

Module / Teilmodule Modules	Lernziele / Lehrinhalte Learning objectives / content	Sem	P	Workload (in h)		CP	Dozent Lecturer
				K	S		
Betriebswirtschaftslehre (Business Administration)	Ziel ist es, die Studenten mit den Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre vertraut zu machen. In Übungsteilen sollen die Studenten das Wissen anwenden und bewerten lernen. Neben einem Überblick zu Begriffen, Funktionen und Rechtsformen wird in diesem Modul die Buchführung als grundlegendes Instrument der Betriebswirtschaftslehre behandelt. Das Modul soll das Denken in Zusammenhängen und die selbständige Beurteilung von betriebswirtschaftlichen Zusammenhängen fördern.	1	K 90			6	
Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre (Basics of Business Administration)	Einordnung der Betriebswirtschaftslehre in die wissenschaftlichen Disziplinen, Formal- und Sachziele der Betriebe und deren Messbarkeit durch Kenngrößen, Produktionsfaktoren, Rechtsformen von Betrieben, Kooperationen und Zusammenschlüsse von Betrieben, Betriebliche Funktionen.	1		28	62	3	Prof. Dr. Hurth / Prof. Dr. Helpup
Finanzbuchhaltung (Financial accounting)	Einführung in das betriebliche Rechnungswesen, Grundlagen der Finanzbuchhaltung (Inventur, Inventar, Bilanz), Grundlagen für die Buchung von Geschäftsvorfällen (Organisation der Buchhaltung, Buchen auf Bestands-, Erfolgs-, Privatkonten, sachliche Abgrenzung), Buchung unterschiedlicher Geschäftsvorfälle (Lohn- und Gehaltsabrechnung, Umsatzsteuer, Mieten, Zinsen, Anlagenwirtschaft und Warenverkehr), vorbereitende Abschlussbuchungen (Forderungsbewertung, zeitliche Abgrenzung, Rückstellungen).	1		28	62	3	Prof. Dr. Stobbe / Dipl.-Kff. Kunst
Funktionen der BWL (Functions of Business Administration)	Ziel ist es, die Studenten mit den wesentlichen Funktionen der Betriebswirtschaftslehre vertraut zu machen. Neben der Beschaffung und der Produktion wird der Absatz als dritte betriebswirtschaftliche	1	K 90			6	

Module / Teilmodule Modules	Lernziele / Lehrinhalte Learning objectives / content	Sem	P	Workload (in h)		CP	Dozent Lecturer
				K	S		
	Primärfunktion erörtert, um eine ganzheitliche Betrachtung der betrieblichen Wertschöpfungskette zu gewährleisten.						
Beschaffung und Produktion (Procurement and production)	Funktionen, Typologie, Organisation der Beschaffung und Produktion, Produktