Lernquellen	Senne, Arbeitsrecht, 10. neu bearbeitete Auflage 2018, Vahlen Brox/Rüthers/Henssler, Arbeitsrecht, 19. neu bearbeitete Auflage 2016, Kohlhammer, Büdenbender/Will, Crash-Kurs Arbeitsrecht, 1. Aufl. 2007, UTB Rolfs, Studienkommentar Arbeitsrecht, 4. Auflage 2014, C.H. Beck Kirchner, J., Kremp, P., Magotsch, M.: Key Aspects of German Employment and Labour Law, 2nd edition, 2018 Umnuß, K.: Corporate Compliance Checklisten, 3. Aufl. 2017, C.H. Beck
Terminierung im Stundenplan	„regulär“ und Stundenplan StarPlan
Leistungsnachweis bei kombinierter Prüfung	

Veranstaltung WPF IV 2.2 411282 Leadership in Handelsunternehmen

Lehrveranstaltungsverantwortliche(r)	
Semester	4
Häufigkeit des Angebots	Sommersemester
Art der Veranstaltung	Vorlesung mit integrierter Übung
Lehrsprache	Deutsch
Veranstaltungsname (englisch)	Leadership in Trade Enterprises
Leistungspunkte (ECTS)	3.0
SWS	2.0
Workload - Kontaktstunden	30
Workload - Selbststudium	45
Detailbemerkung zum Workload	
Prüfungsart	Lehrveranstaltung ohne Prüfung, hier: Prüfung auf Modulebene
Prüfungsdauer	
Verpflichtung	Pflichtfach
Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine
Lehr-/Lernmethoden (Lehrformen)	Vorlesung mit integrierter Übung Selbststudium: Vor- und Nachbereitung der Vorlesung, Bearbeitung von Fragestellungen, begleitende Prüfungsvorbereitung
Fachkompetenz: Wissen und Verstehen	Auf Basis der Kenntniss über die Bedeutung des strategischen HR Managements können die Studierenden grundlegende Ansätze kennzeichnen. Sie können das Verhalten von Individuen und Gruppen darstellen und demonstrieren. Die Studierenden sind in der Lage das Performance Management sowie Talentmanagement zu charakterisieren und Handlungsempfehlungen zu erkennen. Die Studierenden können zudem die Organisationsentwicklung beschreiben und Personalplanung und -controlling unterscheiden.
Fachkompetenz: Fertigkeit und Wissenserschließung	Die Studierenden können Strategien zur Mitarbeiterführung anfertigen und auswerten. Gleichzeitig sind sie auch in der Lage Maßnahmen zu überprüfen. Darüber hinaus können sie Vorschläge zur Mitarbeitermotivation erstellen und entsprechend ausgewählte Ansätze umsetzen.
Personale Kompetenz: Sozialkompetenz	---
Personale Kompetenz: Selbständigkeit	---
Kompetenzniveau gemäß DQR	6

Inhalte	1. HR Strategie • Bedeutung des strategischen HR Managements • Grundlegende Ansätze des strategischen HR Managements 2. Verhalten von Individuen und Gruppen • Aspekte des Individualverhaltens • Aspekte des Verhaltens in und von Gruppen, Gruppendynamik, Teamdiagnostik und -entwicklung 3. Performance Management • Ausgewählte Ansätze zur Mitarbeitermotivation - Leistungsmanagement in Organisationen (Ziele, Beurteilung etc.) • Entgeltmanagement 4. Talentmanagement • HR Marketing und Recruiting • Entwicklung von Talenten- Bindung von Talenten 5. Organisationsentwicklung und • Lernende Organisation • Leadership 6. HR Planung und -controlling • Quantitative und qualitative Personalplanung • Kennzahlen im Personalcontrolling
Empfehlung für begleitende Veranstaltungen	
Sonstige Besonderheiten	Es erfolgt eine gemeinsame Prüfung über die Inhalte der Submodule.
Literatur/Lernquellen	Becker, F.: Mitarbeiter wirksam motivieren - Mitarbeitermotivation mit der Macht der Psychologie; Berlin, Heidelberg, 2019 Berthel, J./Becker, F.G. (2013): Personalmanagement; 10.Auflage; Stuttgart Elger, C.: Neuroleadership: Erkenntnisse der Hirnforschung für die Führung von Mitarbeitern, 2. Aufl., Freiburg 2013 Robbins, S.; Judge, T.A.: Organizational Behavior, 17. Aufl., Boston, München 2017 Schuler, H. (Hrsg.): Lehrbuch der Personalpsychologie, 3. überarb. u. erw. Aufl., Göttingen e.a. 2014 Schulte, C. (2011): Personalcontrolling mit Kennzahlen; 3. Auflage; München Stock-Homburg, R. (2013): Personalmanagement; 3. Auflage; Wiesbaden Pfläging, N./ Hermann, S.: Modernist Leadership: Unternehmensführung für unsere Zeit, München 2018 Robbins, S. (2001): Organisation der Unternehmung
Terminierung im Stundenplan	„regulär“ und Stundenplan StarPlan
Leistungsnachweis bei kombinierter Prüfung	

Modul WPF IV 3 411310 Technische Grundlagen für den Industrievertrieb I

Ansiedlung im Studium	Hauptstudium
Dauer des Moduls	1 Semester
SWS	4.0
Prüfungsart	lehrveranstaltungsübergreifend durch Klausur
Prüfungsdauer	120
Leistungspunkte (ECTS)	5.0
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Erfolgreiche Absolvierung der Prüfungsleistung.
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Kai D. Kysela
Fachkompetenz: Wissen und Verstehen	Die Studierenden können technische Zeichnungen lesen und verstehen. Sie kennen die wichtigsten Fertigungsverfahren und deren Einfluss auf Form und Genauigkeit der Bauteile. Sie kennen die Bedeutung von Maß-, Form- und Lagetoleranzen sowie Oberflächengüte und deren Darstellung in technischen Zeichnungen. Die Studierenden können wesentliche technisch relevante Anwendungsgebiete aus den Zustandsdiagrammen für technische Legierungen und für deren Grundmetalle ableiten. Sie können in begründeter Form die Einsatzmöglichkeiten von Eisen-metallen vs. Nichteisenmetallen sowie von nichtmetallisch anorganischen (NMA) gegenüber nichtmetallisch organischen Werkstoffen (NMO) ableiten und entwickeln und das erworbene Wissen auf konkrete Problemstellungen anwenden.
Fachkompetenz: Fertigkeit, Wissenserschließung	
Personale Kompetenz: Sozialkompetenz	
Personale Kompetenz: Selbständigkeit	
Kompetenzniveau gemäß DQR	
Voraussetzungen für die Teilnahme	
Besonderheiten	Es erfolgt eine gemeinsame Prüfung über die Inhalte der Submodule.
Terminierung im Stundenplan	
Leistungsnachweis bei kombinierter Prüfung	

Veranstaltung WPF IV 3.1 411311 Grundlagen der Konstruktionslehre

Lehrveranstaltungsverantwortliche(r)	
Semester	4
Häufigkeit des Angebots	Sommersemester
Art der Veranstaltung	Vorlesung mit integrierter Übung
Lehrsprache	Deutsch
Veranstaltungsname (englisch)	Introduction to Construction
Leistungspunkte (ECTS)	2.5
SWS	2.0
Workload - Kontaktstunden	30
Workload - Selbststudium	33
Detailbemerkung zum Workload	
Prüfungsart	Lehrveranstaltung ohne Prüfung, hier: Prüfung auf Modulebene
Prüfungsdauer	
Verpflichtung	Pflichtfach
Voraussetzungen für die Teilnahme	keine
Lehr-/Lernmethoden (Lehrformen)	Vorlesung mit integrierter Übung Selbststudium: Vor- und Nachbereitung der Vorlesung, Bearbeitung von Fragestellungen, begleitende Prüfungsvorbereitung
Fachkompetenz: Wissen und Verstehen	Die Studierenden können technische Zeichnungen lesen und verstehen. Sie kennen die wichtigsten Fertigungsverfahren und deren Einfluss auf Form und Genauigkeit der Bauteile. Zudem kennen sie die Bedeutung von Maß-, Form- und Lagetoleranzen sowie Oberflächengüte und deren Darstellung in technischen Zeichnungen.
Fachkompetenz: Fertigkeit und Wissenserschließung	Die Studierenden sind in der Lage technische Zeichnungen selbst zu erstellen. Sie können Vorgaben für Genauigkeiten in Technische Zeichnungen eintragen und können bei der Gestaltung von Bauteilen geeignete Fertigungsverfahren eingrenzen.
Personale Kompetenz: Sozialkompetenz	---
Personale Kompetenz: Selbständigkeit	---
Kompetenzniveau gemäß DQR	6

Inhalte	• Linientypen und Projektionsarten • Zeichnerische Darstellung von Bauteilen und Baugruppen • Funktions- und fertigungsgerechte Bemaßung • Einteilung der Fertigungsverfahren • Toleranzen, Passungen Form- und Lageabweichungen Oberflächengüte • Einfluss auf Form, Funktion und Genauigkeit
Empfehlung für begleitende Veranstaltungen	
Sonstige Besonderheiten	
Literatur/Lernquellen	Fritz, A.: Hoischen Technisches Zeichnen, 39. Auflage, Cornelsen, Berlin, 2024 Kurz, U.; Wittel, H.: Konstruktives Zeichnen Maschinenbau, Springer Vieweg, Berlin, 2023, 2. Auflage Labisch, S.; Wählich, G.: Technisches Zeichnen, 7. Auflage, Springer Vieweg, Berlin, 2025 Kurz, U.; Wittel, H.: Böttcher/Forberg Technisches Zeichnen, 26. Auflage, Springer Vieweg, Berlin, 2013 Fritz, A. H.: Fertigungstechnik, 14. Auflage, Springer Vieweg, Berlin, 2026
Terminierung im Stundenplan	„regulär“ und Stundenplan StarPlan
Leistungsnachweis bei kombinierter Prüfung	

Veranstaltung WPF IV 3.2 411312 Grundlagen der Werkstoffkunde

Lehrveranstaltungsverantwortliche(r)	
Semester	4
Häufigkeit des Angebots	Sommersemester
Art der Veranstaltung	Vorlesung mit integrierter Übung
Lehrsprache	Deutsch
Veranstaltungsname (englisch)	Material Science of Electrical Engineering and Mechatronics
Leistungspunkte (ECTS)	2.5
SWS	2.0
Workload - Kontaktstunden	30
Workload - Selbststudium	33
Detailbemerkung zum Workload	
Prüfungsart	Lehrveranstaltung ohne Prüfung, hier: Prüfung auf Modulebene
Prüfungsdauer	
Verpflichtung	Pflichtfach
Voraussetzungen für die Teilnahme	keine
Lehr-/Lernmethoden (Lehrformen)	Vorlesung mit integrierter Übung Selbststudium: Vor- und Nachbereitung der Vorlesung, Bearbeitung von Fragestellungen, begleitende Prüfungsvorbereitung
Fachkompetenz: Wissen und Verstehen	Die Studierenden können den Aufbau und die Eigenschaften verschiedener Werkstoffe bezüglich der mechanischen, elektrischen und magnetischen Eigenschaften gegenüberstellen. Sie können kompetent über die Auswahl von Werkstoffen für unterschiedliche Anwendungen in der Elektrotechnik und Mechatronik und deren Einsatzgrenzen entscheiden.
Fachkompetenz: Fertigkeit und Wissenserschließung	Die Studierenden können wesentliche technisch relevante Anwendungsgebiete aus den Zustandsdiagrammen für technische Legierungen und für deren Grundmetalle ableiten. Sie können in begründeter Form die Einsatzmöglichkeiten von Eisenmetallen vs. Nichteisenmetallen sowie von nichtmetallisch anorganischen (NMA) gegenüber nichtmetallisch organischen Werkstoffen (NMO) ableiten und entwickeln. Sie können das erworbene Wissen auf konkrete Problemstellungen anwenden und relevante Literatur effizient recherchieren bzw. sich selbstständig in technische Systeme einarbeiten.
Personale Kompetenz: Sozialkompetenz	---

Personale Kompetenz: Selbständigkeit	---
Kompetenzniveau gemäß DQR	6
Inhalte	• Aufbau von Materie • Chemische Bindungen • Aggregatzustände der Materie • Werkstoffe und Umwelt • Mechanische Werkstoffeigenschaften • Thermische Werkstoffeigenschaften • Elektrische Werkstoffeigenschaften • Magnetische Werkstoffeigenschaften • Werkstoffarten und ihre Anwendungen • Metalle • Halbleiter • Dielektrische Werkstoffe • Keramische Werkstoffe • Kunststoffe • Magnetische Werkstoffe
Empfehlung für begleitende Veranstaltungen	
Sonstige Besonderheiten	
Literatur/Lernquellen	Ivers-Tiffée, E.; von Münch, W.: Werkstoffe der Elektrotechnik, 10. Auflage, Teubner, Wiesbaden, 2007 Hofmann, H.; Spindler, J.: Werkstoffe in der Elektrotechnik. 8. Auflage, Hanser, München, 2018
Terminierung im Stundenplan	„regulär“ und Stundenplan StarPlan
Leistungsnachweis bei kombinierter Prüfung	

Modul WPF V 1 411340 Bankvertrieb II

Ansiedlung im Studium	Hauptstudium
Dauer des Moduls	1 Semester
SWS	4.0
Prüfungsart	lehrveranstaltungsbegleitend durch Klausur
Prüfungsdauer	120
Leistungspunkte (ECTS)	5.0
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Erfolgreiche Absolvierung der Prüfungsleistung.
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Jens Koch
Fachkompetenz: Wissen und Verstehen	Das Modul beinhaltet die Vermittlung vertiefter Kenntnisse von Finanzprodukten. Hierzu gehören neben den originären Bankprodukten auch Kenntnisse über derivative bzw. innovative Finanzprodukte. Die Studierenden besitzen ein umfangreiches Wissen über die verschiedenen Bankprodukte und deren praktischen Anwendungsmöglichkeiten. Die Studierenden können auf ein umfassendes und anwendungsrelevantes Produktwissen in Bezug auf das Standardsortiment von Versicherungen zurückgreifen und sind damit in der Lage, sich schnell in den Strukturen von Versicherungsprodukten zurecht zu finden. Sie erwerben Kompetenzen bezüglich der grundlegenden Gestaltung von Versicherungsverträgen und können die Vorgehensweise bei Prämienkalkulationen einschätzen.
Fachkompetenz: Fertigkeit, Wissenserschließung	
Personale Kompetenz: Sozialkompetenz	
Personale Kompetenz: Selbständigkeit	
Kompetenzniveau gemäß DQR	
Voraussetzungen für die Teilnahme	
Besonderheiten	Es erfolgt eine gemeinsame Prüfung über die Inhalte der Submodule.
Terminierung im Stundenplan	
Leistungsnachweis bei kombinierter Prüfung	

Veranstaltung WPF V 1.1 411341 Bankprodukte

Lehrveranstaltungsverantwortliche(r)	
Semester	6
Häufigkeit des Angebots	Sommersemester
Art der Veranstaltung	Vorlesung mit integrierter Übung
Lehrsprache	Deutsch
Veranstaltungsname (englisch)	Banking products II - Innovative financial products
Leistungspunkte (ECTS)	5.0
SWS	4.0
Workload - Kontaktstunden	60
Workload - Selbststudium	65
Detailbemerkung zum Workload	
Prüfungsart	Lehrveranstaltung ohne Prüfung, hier: Prüfung auf Modulebene
Prüfungsdauer	
Verpflichtung	Pflichtfach
Voraussetzungen für die Teilnahme	keine
Lehr-/Lernmethoden (Lehrformen)	Vorlesung mit integrierter Übung Selbststudium: Vor- und Nachbereitung der Vorlesung, Bearbeitung von Fragestellungen, begleitende Prüfungsvorbereitung
Fachkompetenz: Wissen und Verstehen	Die Studierenden können wichtige Finanzprodukte ausführlich beschreiben. Sie sind in der Lage, diese einzuordnen sowie deren Einsatzmöglichkeiten zu erkennen.
Fachkompetenz: Fertigkeit und Wissenserschließung	Die Studierenden sind befähigt, ihr Wissen und Verständnis über Bankprodukte und Derivate bedarfsgerecht anzuwenden. Sie können sowohl Anlageentscheidungen adäquat treffen als auch Absicherungsstrategien risikoorientiert umsetzen.
Personale Kompetenz: Sozialkompetenz	---
Personale Kompetenz: Selbständigkeit	---
Kompetenzniveau gemäß DQR	6

Inhalte	• Einführung und Grundlagen • Anleihen • Aktien • Portfoliotheorie • Aktives versus passives Investment • Einführung Termingeschäfte • Futures und Forwards • Optionen • Swaps • Innovative Finanzprodukte
Empfehlung für begleitende Veranstaltungen	
Sonstige Besonderheiten	
Literatur/Lernquellen	Bloss, Michael; Ernst, Dietmar: Derivate (2007) Bösch, Martin: Derivate: Verstehen, anwenden und bewerten, 4. Auflage (2020) Bösch, Martin: Finanzwirtschaft: Investition, Finanzierung, Finanzmärkte und Steuerung, 5. Auflage (2022) Bossert, Thomas: Derivate im Portfoliomanagement (2017) Eurex Frankfurt AG, http://www.eurexchange.com Eurex Frankfurt AG: Aktien- und Aktienindexderivate: Handelsstrategien (2007) Eurex Frankfurt AG: Clearing: Risk Based Margining (2007) Eurex Frankfurt AG: Zinsderivate: Fixed Income - Handelsstrategien (2007) Pastor, Dominik; Int-Veen, Thomas; Menz, Heiko: Wirtschaftslehre des Kreditwesens, 59. Auflage (2025) Hull, John C.: Optionen, Futures und andere Derivate, 11., aktualisierte Auflage (2022) Hull, John C.: Optionen, Futures und andere Derivate. Das Übungsbuch, 11., aktualisierte Auflage (2023) Hull, John C.: Options, Futures and Other Derivatives, Global Edition (2021) Schuster, Thomas; Uskova, Margarita: Finanzierung: Anleihen, Aktien, Optionen (2015) Steiner, Manfred; Bruns, Christoph: Wertpapiermanagement. Professionelle Wertpapieranalyse und Portfoliostrukturierung, 11. Auflage (2017) Sperber, Herbert: Finanzmärkte: Eine praxisorientierte Einführung, 3. Auflage (2024) Spremann, Klaus.: Portfoliomanagement, 4. Auflage (2008)
Terminierung im Stundenplan	„regulär“ und Stundenplan StarPlan
Leistungsnachweis bei kombinierter Prüfung	

Modul WPF V 2 411380 Business Simulation "Handel"

Ansiedlung im Studium	Hauptstudium
Dauer des Moduls	1 Semester
SWS	4.0
Prüfungsart	lehrveranstaltungsübergreifend durch praktische Arbeit
Prüfungsdauer	
Leistungspunkte (ECTS)	6.0
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Erfolgreiche Absolvierung der Prüfungsleistung.
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Kai Kysela
Fachkompetenz: Wissen und Verstehen	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.
Fachkompetenz: Fertigkeit, Wissenserschließung	
Personale Kompetenz: Sozialkompetenz	
Personale Kompetenz: Selbständigkeit	
Kompetenzniveau gemäß DQR	
Voraussetzungen für die Teilnahme	
Besonderheiten	Es erfolgt eine gemeinsame Prüfung über die Inhalte der Submodule.
Terminierung im Stundenplan	
Leistungsnachweis bei kombinierter Prüfung	

Veranstaltung WPF V 2.1 411381 Business Simulation „Handel“

Lehrveranstaltungsverantwortliche(r)	
Semester	6
Häufigkeit des Angebots	Sommersemester
Art der Veranstaltung	Seminar mit Übung
Lehrsprache	Deutsch
Veranstaltungsname (englisch)	Business Simulation „Retailing“
Leistungspunkte (ECTS)	6.0
SWS	4.0
Workload - Kontaktstunden	60
Workload - Selbststudium	90
Detailbemerkung zum Workload	
Prüfungsart	Lehrveranstaltung ohne Prüfung, hier: Prüfung auf Modulebene
Prüfungsdauer	
Verpflichtung	Pflichtfach
Voraussetzungen für die Teilnahme	keine
Lehr-/Lernmethoden (Lehrformen)	Seminar mit Übung
Fachkompetenz: Wissen und Verstehen	---
Fachkompetenz: Fertigkeit und Wissenserschließung	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.
Personale Kompetenz: Sozialkompetenz	Die Studierenden können im Rahmen des Planspiels Arbeitsergebnisse gemeinsam erarbeiten und die getroffenen Entscheidungen und Arbeitsergebnisse insbesondere Form von Präsentationen vertreten.
Personale Kompetenz: Selbständigkeit	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

Inhalte	Auf Basis einer IT-gestützten Unternehmenssimulation übernehmen die Studierenden in Teams die Führung eines Unternehmens. Den Teams kommen dabei insbesondere die folgenden Aufgaben zu: • Anwendung der wertorientierten Unternehmensführung • Entwicklung, Implementierung und Überprüfung von Unternehmensstrategien • Analyse der Marktbedingungen • Entwicklung und Implementierung von Planungswerkzeugen, Überprüfung von Prognose- und Planungsqualität • Treffen von Entscheidungen in allen Unternehmensbereichen Den Teams kommt die Aufgabe zu, die getroffenen Entscheidungen und deren Folgen in Form von Gruppenpräsentationen gegenüber einem Auditorium zu erläutern und zu vertreten (z.B. in Form einer "Hauptversammlung"). Darüber hinaus analysiert und erläutert jeder einzelne Spieler die Situation des Unternehmens gegenüber dem Spielleiter in individuellen Befragungsrunden.
Empfehlung für begleitende Veranstaltungen	
Sonstige Besonderheiten	
Literatur/Lernquellen	Planspielspezifische Literatur wird zu Beginn der Veranstaltung zur Verfügung gestellt
Terminierung im Stundenplan	„regulär“ und Stundenplan StarPlan
Leistungsnachweis bei kombinierter Prüfung	

Modul WPF V 3 411420 Business Simulation "Industrie"

Ansiedlung im Studium	Hauptstudium
Dauer des Moduls	1 Semester
SWS	4.0
Prüfungsart	lehrveranstaltungsübergreifend durch praktische Arbeit
Prüfungsdauer	
Leistungspunkte (ECTS)	6.0
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Erfolgreiche Absolvierung der Prüfungsleistung.
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Oliver Schwarz
Fachkompetenz: Wissen und Verstehen	Die Studierenden können das bisher erworbene theoretische Vertriebswissen auf praxisbezogene und aktuelle Themenstellungen anwenden. Sie sind in der Lage, ihre Ergebnisse erfolgreich in schriftlicher und mündlicher Form zu präsentieren und in kritischen Diskussionen 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 Industrievertriebs anzuwenden und in den Gesamtkontext des Studiums zu stellen. Sie können im Umfeld von Gruppendynamik und Zeitdruck fundierte Entscheidungen treffen. Sie verstehen es, spezifische betriebswirtschaftliche als auch vertriebsbezogene Problemstellungen mit wissenschaftlichen Methoden aufarbeiten und zielorientiert einer Lösung zuzuführen. Die Studierenden können auf Basis zielorientierter Analyse von typischen unternehmerischen Entscheidungssituationen in der Industrie Entscheidungen vornehmen und deren Konsequenzen abschätzen. Sie haben ferner gelernt, diese Entscheidungen in Form von Berichten und Präsentationen souverän vorzutragen und ggf. zu verteidigen.
Fachkompetenz: Fertigkeit, Wissenserschließung	
Personale Kompetenz: Sozialkompetenz	
Personale Kompetenz: Selbständigkeit	
Kompetenzniveau gemäß DQR	
Voraussetzungen für die Teilnahme	
Besonderheiten	
Terminierung im Stundenplan	
Leistungsnachweis bei kombinierter Prüfung	

Veranstaltung WPF V 3.1 411421 Unternehmensplanspiel Industrie

Lehrveranstaltungsverantwortliche(r)	
Semester	6
Häufigkeit des Angebots	Sommersemester
Art der Veranstaltung	Seminar mit Übung
Lehrsprache	Deutsch
Veranstaltungsname (englisch)	Business Simulation Industry
Leistungspunkte (ECTS)	6.0
SWS	4.0
Workload - Kontaktstunden	60
Workload - Selbststudium	90
Detailbemerkung zum Workload	
Prüfungsart	Lehrveranstaltung ohne Prüfung, hier: Prüfung auf Modulebene
Prüfungsdauer	
Verpflichtung	Pflichtfach
Voraussetzungen für die Teilnahme	keine
Lehr-/Lernmethoden (Lehrformen)	Seminar und Übung
Fachkompetenz: Wissen und Verstehen	---
Fachkompetenz: Fertigkeit und Wissenserschließung	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.
Personale Kompetenz: Sozialkompetenz	Die Studierenden können im Rahmen des Planspiels Arbeitsergebnisse gemeinsam erarbeiten und die getroffenen Entscheidungen und Arbeitsergebnisse insbesondere Form von Präsentationen vertreten
Personale Kompetenz: Selbständigkeit	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

Inhalte	Im Rahmen einer IT-gestützten Unternehmenssimulation führen die Studierenden in Teams Unternehmen. Für diese Teams ergeben sich insbesondere folgende Aufgabenstellungen • Anwendung der wertorientierten Unternehmensführung • Entwicklung, Implementierung und Überprüfung von Unternehmensstrategien • Analyse der Marktbedingungen • 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 Ergänzt wird das Planspiel durch Lerneinheiten, in denen besonders relevante betriebswirtschaftliche Zusammenhänge, Instrumente, Methoden etc. aufgegriffen und intensiv diskutiert werden.
Empfehlung für begleitende Veranstaltungen	
Sonstige Besonderheiten	
Literatur/Lernquellen	Eiselt, A: Erfolgreiche Unternehmensführung mit TOPSIM - General Management, Wiesbaden 2018 Jorasz, W./Baltzer, B.: Kosten- und Leistungsrechnung : Lehrbuch mit Aufgaben und Lösungen, Stuttgart 2023 TATA Interactive Systems: TOPSIM – General Management, Teilnehmerhandbuch. Version 15.6, Pro-Szenario, Tübingen o. J.; Weitere Literaturquellen und Materialien entsprechend der auftretenden Problemstellungen.
Terminierung im Stundenplan	„regulär“ und Stundenplan StarPlan
Leistungsnachweis bei kombinierter Prüfung	

Modul WPF VI 1 411350 Versicherungsvertrieb II

Ansiedlung im Studium	Hauptstudium
Dauer des Moduls	1 Semester
SWS	4.0
Prüfungsart	lehrveranstaltungsbegleitend durch Klausur
Prüfungsdauer	120
Leistungspunkte (ECTS)	5.0
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Erfolgreiche Absolvierung der Prüfungsleistung.
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Jens Koch
Fachkompetenz: Wissen und Verstehen	Das Modul beinhaltet die Vermittlung vertiefter Kenntnisse von Finanzprodukten. Hierzu gehören neben den originären Bankprodukten auch Kenntnisse über derivative bzw. innovative Finanzprodukte. Die Studierenden besitzen ein umfangreiches Wissen über die verschiedenen Bankprodukte und deren praktischen Anwendungsmöglichkeiten. Die Studierenden können auf ein umfassendes und anwendungsrelevantes Produktwissen in Bezug auf das Standardsortiment von Versicherungen zurückgreifen und sind damit in der Lage, sich schnell in den Strukturen von Versicherungsprodukten zurecht zu finden. Sie erwerben Kompetenzen bezüglich der grundlegenden Gestaltung von Versicherungsverträgen und können die Vorgehensweise bei Prämienkalkulationen einschätzen.
Fachkompetenz: Fertigkeit, Wissenserschließung	
Personale Kompetenz: Sozialkompetenz	
Personale Kompetenz: Selbständigkeit	
Kompetenzniveau gemäß DQR	
Voraussetzungen für die Teilnahme	
Besonderheiten	Es erfolgt eine gemeinsame Prüfung über die Inhalte der Submodule.
Terminierung im Stundenplan	
Leistungsnachweis bei kombinierter Prüfung	

Veranstaltung WPF VI 1.1 411351 Versicherungsprodukte

Lehrveranstaltungsverantwortliche(r)	Prof. Dr. Jens Koch
Semester	6
Häufigkeit des Angebots	Sommersemester
Art der Veranstaltung	Vorlesung mit integrierter Übung
Lehrsprache	Deutsch
Veranstaltungsname (englisch)	Insurance Products II
Leistungspunkte (ECTS)	5.0
SWS	4.0
Workload - Kontaktstunden	60
Workload - Selbststudium	65
Detailbemerkung zum Workload	
Prüfungsart	Lehrveranstaltung ohne Prüfung, hier: Prüfung auf Modulebene
Prüfungsdauer	120 Minuten
Verpflichtung	Pflichtfach
Voraussetzungen für die Teilnahme	keine
Lehr-/Lernmethoden (Lehrformen)	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, Versicherungsprodukte zu benennen und anschaulich zu erklären. Sie sind befähigt, Produktspezifika zu charakterisieren und sie kennen die zentralen Parameter und (gesetzlichen) Bedingungen von Versicherungsprodukten. Darüber hinaus können die Studierenden Versicherungssparten voneinander abgrenzen.
Fachkompetenz: Fertigkeit und Wissenserschließung	Die Studierenden können ihr Wissen und Verständnis über die Einsatzmöglichkeiten von Versicherungsprodukten anwendungs- und fallorientiert einsetzen. Ferner sind sie in der Lage, eine zielgruppen- und bedarfsgerechte Beratung durchzuführen und wichtige Eckpunkte im Sinne einer adäquaten Produktabdeckung abzuleiten.
Personale Kompetenz: Sozialkompetenz	---
Personale Kompetenz: Selbständigkeit	---

Kompetenzniveau gemäß DQR	6
Inhalte	1. Einführung 2. Zentrale gesetzliche Grundlagen a. Versicherungsvertragsrecht (VVG) b. Versicherungsaufsichtsgesetz (VAG) c. VVG-InfoV d. Krankenversicherungsaufsichtsverordnung (KVAV) e. Pflichtversicherungsgesetz f. Allgemeine und spezifische Versicherungsbedingungen 3. Schaden- und Unfallversicherung 4. Lebens- und Rentenversicherung 5. Gesetzliche Sozialversicherung 6. Private Kranken- und Pflegeversicherung 7. Betriebliche und private Altersversorgung 8. Firmenkundenversicherungen 9. Ausgewählte innovative Produkte
Empfehlung für begleitende Veranstaltungen	
Sonstige Besonderheiten	
Literatur/Lernquellen	Geigengack, Ralph, et al.: Versicherungen und Finanzanlagen Band 1 - Proximus 5: kompetent beraten, 9. Auflage (2025). Gesamtverband der Deutschen Versicherungswirtschaft e.V.: http://www.gdv.de & www.dieversicherer.de Gondring, Hanspeter: Versicherungswirtschaft: Handbuch für Studium und Praxis (2015). Grill, Elisabeth, et al.: Versicherungen und Finanzanlagen Band 2 - Proximus 5, 8. Auflage (2022). Grill, Elisabeth, et al.: Versicherungen und Finanzanlagen Band 3 - Proximus 5, 8. Auflage (2023). Härle, Ilona, et al.: Kranken- und Unfallversicherungen, 4. Auflage (2023). Robold, Markus, et al.: Sachversicherungen für private und gewerbliche Kunden, 4. Auflage (2023). Lemberg, Jörg; Luksch, Andreas: Die Hausratversicherung, 3. Auflage (2024). Stadler, Martin; Gail, Uwe: Die Kfz-Versicherung (2015). Verband der Privaten Krankenversicherung e.V.: www.pkv.de Wilke, Hans Joachim: Die Private Haftpflichtversicherung (2016).

Terminierung im Stundenplan	„regulär“ und Stundenplan StarPlan
Leistungsnachweis bei kombinierter Prüfung	

Modul WPF VI 2 411390 Marktforschung in der Praxis

Ansiedlung im Studium	Hauptstudium
Dauer des Moduls	1 Semester
SWS	4.0
Prüfungsart	lehrveranstaltungsübergreifend durch praktische Arbeit
Prüfungsdauer	
Leistungspunkte (ECTS)	6.0
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Erfolgreiche Absolvierung der Prüfungsleistung.
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Oliver Schwarz
Fachkompetenz: Wissen und Verstehen	Die Studierenden sind nach dem erfolgreichen Abschluss des Moduls in der Lage, eigenständig Marktforschungsprojekte durchzuführen. Anhand konkreter Praxisprojekte werden die Studierenden den gesamten Marktforschungsprozess bearbeiten. Dabei wird die Befähigung vermittelt den Informationsbedarf zu analysieren und darauf aufbauend das Marktforschungsdesign zu definieren. Zu den Qualifikationszielen zählt auch die adäquate Auswahl von Erhebungsverfahren und Auswertungsmethoden in der betrieblichen Marktforschungspraxis. Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage eigenständig Marktforschungsberichte zu erstellen und die Ergebnisse vor einem Auditorium zu präsentieren. Im Rahmen der Veranstaltung lernen die Studierenden mit gängigen Statistiksoftwarepaketen umzugehen und auf die verschiedenen Problemstellungen anzuwenden. Im Rahmen der Veranstaltung lernen die Studierenden mit gängigen Statistiksoftwarepaketen umzugehen und auf die verschiedenen Problemstellungen anzuwenden.
Fachkompetenz: Fertigkeit, Wissenserschließung	
Personale Kompetenz: Sozialkompetenz	
Personale Kompetenz: Selbständigkeit	
Kompetenzniveau gemäß DQR	
Voraussetzungen für die Teilnahme	Bei Wahl des Moduls „Marktforschung in der Praxis“ wird dringend empfohlen, zuvor das Modul „Marktforschung“ zu absolvieren.
Besonderheiten	Es erfolgt eine gemeinsame Prüfung über die Inhalte der Submodule.
Terminierung im Stundenplan	
Leistungsnachweis bei kombinierter Prüfung	

Veranstaltung WPF VI 2.1 411391 Techniken der Datenerhebung

Lehrveranstaltungsverantwortliche(r)	
Semester	6
Häufigkeit des Angebots	Sommersemester
Art der Veranstaltung	Seminar mit Übung
Lehrsprache	Deutsch
Veranstaltungsname (englisch)	Methods of data collection and data analysis
Leistungspunkte (ECTS)	3.0
SWS	2.0
Workload - Kontaktstunden	30
Workload - Selbststudium	45
Detailbemerkung zum Workload	
Prüfungsart	Lehrveranstaltung ohne Prüfung, hier: Prüfung auf Modulebene
Prüfungsdauer	
Verpflichtung	Pflichtfach
Voraussetzungen für die Teilnahme	keine
Lehr-/Lernmethoden (Lehrformen)	Seminar mit Übung
Fachkompetenz: Wissen und Verstehen	Die Studierenden sind mit den wichtigsten Methoden der Marktforschung vertraut. Sie verstehen die Rolle der Marktforschung in der betrieblichen Praxis. Sie können u.a. den Marktforschungsprozess, Erhebungs- und Analysemethoden darstellen und demonstrieren. Zudem sind sie in der Lage die Methoden der Marktforschung zu charakterisieren und können dabei entstehende Herausforderungen erkennen.
Fachkompetenz: Fertigkeit und Wissenserschließung	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.
Personale Kompetenz: Sozialkompetenz	---
Personale Kompetenz: Selbständigkeit	---
Kompetenzniveau gemäß DQR	6

Inhalte	1. Marktforschungsprozess 2. Fragebogengestaltung 3. Erhebungsmethoden 4. Stichprobenziehung 5. Anwendung von Analysemethoden 6. Ergebnispräsentation
Empfehlung für begleitende Veranstaltungen	
Sonstige Besonderheiten	
Literatur/Lernquellen	Berekoven, K./Eckert, W./Ellenrieder, P.: Marktforschung Methodische Grundlagen und praktische Anwendung, 12. Auflage, Wiesbaden 2009 Grunwald, G./Hempelmann, B.: Angewandte Marktforschung eine praxisorientierte Einführung, München 2012 Koch, J./Riedmüller, F.: Marktforschung: Grundlagen und praktische Anwendungen, 9. Auflage, Berlin 2025 Kreis, H./Wildner, R./Kuß, A.: Marktforschung Grundlagen der Datenerhebung und Datenanalyse, 8. Auflage, Wiesbaden 2024 Magerhans, A: Marktforschung: Eine praxisorientierte Einführung, Wiesbaden 2016
Terminierung im Stundenplan	„regulär“ und Stundenplan StarPlan
Leistungsnachweis bei kombinierter Prüfung	

Veranstaltung WPF VI 2.2 411392 Marktforschungstools in der Praxis

Lehrveranstaltungsverantwortliche(r)	
Semester	6
Häufigkeit des Angebots	Sommersemester
Art der Veranstaltung	Seminar mit Übung
Lehrsprache	Deutsch
Veranstaltungsname (englisch)	Market research tools in business practice
Leistungspunkte (ECTS)	3.0
SWS	2.0
Workload - Kontaktstunden	30
Workload - Selbststudium	45
Detailbemerkung zum Workload	
Prüfungsart	Lehrveranstaltung ohne Prüfung, hier: Prüfung auf Modulebene
Prüfungsdauer	
Verpflichtung	Pflichtfach
Voraussetzungen für die Teilnahme	keine
Lehr-/Lernmethoden (Lehrformen)	Seminar mit Übung
Fachkompetenz: Wissen und Verstehen	Die Studierenden kennen Programmiersprachen zur statistischen Datenanalyse und können deren Anwendungsfelder benennen. Sie sind in der Lage für gegebene Problemstellung Scripte („R“ und/oder „Python“) zu erstellen
Fachkompetenz: Fertigkeit und Wissenserschließung	Die Studierenden sind in der Lage, bei der Lösung von Praxisfällen und Fallstudien der Marktforschung adäquate Statistiksoftware auszuwählen und anzuwenden. Damit sind die Studierenden befähigt, für konkrete Marktforschungsprojekte Problemlösungen unter Anwendung von geeigneter Software zu konzipieren und ihre Lösungsvorschläge fachlich fundiert zu argumentieren.
Personale Kompetenz: Sozialkompetenz	---
Personale Kompetenz: Selbständigkeit	---
Kompetenzniveau gemäß DQR	6
Inhalte	Aufbereitung von Erhebungsdaten und Anwendung quantitativer Analysemethoden unter Einsatz von R und/oder Python.

Empfehlung für begleitende Veranstaltungen	
Sonstige Besonderheiten	
Literatur/Lernquellen	Nelli, F.: Python Data Analytics : With Pandas, NumPy, and Matplotlib, 3. Auflage, Berkeley 2013 Sauer, S.: Moderne Datenanalyse mit R : Daten einlesen, aufbereiten, visualisieren, modellieren und kommunizieren, Wiesbaden 2019 VanderPlas, J.: Handbuch Data Science mit Python : grundlegende Tools für die Arbeit mit Daten, Heidelberg 2023 Wentura, D./Pospeschill, M./Wierth, B.: Multivariate Datenanalyse mit R : eine kompakte Einführung mit Online-Extras, Berlin 2023 Wollschläger, D.: Grundlagen der Datenanalyse mit R : eine anwendungsorientierte Einführung, 5. Auflage, Berlin 2020
Terminierung im Stundenplan	„regulär“ und Stundenplan StarPlan
Leistungsnachweis bei kombinierter Prüfung	

Modul WPF VI 3 411430 Marktbearbeitungsstrategien in Industrieunternehmen

Ansiedlung im Studium	Hauptstudium
Dauer des Moduls	1 Semester
SWS	4.0
Prüfungsart	lehrveranstaltungsübergreifend durch Klausur
Prüfungsdauer	120
Leistungspunkte (ECTS)	6.0
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Erfolgreiche Absolvierung der Prüfungsleistung.
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Christian Buske Prof. Dr. Benjamin Österle
Fachkompetenz: Wissen und Verstehen	Die Studierenden können die verschiedenen markteintrittsformen im internationalen Kontext charakterisieren. Sie sind in der Lage das Verhalten der Käufer einzuordnen, Möglichkeiten zu erkennen und zu demonstrieren. Darüber hinaus können sie Besonderheiten einer internationalen Marktforschung angeben und auf das Marketing übertragen. Darüber hinaus kennen Sie Formen, Geschäftsmodelle und Erfolgsfaktoren des E-Commerce sowie dessen rechtliche Risiken. Sie sind in der Lage, diese Chancen und Herausforderungen erfolgreich zu managen.
Fachkompetenz: Fertigkeit, Wissenserschließung	
Personale Kompetenz: Sozialkompetenz	
Personale Kompetenz: Selbständigkeit	
Kompetenzniveau gemäß DQR	
Voraussetzungen für die Teilnahme	
Besonderheiten	Es erfolgt eine gemeinsame Prüfung über die Inhalte der Submodule.
Terminierung im Stundenplan	
Leistungsnachweis bei kombinierter Prüfung	

Veranstaltung WPF VI 3.1 411431 Internationale Marktbearbeitungsstrategien in Industrieunternehmen

Lehrveranstaltungsverantwortliche(r)	
Semester	6
Häufigkeit des Angebots	Sommersemester
Art der Veranstaltung	Vorlesung mit integrierter Übung
Lehrsprache	Deutsch
Veranstaltungsname (englisch)	International marketing strategy in Industrial Enterprises
Leistungspunkte (ECTS)	3.0
SWS	2.0
Workload - Kontaktstunden	30
Workload - Selbststudium	45
Detailbemerkung zum Workload	
Prüfungsart	Lehrveranstaltung ohne Prüfung, hier: Prüfung auf Modulebene
Prüfungsdauer	
Verpflichtung	Pflichtfach
Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine
Lehr-/Lernmethoden (Lehrformen)	Vorlesung mit integrierter Übung Selbststudium: Vor- und Nachbereitung der Vorlesung, Bearbeitung von Fragestellungen, begleitende Prüfungsvorbereitung
Fachkompetenz: Wissen und Verstehen	Auf Basis der grundlegenden Begriffsdefinition können die Studierenden Internationale Markteintrittsformen für Industrieunternehmen kennzeichnen. Sie können internationales Käuferverhalten darstellen und demonstrieren. Die Studierenden sind in der Lage die Besonderheiten der internationalen Marktforschung zu charakterisieren und können dabei den Marketingmix im internationalen Kontext beschreiben.
Fachkompetenz: Fertigkeit und Wissenserschließung	Die Studierenden sind in der Lage eine Markteintrittsform für Industrieunternehmen abzuleiten. Sie können internationale Märkte analysieren und Marketingmaßnahmen entwickeln.
Personale Kompetenz: Sozialkompetenz	---
Personale Kompetenz: Selbständigkeit	---
Kompetenzniveau gemäß DQR	6

Inhalte	Grundlagen und Begriffsbestimmungen Internationale Markteintrittsformen für Industrieunternehmen Markteintritt durch Außenhandel • Export/Import • Aktives und passives Veredelungsgeschäft • Transit und Durchfuhr • Kompensation Markteintritt auf Basis von Verträgen • Kontraktmanagement • Lizenzgeschäft • Kooperationen • Strategische Allianzen • Managementvertrag Markteintritt durch Direktinvestitionen • Beteiligungen • Übernahmen • Alleingründungen • Joint Ventures Internationales Käuferverhalten Besonderheiten internationaler Marktforschung Inhalte und Besonderheiten des internationalen Marketingmix
Empfehlung für begleitende Veranstaltungen	
Sonstige Besonderheiten	
Literatur/Lernquellen	Meffert, H.; Bruhn, M.; Hadwich, K.; Dienstleistungsmarketing: Grundlagen – Konzepte – Methoden; 9. Auflage, Wiesbaden 2018; Berndt, R.; Fantapié Altobelli, C.; Sander, M.; Internationales Marketing-Management; 5. Auflage, Wiesbaden 2016; Meffert, H.; Burmann, CH.; Kirchgeorg, M.; Marketing: Grundlagen marktorientierter Unternehmensführung Konzepte – Instrumente – Praxisbeispiele; 14. Auflage; Wiesbaden 2014; Doole, I., Lowe, R., & Kenyon, A. J. (2025). International marketing strategy: Analysis, development and implementation / Isobel Doole, Robin Lowe and Alexandra Kenyon. Australia: Cengage. Glowik, M. (2020). Market Entry Strategies. De Gruyter. Kotler, P., Keller, K., & Chernev, A. (2025). Marketing Management, Global Edition. Harlow: Pearson Education. Brennan, D. R., Canning, L., & McDowell, R. (2024). Business-to-business marketing (6th ed., Core textbook). Thousand Oaks: SAGE Publications.
Terminierung im Stundenplan	„regulär“ und Stundenplan StarPlan
Leistungsnachweis bei kombinierter Prüfung	

Veranstaltung WPF VI 3.2 411432 E-Commerce-Strategien in Industrieunternehmen

Lehrveranstaltungsverantwortliche(r)	
Semester	6
Häufigkeit des Angebots	Sommersemester
Art der Veranstaltung	Vorlesung mit integrierter Übung
Lehrsprache	Englisch
Veranstaltungsname (englisch)	E-Commerce
Leistungspunkte (ECTS)	3.0
SWS	2.0
Workload - Kontaktstunden	30
Workload - Selbststudium	45
Detailbemerkung zum Workload	
Prüfungsart	Lehrveranstaltung ohne Prüfung, hier: Prüfung auf Modulebene
Prüfungsdauer	
Verpflichtung	Pflichtfach
Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine
Lehr-/Lernmethoden (Lehrformen)	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-Vertriebs beschreiben. Sie können die Geschäftssysteme und Erfolgsfaktoren im E-Commerce definieren und diese gegenüberstellen. Ferner können sie die Bedeutung von Risk Benefit im Online-Vertrieb ermitteln und Lösungsansätze ableiten.
Fachkompetenz: Fertigkeit und Wissenserschließung	Die Studierenden sind befähigt die Chancen und Herausforderungen im E-Commerce zu analysieren und sind gleichzeitig befähigt handlungsalternativen für die Praxis abzuleiten. Darüber hinaus sind sie in der Lage Empfehlungen unter Berücksichtigung einer Risiko-Nutzen-Analyse umzusetzen.
Personale Kompetenz: Sozialkompetenz	---
Personale Kompetenz: Selbständigkeit	---

Kompetenzniveau gemäß DQR	6
In	Introduction Digital B2C Models • Overview • Content • Commerce • Context • Connection Online Marketing • From Push to Pull • Corporate Website • Search engine optimization • Online advertising • Search engine advertising Social Media Marketing • Social Media basics • Deep dive platforms • Social media ad campaigns • Influencer Marketing Digital B2B Marketing
Empfehlung für begleitende Veranstaltungen	
Sonstige Besonderheiten	
Literatur/Lernquellen	Wirtz B.; Digital Business and Electronic Commerce, 2. Auflage 2024 Kreutzer R.; Online Marketing; 4. Auflage 2026 Kelsey T.; Introduction to Social Media Marketing, 2017 Seebacher U.; B2B Marketing; 2022
Terminierung im Stundenplan	„regulär“ und Stundenplan StarPlan
Leistungsnachweis bei kombinierter Prüfung	

Modul WPF VII 1 411360 Management von Finanzprodukten und rechtliche Rahmenbedingungen

Ansiedlung im Studium	Hauptstudium
Dauer des Moduls	1 Semester
SWS	6
Prüfungsart	Lehrveranstaltungsübergreifend durch Klausur
Prüfungsdauer	180
Leistungspunkte (ECTS)	8
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Jens Koch
Lehr-, Lern- und Prüfungsformen	
Lerninhalte	
Fachkompetenz: Wissen und Verstehen	
Fachkompetenz: Fertigkeit, Wissenserschließung	
Personale Kompetenz: Sozialkompetenz	
Personale Kompetenz: Selbständigkeit	
Kompetenzniveau gemäß DQR	
Voraussetzungen für die Teilnahme	
Besonderheiten / Verwendbarkeit	
Terminierung im Stundenplan	„regulär“ und Stundenplan StarPlan
Leistungsnachweis bei kombinierter Prüfung	

Veranstaltung WPF VII 1.1 411361 Portfolio- und Riskmanagement

Lehrveranstaltungsverantwortliche(r)	Prof. Dr. Jens Koch
Semester	6
Häufigkeit des Angebots	Sommersemester
Art der Veranstaltung	Vorlesung mit integrierter Übung
Lehrsprache	Deutsch
Veranstaltungsname (englisch)	Portfolio- and Riskmanagement
Leistungspunkte (ECTS)	5.0
SWS	4.0
Workload - Kontaktstunden	60
Workload - Selbststudium	65
Detailbemerkung zum Workload	
Prüfungsart	Lehrveranstaltung ohne Prüfung, hier: Prüfung auf Modulebene
Prüfungsdauer	
Verpflichtung	Pflichtfach
Voraussetzungen für die Teilnahme	keine
Lehr-/Lernmethoden (Lehrformen)	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, den Zweck und die Notwendigkeit des Portfolio- und Risikomanagements zu erkennen und daraus Schlüsse für das Management zu ziehen. Sie sind befähigt, Methoden und Modelle aufzuführen und zu interpretieren. Die Studierenden kennen die Risikoarten und können zentrale Elemente der Risikomessung und -steuerung beschreiben. Darüber hinaus können sie Portfolios optimieren und gemäß Zielvorgabe steuern.
Fachkompetenz: Fertigkeit und Wissenserschließung	Die Studierenden sind befähigt, ihr Wissen und Verständnis über Portfoliomanagement für die Steuerung und Verwaltung von Anlagemöglichkeiten anzuwenden. Außerdem können sie im Rahmen des Risikomanagements die Risiken aufdecken, diese bewerten sowie die Bedeutung für das Portfolio ableiten und selbige adäquat steuern sowie überwachen.
Personale Kompetenz: Sozialkompetenz	---

Personale Kompetenz: Selbständigkeit	---
Kompetenzniveau gemäß DQR	6
Inhalte	1. Portfoliomanagement a. Grundlagen des Wertpapiermanagements (Moderne Portfoliotheorie, Tobin-Separation, CAPM, Effizienz) b. Asset Allocation (Rendite, Risiko, Konzept der Asset Allocation) c. Einschränkungen und Erweiterungen der Asset Allocation d. Aktien- und Anleihenbewertung e. Einsatz derivativer Instrumente f. Technische Umsetzung 2. Risikomanagement a. Einführung b. Mindestanforderungen an das Risikomanagement - MaRisk c. Risikoarten und Risikomanagementprozess (Methoden bzw. Konzepte der Risikoidentifikation, Risikomessung, Risikosteuerung sowie Risikoüberwachung)
Empfehlung für begleitende Veranstaltungen	
Sonstige Besonderheiten	
Literatur/Lernquellen	Bruns C.; Meyer-Bullerdiek, F.: Professionelles Portfoliomanagement: Aufbau, Umsetzung und Erfolgskontrolle strukturierter Anlagestrategien, 6. Auflage (2020). Hull, J. C.: Risikomanagement: Banken, Versicherungen und andere Finanzinstitutionen, 4. Auflage (2016). Hull, J. C.: Risk Management and Financial Institutions, 6. Auflage (2023). Miller, M. B.: Quantitative Financial Risk Management (2018). Steiner, M., Bruns, C.: Wertpapiermanagement, Schäffer-Poeschel, 11. Auflage (2017).
Terminierung im Stundenplan	„regulär“ und Stundenplan StarPlan
Leistungsnachweis bei kombinierter Prüfung	

Veranstaltung WPF VII 1.2 411362 Bank- und Kapitalanlage-recht, Versicherungs-vertragsrecht

Lehrveranstaltungsverantwortliche(r)	
Semester	6
Häufigkeit des Angebots	Sommersemester
Art der Veranstaltung	Vorlesung mit integrierter Übung
Lehrsprache	Deutsch
Veranstaltungsname (englisch)	Banking and Investment Law, Insurance Contract Law
Leistungspunkte (ECTS)	3.0
SWS	2.0
Workload - Kontaktstunden	30
Workload - Selbststudium	45
Detailbemerkung zum Workload	
Prüfungsart	Lehrveranstaltung ohne Prüfung, hier: Prüfung auf Modulebene
Prüfungsdauer	
Verpflichtung	Pflichtfach
Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine
Lehr-/Lernmethoden (Lehrformen)	Vorlesung mit integrierter Übung Selbststudium: Vor- und Nachbereitung der Vorlesung, Bearbeitung von Fragestellungen, begleitende Prüfungsvorbereitung
Fachkompetenz: Wissen und Verstehen	Die Studierenden können wesentliche Vorgaben des Bank-, Kapitalanlage- und Versicherungsvertragsrechts charakterisieren. Sie sind in der Lage, diese Vorgaben in rechtlicher Hinsicht einzuordnen. Darüber hinaus können sie das Verfahren zur Gestaltung von Verträgen angeben und auf konkrete Verträge übertragen.
Fachkompetenz: Fertigkeit und Wissenserschließung	Die Studierenden sind in der Lage, rechtliche Aspekte im Bank- und Kapitalanlage- sowie Versicherungsvertragsrecht anzuwenden und adäquate Maßnahmen abzuleiten.
Personale Kompetenz: Sozialkompetenz	---
Personale Kompetenz: Selbständigkeit	---
Kompetenzniveau gemäß DQR	6

Inhalte	1. Bankrecht a. Überblick über das Bankrecht b. Aufsichtsrechtliche Vorgaben an das Bankmanagement c. Recht des Kreditgeschäfts d. Recht des Zahlungsverkehrs 2. Kapitalanlagerecht a. Überblick über das Kapitalanlagerecht b. Prospektrecht einschließlich Prospekthaftung c. Verbot von Insidergeschäften und Marktmanipulation d. Wohlverhaltenspflichten bei der Anlageberatung und -vermittlung 3. Versicherungsvertragsrecht
Empfehlung für begleitende Veranstaltungen	
Sonstige Besonderheiten	
Literatur/Lernquellen	Buck-Heeb, P.: Kapitalmarktrecht, 14. Auflage (2026). Derleder, P.; Knops, K.-O.; Bamberger, H. G. (Hrsg.), Deutsches und europäisches Bank- und Kapitalmarktrecht, 3. Auflage (2017). Krepold, H.-M.; Fischbeck, S.; Kropf, C.; Werner, S.: Bankrecht: Konto, Zahlungsverkehr, Darlehensvertrag, Kreditsicherheiten, Wertpapierberatung, 2. Auflage (2018). Poelzig D.: Kapitalmarktrecht, 2. Auflage (2023). Schimikowski, P.: Versicherungsvertragsrecht, 7. Auflage (2023). Staudinger, A.; Halm, W. E.; Wendt, D. H. (Hrsg.): Versicherungsrecht: VVG I EGVVG I EuGVVO I PfIVG I HaftPflG I VAG I Relevante AVB, 3. Auflage (2023).
Terminierung im Stundenplan	„regulär“ und Stundenplan StarPlan
Leistungsnachweis bei kombinierter Prüfung	

Modul WPF VII 2 411400 Vertriebscontrolling im Handel

Ansiedlung im Studium	Hauptstudium
Dauer des Moduls	1 Semester
SWS	4.0
Prüfungsart	lehrveranstaltungsbegleitend durch Klausur
Prüfungsdauer	120
Leistungspunkte (ECTS)	6.0
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Erfolgreiche Absolvierung der Prüfungsleistung.
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Kai D. Kysela
Fachkompetenz: Wissen und Verstehen	Die Studierenden sind aufgrund der Vermittlung theoretischen Wissens in Verbindung mit praktischen Anwendungsbeispielen aus dem Großhandel und dem Einzelhandel befähigt, Konzepte für grundlegende strategische und operative Fragestellungen im Handelsvertrieb zu erarbeiten. Sie kennen die Elemente einer vollständigen Marketing- und Vertriebsstrategie des Handels und können die sich daraus ergebenden Konsequenzen für die marketingpolitischen Instrumentalbereiche des Handels sowie für die Vertriebsaktionen des Groß- und Einzelhandels ableiten und in konkrete Maßnahmen umsetzen.
Fachkompetenz: Fertigkeit, Wissenserschließung	
Personale Kompetenz: Sozialkompetenz	
Personale Kompetenz: Selbständigkeit	
Kompetenzniveau gemäß DQR	
Voraussetzungen für die Teilnahme	
Besonderheiten	Es erfolgt eine gemeinsame Prüfung über die Inhalte der Submodule.
Terminierung im Stundenplan	
Leistungsnachweis bei kombinierter Prüfung	

Veranstaltung WPF VII 2.1 411401 Vertriebscontrolling im Handel

Lehrveranstaltungsverantwortliche(r)	
Semester	6
Häufigkeit des Angebots	Sommersemester
Art der Veranstaltung	Vorlesung mit integrierter Übung
Lehrsprache	Deutsch
Veranstaltungsname (englisch)	Sales Controlling in Trade
Leistungspunkte (ECTS)	6.0
SWS	4.0
Workload - Kontaktstunden	60
Workload - Selbststudium	90
Detailbemerkung zum Workload	
Prüfungsart	Lehrveranstaltung ohne Prüfung, hier: Prüfung auf Modulebene
Prüfungsdauer	
Verpflichtung	Pflichtfach
Voraussetzungen für die Teilnahme	keine
Lehr-/Lernmethoden (Lehrformen)	Vorlesung mit integrierter Übung Selbststudium: Vor- und Nachbereitung der Vorlesung, Bearbeitung von Fragestellungen, begleitende Prüfungsvorbereitung
Fachkompetenz: Wissen und Verstehen	Die Studierenden können die Begriffe und Aufgabenfelder des Controllings charakterisieren. Sie sind in der Lage das Handelscontrolling auf Basis des internen Rechnungswesens einzuordnen, sowie strategische Ansätze zu erkennen und zu demonstrieren. Darüber hinaus können sie die Bestandteile des operativen Handelscontrollings angeben.
Fachkompetenz: Fertigkeit und Wissenserschließung	Die Studierenden sind in der Lage die Instrumente des strategischen Handelscontrollings anzuwenden und Empfehlungen abzuleiten. Darüber hinaus sind sie in der Lage auf operativer Ebene tagesgeschäftliche Aufgaben umzusetzen und die Bedeutung für das Unternehmen zu ermitteln.
Personale Kompetenz: Sozialkompetenz	---
Personale Kompetenz: Selbständigkeit	---
Kompetenzniveau gemäß DQR	6

Inhalte	Begrifflich-systematische Grundlegung • Der Begriff des Controllings • Aufgabenfelder des Controllings • Das interne Rechnungswesen als eine Grundlage des Handelscontrollings Strategisches Handelscontrolling • Shareholder Value Ansatz • SWOT-Analyse • Wettbewerbsanalyse • Betriebsformenanalyse • Touchpoint-Analyse, insbes. Vertriebsanalyse • Gap-Analyse • Szenario-Technik • Balanced Score Card Operatives Handelscontrolling • Sortimentscontrolling • Preiscontrolling • Kommunikationscontrolling • Vertriebs- und Filialcontrolling • Personalcontrolling • Kundencontrolling
Empfehlung für begleitende Veranstaltungen	
Sonstige Besonderheiten	
Literatur/Lernquellen	Becker, J./Winkelmann, A.: Handelscontrolling, 4. Auflage, Berlin, Heidelberg 2019 Buchholz, L.: Strategisches Controlling, 3. Auflage, Wiesbaden 2020 Haller, S.: Handelsmarketing, 4. Auflage, Ludwigshafen 2017 Möhlenbruch, H. (Hrsg.): Der Handel im Informationszeitalter, Wiesbaden 2013
Terminierung im Stundenplan	„regulär“ und Stundenplan StarPlan
Leistungsnachweis bei kombinierter Prüfung	

Modul WPF VII 3 411440 Vertriebscontrolling in der Industrie

Ansiedlung im Studium	Hauptstudium
Dauer des Moduls	1 Semester
SWS	4.0
Prüfungsart	lehrveranstaltungsbegleitend durch Klausur
Prüfungsdauer	120
Leistungspunkte (ECTS)	6.0
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Erfolgreiche Absolvierung der Prüfungsleistung.
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Kai D. Kysela
Fachkompetenz: Wissen und Verstehen	Die Studierenden kennen das Aufgabenprofil eines Vertriebscontrollers in einem Industrieunternehmen. Sie sind in der Lage, Chancen und Risiken sich wandelnder Verhältnisse auf den Märkten eines Industrieunternehmens zu antizipieren sowie die unterschiedlichen Betriebsformen des Unternehmens und deren Vertriebsorganisation rechtzeitig neu auszurichten. Sie können in Industrieunternehmen den Einsatz von Multi-Channel-Vertriebskanälen implementieren und deren Niveau der Vertriebsaktivitäten optimieren. Sie beherrschen die wichtigsten Ansätze des strategischen und des operativen Vertriebscontrollings in der Industrie und können diese in praktischen Aufgabenstellungen anwenden.
Fachkompetenz: Fertigkeit, Wissenserschließung	
Personale Kompetenz: Sozialkompetenz	
Personale Kompetenz: Selbständigkeit	
Kompetenzniveau gemäß DQR	
Voraussetzungen für die Teilnahme	
Besonderheiten	
Terminierung im Stundenplan	
Leistungsnachweis bei kombinierter Prüfung	

Veranstaltung WPF VII 3.1 411441 Vertriebscontrolling in der Industrie

Lehrveranstaltungsverantwortliche(r)	
Semester	6
Häufigkeit des Angebots	Sommersemester
Art der Veranstaltung	Vorlesung mit integrierter Übung
Lehrsprache	Deutsch
Veranstaltungsname (englisch)	Sales Controlling in Industrial Enterprises
Leistungspunkte (ECTS)	6.0
SWS	4.0
Workload - Kontaktstunden	60
Workload - Selbststudium	90
Detailbemerkung zum Workload	
Prüfungsart	Lehrveranstaltung ohne Prüfung, hier: Prüfung auf Modulebene
Prüfungsdauer	
Verpflichtung	Pflichtfach
Voraussetzungen für die Teilnahme	keine
Lehr-/Lernmethoden (Lehrformen)	Vorlesung mit integrierter Übung 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.
Fachkompetenz: Fertigkeit und Wissenserschließung	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.
Personale Kompetenz: Sozialkompetenz	---
Personale Kompetenz: Selbständigkeit	---
Kompetenzniveau gemäß DQR	6

Inhalte	Grundlagen des Vertriebscontrollings Organisatorische Verankerung und Prozess des Vertriebscontrollings • Organisatorische Einbindung • Aufgaben und Zielsetzung des Vertriebscontrollings • Funktionen des Vertriebscontrollings Strategisches Vertriebscontrolling: Analysen und Werkzeuge • Delphi-Methode • Szenarioanalyse • Lebenszyklusanalyse • Portfolio-Analyse • Chancen-/Risiken-Analyse • SWOT-Analyse • Erfolgskennzahlen • Balanced Scorecard • Businessplan Operatives Vertriebscontrolling: Analysen und Werkzeuge • Verkaufsinstanzenerechnung • Kundenerfolgsrechnung • Produkterfolgsrechnung • Vertriebsprozesscontrolling
Empfehlung für begleitende Veranstaltungen	
Sonstige Besonderheiten	
Literatur/Lernquellen	Albers, S./Krafft, M.: Vertriebsmanagement: Organisation – Planung – Controlling – Support, 2. Auflage, Wiesbaden 2022; Dietzel, A.: Vertriebscontrolling optimieren: Grundlagen und Praxis, 2. Auflage, Wiesbaden 2020; Hahn, K./Steinhardt, J.: Vertriebscontrolling im Mehrkanal-vertrieb: Kennzahlen und Instrumente, München 2012; Hofbauer, G./Bergmann, S.: Professionelles Controlling in Marketing und Vertrieb: Ein integrierter Ansatz. Mit Kennzahlen und Checklisten, Erlangen 2013; Hofbauer, G./Hellwig, C.: Professionelles Vertriebsmanagement: Der prozessorientierte Ansatz aus Anbieter- und Beschaffersicht, Erlangen 2016, 4. Auflage; Homburg, C./Schäfer, H./Schneider, J.: Sales Excellence: Vertriebsmanagement mit System, Wiesbaden 2016, 8. Auflage; Kühnapfel, J. B.: Vertriebscontrolling, Methoden im praktischen Einsatz, Wiesbaden 2022, 3. Auflage; Polstermüller, C.: Vertriebscontrolling: Instrumente zur Kundenbewertung, Schlagzahlenmanagement in der Praxis, Saarbrücken 2009; Pufahl, M.: Vertriebscontrolling: So steuern Sie Absatz, Umsatz und Gewinn, Wiesbaden 2019, 6. Auflage; Weber, J./Linnenlücke, A./ Krügerke, C.: Herausforderungen im Vertriebsmanagement: Was Controller leisten können, Weinheim 2012; Winkelmann, P.: Vertriebskonzeption und Vertriebssteuerung: Die Instrumente des integrierten Kundenmanagements (CRM), München 2013.

Terminierung im Stundenplan	„regulär“ und Stundenplan StarPlan
Leistungsnachweis bei kombinierter Prüfung	

Modul WPF VIII 1 411370 Ausgewählte Aspekte des Finanzvertriebs

Ansiedlung im Studium	Hauptstudium
Dauer des Moduls	1 Semester
SWS	4.0
Prüfungsart	Prüfungen auf Submodulebene, Note auf Modulebene
Prüfungsdauer	
Leistungspunkte (ECTS)	6.0
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Erfolgreiche Absolvierung der Prüfungsleistung.
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Danny Stadelmayer Prof. Dr. Jens Koch
Fachkompetenz: Wissen und Verstehen	Auf Basis der zentralen Techniken des wissenschaftlichen Arbeitens können die Studierenden eine betriebswirtschaftliche Problemstellung aus den Themengebieten Banken und/oder Versicherungen bearbeiten, wissenschaftliche Erkenntnisse beurteilen sowie eigene Erkenntnisse entwickeln.
Fachkompetenz: Fertigkeit, Wissenserschließung	
Personale Kompetenz: Sozialkompetenz	
Personale Kompetenz: Selbständigkeit	
Kompetenzniveau gemäß DQR	
Voraussetzungen für die Teilnahme	
Besonderheiten	
Terminierung im Stundenplan	
Leistungsnachweis bei kombinierter Prüfung	

Veranstaltung WPF VIII 1.1 411371 Praxisseminar Banken und Versicherungen

Lehrveranstaltungsverantwortliche(r)	Prof. Dr. Danny Stadelmayer
Semester	6
Häufigkeit des Angebots	Sommersemester
Art der Veranstaltung	Seminar mit Übung
Lehrsprache	Deutsch
Veranstaltungsname (englisch)	Seminar paper Banking and Insurance
Leistungspunkte (ECTS)	3.0
SWS	2.0
Workload - Kontaktstunden	30
Workload - Selbststudium	45
Detailbemerkung zum Workload	
Prüfungsart	Lehrveranstaltungbegleitend durch Referat; Note auf Modulebene
Prüfungsdauer	
Verpflichtung	Pflichtfach
Voraussetzungen für die Teilnahme	keine
Lehr-/Lernmethoden (Lehrformen)	Seminar mit Übung
Fachkompetenz: Wissen und Verstehen	---
Fachkompetenz: Fertigkeit und Wissenserschließung	Die Studierenden können eine wissenschaftliche Arbeit zu einer betriebswirtschaftlichen Problemstellung aus den Themengebieten Banken und/oder Versicherungen erstellen. Sie sind in der Lage die zentralen Techniken des wissenschaftlichen Arbeitens eigenständig auf das ihnen gestellte Thema anzuwenden.
Personale Kompetenz: Sozialkompetenz	Die Studierenden sind dazu befähigt, sich in konkreten Arbeitssituationen im Bereich Banken und/oder Versicherungen professionell zu entscheiden. Sie können auch in global verteilten Teams verantwortlich arbeiten und mit sich daraus ergebenden Problemen im Team umgehen.
Personale Kompetenz: Selbständigkeit	Die Studierenden sind in der Lage selbständig bestimmte unternehmerische Situationen im globalen Rahmen zu evaluieren, auf deren Basis eine Entscheidung zu treffen und dazu entsprechend Stellung zu nehmen.
Kompetenzniveau gemäß DQR	6
Inhalte	• Übernahme einer betriebswirtschaftlichen Problemstellung zur eigenständigen Bearbeitung aus den Themengebieten Banken und/oder Versicherungen

	• Abgrenzung der Aufgabenstellung in Abstimmung mit einem(r) hauptamtlichen Professor(in) im Rahmen regelmäßiger Arbeitssitzungen • Umfassende eigenständige Literaturrecherche und -analyse • Erstellung von Gliederungsentwürfen und Diskussion mit einem(r) hauptamtlichen Professor(in) im Rahmen regelmäßiger Arbeitssitzungen • Schriftliche Ausarbeitung des Themas unter Beachtung der formalen Anforderungen an wissenschaftliche Arbeiten sowie Beachtung einer wissenschaftlicher Zitierweise • Mediengestützte Präsentation der Arbeitsergebnisse (wissenschaftlicher Vortrag) und Diskussion mit Zuhörern
Empfehlung für begleitende Veranstaltungen	
sonstige Besonderheiten	
Literatur/Lernquellen	Bänsch, A.; Alewell, D.: Wissenschaftliches Arbeiten (2020), 12. Auflage. Theisen, M. R.: Wissenschaftliches Arbeiten: Technik - Methodik - Form, 15. Auflage (2011).
Terminierung im Stundenplan	„regulär“ und Stundenplan StarPlan
Leistungsnachweis bei kombinierter Prüfung	

Veranstaltung WPF VIII 1.2 411372 Sustainable Finance (Nachhaltige Finanzierung)

Lehrveranstaltungsverantwortliche(r)	Prof. Dr. Jens Koch
Semester	6
Häufigkeit des Angebots	Sommersemester
Art der Veranstaltung	Vorlesung mit integrierter Übung
Lehrsprache	Deutsch
Veranstaltungsname (englisch)	Sustainable Finance
Leistungspunkte (ECTS)	3
SWS	2
Workload - Kontaktstunden	30
Workload - Selbststudium	45
Detailbemerkung zum Workload	
Prüfungsart	Lehrveranstaltungsbegleitend durch Klausur; Note auf Modulebene
Prüfungsdauer	
Verpflichtung	Pflichtfach
Voraussetzungen für die Teilnahme	
Lehr-/Lernmethoden (Lehrformen)	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, regulatorische Vorgaben im ESG Umfeld zu beschreiben und einzuordnen. Sie sind befähigt, ESG-Ratings zu charakterisieren und deren Einsatz an den Finanzmärkten in Bezug auf Investition und Finanzierung zu erklären.
Fachkompetenz: Fertigkeit und Wissenserschließung	Die Studierenden sind befähigt, in Kenntnis der gesetzlichen Grundlagen beim ESG-Reporting mitzuarbeiten. Die Studierenden können Nachhaltigkeitsaspekte im Rahmen einer Finanzierungs- und/oder Investitionsentscheidungen adäquat beleuchten und zielführend anwenden.
Personale Kompetenz: Sozialkompetenz	

Personale Kompetenz: Selbständigkeit	
Kompetenzniveau gemäß DQR	6
Inhalte	1. Einführung in die Thematik 2. Regulatorik a. Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD) b. EU Taxonomieverordnung (EU TaxVO) c. Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz (LkSG) d. Corporate Sustainability Due Dilligence Directive (CSDDD) 3. ESG Accounting a. European Sustainability Reporting Standards (ESRS) b. International Sustainability Standards Board (ISSB): IFRS S1 und S2 c. Herausforderungen und Umsetzung 4. Grundzüge eines ESG Ratings und wichtige Anbieter 5. ESG Finanzierung/Green Finance a. Entwicklung und Bedeutung b. Umsetzung 6. ESG Investment und Allokation a. Entwicklung und Zielkonflikte b. Umsetzung 7. ESG Strategie und Innovation a. Kapitalmarkt b. Realwirtschaft
Empfehlung für begleitende Veranstaltungen	
Sonstige Besonderheiten	
Literatur/Lernquellen	Glaser, Christian: Nachhaltige Finanzwirtschaft: Wie die Vorgaben der Sustainable Finance in Banken und Finanzdienstleistern praxisnah umgesetzt werden können (2021). Kirchhoff, Klaus Rainer; Niefünd, Sönke; von Presentin, Julian A.: ESG: Nachhaltigkeit als strategischer Erfolgsfaktor (2024). Schoenmaker, Dirk; Schramade, Willem: Principles of Sustainable Finance (2022). Smiles, Simon; Purcell, James: Sustainable Investing in Practice: ESG Challenges and Opportunities (2023). Thompson, Simon: Green and Sustainable Finance: Principles and Practice in Banking, Investment and Insurance (2023).
Terminierung im Stundenplan	
Leistungsnachweis bei kombinierter Prüfung	

Modul WPF VIII 2 411410 Marketing und Vertriebsmanagement im Handel I

Ansiedlung im Studium	Hauptstudium
Dauer des Moduls	1 Semester
SWS	4.0
Prüfungsart	lehrveranstaltungsbegleitend durch Klausur
Prüfungsdauer	120
Leistungspunkte (ECTS)	6.0
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Erfolgreiche Absolvierung der Prüfungsleistung.
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Kai Kysela
Fachkompetenz: Wissen und Verstehen	Die Studierenden sind aufgrund der Vermittlung theoretischen Wissens in Verbindung mit praktischen Anwendungsbeispielen aus dem Großhandel und dem Einzelhandel befähigt, Konzepte für grundlegende strategische und operative Fragestellungen im Handelsvertrieb zu erarbeiten. Sie kennen die Elemente einer vollständigen Marketing- und Vertriebsstrategie des Handels und können die sich daraus ergebenden Konsequenzen für die marketingpolitischen Instrumentalbereiche des Handels sowie für die Vertriebsaktionen des Groß- und Einzelhandels ableiten und in konkrete Maßnahmen umsetzen.
Fachkompetenz: Fertigkeit, Wissenserschließung	
Personale Kompetenz: Sozialkompetenz	
Personale Kompetenz: Selbständigkeit	
Kompetenzniveau gemäß DQR	
Voraussetzungen für die Teilnahme	
Besonderheiten	
Terminierung im Stundenplan	
Leistungsnachweis bei kombinierter Prüfung	

Veranstaltung WPF VIII 2.1 411411 Handelsmarketing und Vertriebsaktionen I

Lehrveranstaltungsverantwortliche(r)	
Semester	6
Häufigkeit des Angebots	Sommersemester
Art der Veranstaltung	Vorlesung mit integrierter Übung
Lehrsprache	Deutsch
Veranstaltungsname (englisch)	Trade Marketing & Sales Campaigns I
Leistungspunkte (ECTS)	6.0
SWS	4.0
Workload - Kontaktstunden	60
Workload - Selbststudium	90
Detailbemerkung zum Workload	
Prüfungsart	Lehrveranstaltung ohne Prüfung, hier: Prüfung auf Modulebene
Prüfungsdauer	
Verpflichtung	Pflichtfach
Voraussetzungen für die Teilnahme	keine
Lehr-/Lernmethoden (Lehrformen)	Vorlesung mit integrierter Übung Selbststudium: Vor- und Nachbereitung der Vorlesung, Bearbeitung von Fragestellungen, begleitende Prüfungsvorbereitung
Fachkompetenz: Wissen und Verstehen	Die Studierenden können Grundlegende Begrifflichkeiten wie den Marketing-Mix des Handels charakterisieren. Sie sind in der Lage Methoden der Handelsbetriebslehre einzuordnen, sowie Aktionsbereiche des Handels zu erkennen und zu demonstrieren. Darüber hinaus können sie Marketingstrategien angeben und auf konkrete Vertriebsaktionen übertragen.
Fachkompetenz: Fertigkeit und Wissenserschließung	Die Studierenden können Marketing- und Vertriebsstrategien anfertigen und auswerten. Gleichzeitig sind sie aber auch in der Lage die Vertriebsaktionen zu überprüfen. Ferner können sie die Bedeutung der sich daraus ergebenden Konsequenzen ermitteln und Handlungsempfehlungen ableiten.
Personale Kompetenz: Sozialkompetenz	---
Personale Kompetenz: Selbständigkeit	---

Kompetenzniveau gemäß DQR	6
Inhalte	Begrifflich-konzeptionelle Grundlegung • Marketing und Marketingmanagement • Der Marketing-Mix des Handels • Materielle Methoden (approaches) der Handelsbetriebslehre (insbes. Aktionsanalyse) • Absatzpolitische Aktionsbereiche des Handels Strategische Marketingplanung im Handel • Marketingkonzeption, Zielbildungsprozess und Marketingstrategien nach J. Becker • Die Marketingkonzeption im Handel Aktionsbereiche des Handelsmarketings und Vertriebsaktionen • Gestaltung der Leistungskomponente des Handels - Sortimentsgestaltung - Marktwegegestaltung
Empfehlung für begleitende Veranstaltungen	
Sonstige Besonderheiten	
Literatur/Lernquellen	Haller, S.: Handelsmarketing, Ludwigshafen 2017, 4. Auflage Hansen, U.: Absatz- und Beschaffungsmarketing des Einzelhandels: eine Aktionsanalyse, 2. Auflage, Göttingen, 1990 Kysela, K. D.: Großhandelsmarketing, Bergisch Gladbach 1994 Tietz, B.: Der Handelsbetrieb, 2. Auflage, München 1993 Müller-Hagedorn, L./Toporowski, W./Zielke, S.: Der Handel : Grundlagen - Management - Strategien, 2. Auflage, Stuttgart 2012
Terminierung im Stundenplan	„regulär“ und Stundenplan StarPlan
Leistungsnachweis bei kombinierter Prüfung	

Modul WPF VIII 3 411450 Technische Grundlagen für den Industrievertrieb II

Ansiedlung im Studium	Hauptstudium
Dauer des Moduls	1 Semester
SWS	4.0
Prüfungsart	lehrveranstaltungsübergreifend durch Klausur
Prüfungsdauer	120
Leistungspunkte (ECTS)	6.0
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Erfolgreiche Absolvierung der Prüfungsleistung.
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Kai Kysela
Fachkompetenz: Wissen und Verstehen	Die Studierenden kennen die Einteilung der Fertigungsverfahren in die sechs Hauptgruppen und beherrschen die Möglichkeiten und Grenzen maßgeblicher ur- und umformender, sowie trennender Verfahren. Sie verstehen wichtige Besonderheiten und Verfahrensparameter einzelner Verfahren.
Fachkompetenz: Fertigkeit, Wissenserschließung	
Personale Kompetenz: Sozialkompetenz	
Personale Kompetenz: Selbständigkeit	
Kompetenzniveau gemäß DQR	
Voraussetzungen für die Teilnahme	
Besonderheiten	Es erfolgt eine gemeinsame Prüfung über die Inhalte der Submodule.
Terminierung im Stundenplan	
Leistungsnachweis bei kombinierter Prüfung	

Veranstaltung WPF VIII 3.1 411451 Grundlagen der Fertigungstechnik

Lehrveranstaltungsverantwortliche(r)	
Semester	6
Häufigkeit des Angebots	Sommersemester
Art der Veranstaltung	Vorlesung mit integrierter Übung
Lehrsprache	Deutsch
Veranstaltungsname (englisch)	Manufacturing Technologies
Leistungspunkte (ECTS)	3.0
SWS	2.0
Workload - Kontaktstunden	30
Workload - Selbststudium	45
Detailbemerkung zum Workload	
Prüfungsart	Lehrveranstaltung ohne Prüfung, hier: Prüfung auf Modulebene
Prüfungsdauer	
Verpflichtung	Pflichtfach
Voraussetzungen für die Teilnahme	keine
Lehr-/Lernmethoden (Lehrformen)	Vorlesung mit integrierter Übung Selbststudium: Vor- und Nachbereitung der Vorlesung, Bearbeitung von Fragestellungen, begleitende Prüfungsvorbereitung
Fachkompetenz: Wissen und Verstehen	Die Studierenden können die Fertigungsverfahren in die sechs Hauptgruppen klassifizieren. Sie können die Möglichkeiten und Grenzen maßgeblicher urformender und umformender, sowie trennender Verfahren gegenüberstellen und die technisch relevanten, spezifischen Besonderheiten und Verfahrensparameter einzelner Fertigungsverfahren im Detail gegenüberstellen.
Fachkompetenz: Fertigkeit und Wissenserschließung	Die Studierenden können anhand konstruktiver und werkstofflicher Anforderungen geeignete Verfahren auswählen und kombinieren. Sie können aufgrund ihrer erworbenen Kenntnisse der wichtigen Besonderheiten und Verfahrensparameter industriell bedeutsamer Fertigungsverfahren bei der Konstruktion und Gestaltung sowie bei der Arbeitsvorbereitung einsetzen.
Personale Kompetenz: Sozialkompetenz	---
Personale Kompetenz: Selbständigkeit	---
Kompetenzniveau gemäß DQR	6

Inhalte	Urformen • Gießverfahren, Formentypen • Schwindung und Schrumpfen • Modell und Formenbau • Kunststoffe- und Metallguss • Gießgerechte Gestaltung • CAD-gestützte generative Verfahren (Rapid Prototyping / R. Tooling / R. Manufacturing) Umformen • Freiformen/-schmieden - Gesenkformen • Zug bzw. Druckumformen, Zugdruckumformen • Biegeumformen, Schubumformen • Mögliche Umformgrade • Gestaltungsrichtlinien Trennen • Spanende und spanlose Verfahren • Geometrisch bestimmte Schneide(n) • Geometrisch unbestimmte Schneiden • Zusammenhang Verfahren, Werkzeuggeometrie – Bauteilgeometrie • Gestaltungsrichtlinien
Empfehlung für begleitende Veranstaltungen	
Sonstige Besonderheiten	
Literatur/Lernquellen	Risse, A.: Fertigungsverfahren der Mechatronik, Feinwerk- und Präzisionsgerätetechnik, 1. Auflage, Springer, 2012 Westkämper, E.; Warnecke, H.-J.: Einführung in die Fertigungstechnik, 8. Auflage, Springer, 2010 König, W.; Klocke, F.: Fertigungsverfahren 1 - Drehen, Fräsen, Bohren, 8. Auflage, Springer, 2008 König, W.; Klocke, F.: Fertigungsverfahren 3 - Abtragen, Generieren und Lasermaterialbearbeitung, 4. Auflage, Springer, 2007 König, W.; Klocke, F.: Fertigungsverfahren 4 - Umformen, 5. Auflage, Springer, 2006 Gebhardt, A.: Additive Fertigungsverfahren – Additive Manufacturing und 3D-Drucken für Prototyping – Tooling – Produktion, 6. Auflage, Hanser, München, 2025 Awiszus, B; Bast, J.; u.a.: Grundlagen der Fertigungstechnik, 7. Auflage, Hanser, München, 2020
Terminierung im Stundenplan	„regulär“ und Stundenplan StarPlan

Leistungsnachweis bei kombinierter Prüfung	
---	--

Veranstaltung WPF VIII 3.2 411452 Grundlagen der Elektrotechnik

Lehrveranstaltungsverantwortliche(r)	
Semester	6
Häufigkeit des Angebots	Sommersemester
Art der Veranstaltung	Vorlesung mit integrierter Übung
Lehrsprache	Deutsch
Veranstaltungsname (englisch)	
Leistungspunkte (ECTS)	3.0
SWS	2.0
Workload - Kontaktstunden	30
Workload - Selbststudium	45
Detailbemerkung zum Workload	
Prüfungsart	Lehrveranstaltung ohne Prüfung, hier: Prüfung auf Modulebene
Prüfungsdauer	
Verpflichtung	Pflichtfach
Voraussetzungen für die Teilnahme	keine
Lehr-/Lernmethoden (Lehrformen)	Vorlesung mit integrierter Übung Selbststudium: Vor- und Nachbereitung der Vorlesung, Bearbeitung von Fragestellungen, begleitende Prüfungsvorbereitung
Fachkompetenz: Wissen und Verstehen	Die Studierenden kennen die Grundlagen der Elektrotechnik in Form der theoretischen, physikalischen und chemischen Grundlagen sowie deren mathematische Zusammenhänge. Wesentliche technisch relevante Anwendungsgebiete der Elektrotechnik können Bauteilen zugeordnet werden. Gestaltung von elektrotechnischen Bauteilen und deren Zuordnung in Baugruppen bezogen auf Funktionen und Wirtschaftlichkeit ist verstanden.
Fachkompetenz: Fertigkeit und Wissenserschließung	Das erworbene Wissen kann auf konkrete Problemstellungen angewendet werden.
Personale Kompetenz: Sozialkompetenz	
Personale Kompetenz: Selbständigkeit	
Kompetenzniveau gemäß DQR	

Inhalte	• Übersicht physikalischer mathematischer Grundlagen der Elektrotechnik • Elektrische- und magnetische-Felder • Strom, Widerstand und Spannung • Werkstoffe der Elektrotechnik, Magnetwerkstoffe, Leiter und Halbleiter • Übersicht elektrotechnischer Bauteile, Herstellungsverfahren und Geschichte • Elektrische Maschinen • Elektromobilität • Regenerative Energien, Solar und Wasserstofftechnik • Fertigungsgerechte Gestaltungsrichtlinien von elektrischen Bauteilen
Empfehlung für begleitende Veranstaltungen	
Sonstige Besonderheiten	
Literatur/Lernquellen	
Terminierung im Stundenplan	„regulär“ und Stundenplan StarPlan
Leistungsnachweis bei kombinierter Prüfung	

Modul WPF IX 1 411480 Business Simulation “Finance”

Ansiedlung im Studium	Hauptstudium
Dauer des Moduls	1 Semester
SWS	4
Prüfungsart	lehrveranstaltungsübergreifend durch praktische Arbeit
Prüfungsdauer	
Leistungspunkte (ECTS)	8
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Jens Koch
Lehr-, Lern- und Prüfungsformen	
Lerninhalte	
Fachkompetenz: Wissen und Verstehen	
Fachkompetenz: Fertigkeit, Wissenserschließung	
Personale Kompetenz: Sozialkompetenz	
Personale Kompetenz: Selbständigkeit	
Kompetenzniveau gemäß DQR	
Voraussetzungen für die Teilnahme	
Besonderheiten / Verwendbarkeit	
Terminierung im Stundenplan	
Leistungsnachweis bei kombinierter Prüfung	

Veranstaltung WPF IX 1.1 411481 Business Simulation „Finance“

Lehrveranstaltungsverantwortliche(r)	Prof. Dr. Jens Koch
Semester	7
Häufigkeit des Angebots	Wintersemester
Art der Veranstaltung	Seminar mit Übung
Lehrsprache	Deutsch
Veranstaltungsname (englisch)	Business Simulation „Finance“
Leistungspunkte (ECTS)	8.0
SWS	4.0
Workload - Kontaktstunden	60
Workload - Selbststudium	140
Detailbemerkung zum Workload	
Prüfungsart	Lehrveranstaltung ohne Prüfung, hier: Prüfung auf Modulebene
Prüfungsdauer	---
Verpflichtung	Pflichtfach
Voraussetzungen für die Teilnahme	keine
Lehr-/Lernmethoden (Lehrformen)	Seminar mit Übung
Fachkompetenz: Wissen und Verstehen	---
Fachkompetenz: Fertigkeit und Wissenserschließung	Die Studierenden sind in der Lage, im Rahmen der Unternehmenssimulation spezifische bankbetriebswirtschaftliche Situationen zu analysieren, zielorientiert eine Lösung zu entwickeln, diese vorzustellen und zu vertreten.
Personale Kompetenz: Sozialkompetenz	Die Studierenden können im Rahmen des Planspiels Arbeitsergebnisse gemeinsam erarbeiten und die getroffenen Entscheidungen und Arbeitsergebnisse insbesondere Form von Präsentationen vertreten.
Personale Kompetenz: Selbständigkeit	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
Inhal	Auf Basis einer IT-gestützten Unternehmenssimulation übernehmen die Studierenden in Teams die Steuerung einer Bank. Den Teams kommen dabei schwerpunktmäßig die nachfolgenden Aufgaben zu:

	1. Volumen- und Zinsgeschäft 2. Vermögensverwaltung 3. Investment Banking 4. Einhaltung von regulatorischen Anforderungen 5. Zielgruppen- und Konkurrenzanalyse 6. Marketing 7. Personalmanagement
Empfehlung für begleitende Veranstaltungen	
Sonstige Besonderheiten	
Literatur/Lernquellen	Planspielspezifische Literatur wird zu Beginn der Veranstaltung zur Verfügung gestellt
Terminierung im Stundenplan	„regulär“ und Stundenplan StarPlan
Leistungsnachweis bei kombinierter Prüfung	

Modul WPF IX 2 411490 Marketing und Vertriebsmanagement im Handel II

Ansiedlung im Studium	Hauptstudium
Dauer des Moduls	1 Semester
SWS	6.0
Prüfungsart	lehrveranstaltungsübergreifend durch Klausur
Prüfungsdauer	180
Leistungspunkte (ECTS)	8.0
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Erfolgreiche Absolvierung der Prüfungsleistung.
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Christian Buske, Prof. Dr. Kai D. Kysela
Fachkompetenz: Wissen und Verstehen	Die Studierenden sind aufgrund der Vermittlung theoretischen Wissens in Verbindung mit praktischen Anwendungsbeispielen aus dem Großhandel und dem Einzelhandel befähigt, Konzepte für grundlegende strategische und operative Fragestellungen im Handelsvertrieb zu erarbeiten. Sie kennen die Elemente einer vollständigen Marketing- und Vertriebsstrategie des Handels und können die sich daraus ergebenden Konsequenzen für die marketingpolitischen Instrumentalbereiche des Handels sowie für die Vertriebsaktionen des Groß- und Einzelhandels ableiten und in konkrete Maßnahmen umsetzen.
Fachkompetenz: Fertigkeit, Wissenserschließung	
Personale Kompetenz: Sozialkompetenz	
Personale Kompetenz: Selbständigkeit	
Kompetenzniveau gemäß DQR	
Voraussetzungen für die Teilnahme	
Besonderheiten	Es erfolgt eine gemeinsame Prüfung über die Inhalte der Submodule.
Terminierung im Stundenplan	
Leistungsnachweis bei kombinierter Prüfung	

Veranstaltung WPF IX 2.1 411491 Handelsmarketing und Vertriebsaktionen II

Lehrveranstaltungsverantwortliche(r)	
Semester	7
Häufigkeit des Angebots	Wintersemester
Art der Veranstaltung	Vorlesung mit integrierter Übung
Lehrsprache	Deutsch
Veranstaltungsname (englisch)	Trade Marketing & Sales Campaigns II
Leistungspunkte (ECTS)	3.0
SWS	2.0
Workload - Kontaktstunden	30
Workload - Selbststudium	45
Detailbemerkung zum Workload	
Prüfungsart	Lehrveranstaltung ohne Prüfung, hier: Prüfung auf Modulebene
Prüfungsdauer	
Verpflichtung	Pflichtfach
Voraussetzungen für die Teilnahme	keine
Lehr-/Lernmethoden (Lehrformen)	Vorlesung mit integrierter Übung Selbststudium: Vor- und Nachbereitung der Vorlesung, Bearbeitung von Fragestellungen, begleitende Prüfungsvorbereitung
Fachkompetenz: Wissen und Verstehen	Die Studierenden können die verschiedenen Leistungskomponenten des Handels benennen und erklären. Darüber hinaus sind sie befähigt die Preis- und Konditionspolitik als Gegenleistungsforderung des Handels aufzuführen und abzugrenzen.
Fachkompetenz: Fertigkeit und Wissenserschließung	Die Studierenden sind in der Lage ihr Wissen und Verständnis über die Gestaltung der Komponenten wie bspw. Standort, Logistik und Kommunikation anzuwenden. Sie können Vertriebsaktionen des Groß- und Einzelhandel erstellen und Gegenleistungsanforderungen konzipieren.
Personale Kompetenz: Sozialkompetenz	---
Personale Kompetenz: Selbständigkeit	---
Kompetenzniveau gemäß DQR	6

Inhalte	Aktionsbereiche des Handelsmarketings und Vertriebsaktionen (Fortsetzung) • Gestaltung der Leistungskomponente des Handels - Gestaltung des Standortes und der Logistik - Gestaltung des Serviceprogrammes - Gestaltung der Kommunikation • Gestaltung der Gegenleistungsforderung des Handels - Preispolitik - Konditionenpolitik
Empfehlung für begleitende Veranstaltungen	
Sonstige Besonderheiten	
Literatur/Lernquellen	Haller, S.: Handels-Marketing, Ludwigshafen 2017, 4. Auflage Hansen, U.: Absatz- und Beschaffungsmarketing des Einzelhandels: eine Aktionsanalyse, 2. Auflage, Göttingen, 1990 Kysela, K. D.: Großhandelsmarketing, Bergisch Gladbach 1994 Tietz, B.: Der Handelsbetrieb, 2. Auflage, München 1993 Müller-Hagedorn, L.; Toporowski, W.; Zielke, S.: Der Handel: Grundlagen - Management - Strategien, 2. Auflage, Stuttgart 2012
Terminierung im Stundenplan	„regulär“ und Stundenplan StarPlan
Leistungsnachweis bei kombinierter Prüfung	

Veranstaltung WPF IX 2.2 411492 E-Commerce im Handel

Lehrveranstaltungsverantwortliche(r)	
Semester	7
Häufigkeit des Angebots	Wintersemester
Art der Veranstaltung	Vorlesung mit integrierter Übung
Lehrsprache	Englisch
Veranstaltungsname (englisch)	E-Commerce
Leistungspunkte (ECTS)	5.0
SWS	4.0
Workload - Kontaktstunden	60
Workload - Selbststudium	65
Detailbemerkung zum Workload	
Prüfungsart	Lehrveranstaltung ohne Prüfung, hier: Prüfung auf Modulebene
Prüfungsdauer	
Verpflichtung	Pflichtfach
Voraussetzungen für die Teilnahme	keine
Lehr-/Lernmethoden (Lehrformen)	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. Sie können die Geschäftssysteme und Erfolgsfaktoren im E-Commerce definieren und diese gegenüberstellen. Ferner können sie die Bedeutung von Risk Benefit im Online-Handel ermitteln und Lösungsansätze ableiten.
Fachkompetenz: Fertigkeit und Wissenserschließung	Die Studierenden sind befähigt die Chancen und Herausforderungen im E-Commerce zu analysieren und sind gleichzeitig befähigt handlungsalternativen für die Praxis abzuleiten. Darüber hinaus sind sie in der Lage Empfehlungen unter Berücksichtigung einer Risiko-Nutzen-Analyse umzusetzen.
Personale Kompetenz: Sozialkompetenz	---
Personale Kompetenz: Selbständigkeit	---
Kompetenzniveau gemäß DQR	6

Inhalte	Introduction Digital B2C Models • Overview • Content • Commerce • Context • Connection Online Marketing • From Push to Pull • Corporate Website • Search engine optimization • Online advertising • Search engine advertising Social Media Marketing • Social Media basics • Deep dive platforms • Social media ad campaigns • Influencer Marketing Digital B2B Marketing
Empfehlung für begleitende Veranstaltungen	
Sonstige Besonderheiten	
Literatur/Lernquellen	Wirtz B.; Digital Business and Electronic Commerce, 2024, 2. Auflage Kreutzer R.; Online Marketing; 2026, 4. Auflage Kelsey T.; Introduction to Social Media Marketing, 2017 Seebacher U.; B2B Marketing; 2021
Terminierung im Stundenplan	„regulär“ und Stundenplan StarPlan
Leistungsnachweis bei kombinierter Prüfung	

Modul WPF IX 3 411500 Vertriebsmanagement IV

Ansiedlung im Studium	Hauptstudium
Dauer des Moduls	1 Semester
SWS	6.0
Prüfungsart	lehrveranstaltungsübergreifend durch Referat
Prüfungsdauer	
Leistungspunkte (ECTS)	8.0
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Erfolgreiche Absolvierung der Prüfungsleistung.
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Christian Buske, Prof. Dr. Maren Lay
Fachkompetenz: Wissen und Verstehen	Die Studierenden sind in der Lage eine Problemstellung aus den Bereichen des Vertriebsmanagements, des Marketings und der Marktforschung im Rahmen einer wissenschaftlichen Arbeit zu bearbeiten. Sie sind in der Lage die zentralen Techniken des wissenschaftlichen Arbeitens auf das Thema anzuwenden. Sie erwerben vertieftes Wissen über verschiedene Führungsaspekte und -formen. Über das Kennenlernen der Vor- und Nachteile der verschiedenen Stile sowie durch die Diskussion ausgewählter Probleme werden die Studierenden in die Lage versetzt, konkrete Situationen zu analysieren und zu bewerten.
Fachkompetenz: Fertigkeit, Wissenserschließung	
Personale Kompetenz: Sozialkompetenz	
Personale Kompetenz: Selbständigkeit	
Kompetenzniveau gemäß DQR	
Voraussetzungen für die Teilnahme	
Besonderheiten	Es erfolgt eine gemeinsame Prüfung über die Inhalte der Submodule.
Terminierung im Stundenplan	
Leistungsnachweis bei kombinierter Prüfung	

Veranstaltung WPF IX 3.1 411501 Vertriebsmanagement in der industriellen Praxis

Lehrveranstaltungsverantwortliche(r)	
Semester	7
Häufigkeit des Angebots	Wintersemester
Art der Veranstaltung	Seminar mit Übung
Lehrsprache	Englisch
Veranstaltungsname (englisch)	Sales Management in Industrial Practice
Leistungspunkte (ECTS)	5.0
SWS	4.0
Workload - Kontaktstunden	60
Workload - Selbststudium	65
Detailbemerkung zum Workload	
Prüfungsart	1 PR; Note auf Modulebene
Prüfungsdauer	
Verpflichtung	Pflichtfach
Voraussetzungen für die Teilnahme	keine
Lehr-/Lernmethoden (Lehrformen)	Seminar und Übung
Fachkompetenz: Wissen und Verstehen	Die Studierenden können eine wissenschaftliche Arbeit zu einer Problemstellung aus den Bereichen des Vertriebsmanagements, des Marketing und der Marktforschung sowie verwandter Gebiete erstellen. Sie sind in der Lage die zentralen Techniken des wissenschaftlichen Arbeitens eigenständig auf das ihnen gestellte Thema anzuwenden.
Fachkompetenz: Fertigkeit und Wissenserschließung	Die Studierenden sind dazu befähigt, sich in konkreten Arbeitssituationen im Vertriebsmanagement, Marketing und der Marktforschung oder ähnlichen Bereichen von Industriebetrieben professionell zu entscheiden. Sie können auch in global verteilten Teams verantwortlich arbeiten und mit sich daraus ergebenden Problemen im Team umgehen.
Personale Kompetenz: Sozialkompetenz	---
Personale Kompetenz: Selbständigkeit	---
Kompetenzniveau gemäß DQR	6

Inhalte	Die konkreten Inhalte der Seminararbeit hängen von der jeweiligen Aufgabenstellung ab, die durch die Dozenten und die Studierenden individuell zu erarbeiten sind. Die Themen sollen aus den Bereichen des Vertriebsmanagements, des Marketing und der Marktforschung sowie verwandter Gebiete gewählt werden und müssen in einem engen sachlichen Zusammenhang zum Vertiefungsbereich „Industrie“ des Studiengangs Management und Vertrieb stehen
Empfehlung für begleitende Veranstaltungen	
Sonstige Besonderheiten	
Literatur/Lernquellen	Die Literatur ist durch die Studierenden – in enger Abstimmung mit den Dozenten - in Abhängigkeit der Themenstellung – auszuwählen
Terminierung im Stundenplan	„regulär“ und Stundenplan StarPlan
Leistungsnachweis bei kombinierter Prüfung	

Veranstaltung WPF IX 3.2 411502 Sozial- und Führungskompetenzen im Vertrieb

Lehrveranstaltungsverantwortliche(r)	
Semester	7
Häufigkeit des Angebots	Wintersemester
Art der Veranstaltung	Seminar mit Übung
Lehrsprache	Deutsch
Veranstaltungsname (englisch)	Social & Leadership Skills
Leistungspunkte (ECTS)	3.0
SWS	2.0
Workload - Kontaktstunden	30
Workload - Selbststudium	45
Detailbemerkung zum Workload	
Prüfungsart	1 PR; Note auf Modulebene
Prüfungsdauer	
Verpflichtung	Pflichtfach
Voraussetzungen für die Teilnahme	keine
Lehr-/Lernmethoden (Lehrformen)	Seminar und Übung
Fachkompetenz: Wissen und Verstehen	Die Studierenden sind in der Lage verschiedene Führungsaspekte und -formen zu benennen und zu erklären. Darüber hinaus können die Studierenden ausgewählte Methoden und Techniken voneinander abgrenzen. Sie sind in der Lage soziopsychologische Aspekte zu charakterisieren und im Plenum zu erklären.
Fachkompetenz: Fertigkeit und Wissenserschließung	Die Studierenden sind befähigt ihr Wissen und Verständnis über verantwortungsbewusstes Handeln für die Lösung von Problemen aus dem Bereich Führung anzuwenden. Sie können konkrete Situationen des Führungsalltags analysieren und bewerten sowie die Bedeutung für das Verhalten in der Gruppe ableiten. Die Studierenden fertigen Handlungsempfehlungen an und stellen diese im Plenum vor.
Personale Kompetenz: Sozialkompetenz	---
Personale Kompetenz: Selbständigkeit	---
Kompetenzniveau gemäß DQR	6

Inhalte	1. Relevanz von Sozial- und Führungskompetenz 2. Aufgabe und Rollen(konflikte) einer Führungskraft 3. Führungstheorien und Führungserfolg • Eigenschafts- und Persönlichkeitsorientierte Ansätze • Verhaltensorientierte Ansätze • Situative Führungsansätze 4. Mitarbeiter- und Teamführung • Motivationstheorien • Teambuilding und Effekte sozialen Einflusses • Performancemanagement • Changemanagement • Agile & Digital Leadership
Empfehlung für begleitende Veranstaltungen	
Sonstige Besonderheiten	
Literatur/Lernquellen	Jeweils die aktuelle Auflage: Graevenstein, A.J./ Hintz, J.: Erfolgreiche Mitarbeiterführung durch soziale Kompetenz, Springer, Berlin Kaudela-Baum, S.; Meldau, S.; Brasser, M.: Leadership und People Management: Führung und Kollaboration in Zeiten der Digitalisierung und Transformation. Springer, Berlin Kotter, J.P.: Leading Change. Harvard Business Review Press Krass, P. (Hrsg.): The Book of Leadership Wisdom: Classic Writings by Legendary Business Leaders, New York Lundin, S. C./Paul, H./Christensen, J.: FISH! A Remarkable Way to Boost Morale and Improve Results, London Petry, T. (Hrsg.): Digital Leadership. Erfolgreiches Führen in Zeiten der Digital Economy, Freiburg van Dick, R., West, M.: Teamwork, Teamdiagnose, Teamentwicklung, Hogreve, Göttingen Yukl, G. A.: Leadership in Organizations, Upper Saddle River The Leadership Quarterly Journal of Leadership Studies Journal of Leadership & Organizational Studies
Terminierung im Stundenplan	„regulär“ und Stundenplan StarPlan
Leistungsnachweis bei kombinierter Prüfung	

Modul P (übergreifend) 411320 Praktisches Studiensemester

Veranstaltung P Modulnummer Praktisches Studiensemester

Ansiedlung im Studium	Hauptstudium
Dauer des Moduls	1 Semester
SWS	
Prüfungsart	Prüfungsvorleistung durch Referat
Prüfungsdauer	
Leistungspunkte (ECTS)	30.0
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Erfolgreiche Absolvierung der Prüfungsleistung. Ablauf: Im 4. Semester: • Vorbereitung der Bewerbungsunterlagen • Auswahl der in Frage kommenden Betriebe und Praktikumsstellen • Ausarbeitung eines Praktikumsplans Im 5. Semester: Betreute Praxisphase in geeigneten Unternehmen oder Institutionen im Inland oder Ausland (mind. 100 Präsenztage) Im 6. Semester: Nachbereitung des praktischen Studiensemesters durch • Dokumentation der praktischen Erfahrungen durch Ausarbeitung eines Berichts über das praktische Studiensemester • Kurzdokumentation der praktischen Erfahrungen und Bewertung des Praxiseinsatzes per Fragebogen
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Andreas Gary
Lehr-, Lern- und Prüfungsformen	
Lerninhalte	

Fachkompetenz: Wissen und Verstehen	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 dieses durch die Anwendung in der Praxis. Die Studierenden erkennen die Relevanz des Studiums für die Berufspraxis. Das praktische Studiensemester soll auch dazu dienen, das selbständige und eigenverantwortlichen Handeln der Studierenden zu fördern. Nach Abschluss des praktischen Studiensemesters sollen die Studierenden praktische Erfahrungen in den Bereichen, für die der Studiengang ausbildet, gesammelt haben, um für den weiteren Verlauf des Studiums und/oder für die Bachelorthesis wichtige Impulse zu erhalten.
Fachkompetenz: Fertigkeit, Wissenserschließung	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.
Personale Kompetenz: Sozialkompetenz	Die Studierenden sind befähigt, verantwortlich in betrieblichen Teams zu arbeiten. Sie sind in der Lage fachbezogene Probleme und Lösungen argumentativ zu vertreten und diese im Team weiterzuentwickeln.
Personale Kompetenz: Selbständigkeit	Die Studierenden sind in der Lage die eigen- und fremdgesetzten Arbeits- und Lernziele selbständig zu reflektieren und zu bewerten. Sie können die Ziele selbstgesteuert verfolgen und verantworten und können Konsequenzen für die Gestaltung von Arbeitsprozessen im Team ziehen.
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.
Besonderheiten / Verwendbarkeit	Lehrform: • 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. • Kurzdokumentation der praktischen Erfahrungen und Bewertung des Praxiseinsatzes per Fragebogen
Terminierung im Stundenplan	

Leistungsnachweis bei kombinierter Prüfung	
--	--

Modul BT (übergreifend) 411510 Bachelor Thesis

Veranstaltung BT Modulnummer Bachelor Thesis

Diese Veranstaltung ist Pflichtveranstaltung im Modul

Lehrveranstaltungsverantwortliche(r)	Prof. Dr. Kai D. Kysela
Semester	7
Häufigkeit des Angebots	Wintersemester
Art der Veranstaltung	
Lehrsprache	Deutsch
Veranstaltungsname (englisch)	Bachelor's Thesis
Leistungspunkte (ECTS)	12.0
SWS	
Workload - Kontaktstunden	
Workload - Selbststudium	
Detailbemerkung zum Workload	
Prüfungsart	Abschlussarbeit (Bachelorarbeit)
Prüfungsdauer	
Verpflichtung	Pflichtfach
Voraussetzungen für die Teilnahme	Praktisches Studiensemester
Lehr-/Lernmethoden (Lehrformen)	
Fachkompetenz: Wissen und Verstehen	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.
Fachkompetenz: Fertigkeit und Wissenserschließung	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 abwägen und beurteilen. Sie sind in der Lage die Prinzipien des wissenschaftlichen Arbeitens strikt einzuhalten.
Personale Kompetenz: Sozialkompetenz	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 und Lösungen ihrer gestellten Thematik gegenüber Fachleuten argumentativ vertreten und mit ihnen weiterentwickeln.

Personale Kompetenz: Selbständigkeit	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.
Kompetenzniveau gemäß DQR	6
Inhalte	
Empfehlung für begleitende Veranstaltungen	
Sonstige Besonderheiten	Lehrform: Schriftliche Arbeit unter Anleitung und Hilfestellung von betreuenden Professoren bzw. von geeigneten Personen aus Betrieben, Institutionen.
Literatur/Lernquellen	
Terminierung im Stundenplan	
Leistungsnachweis bei kombinierter Prüfung	

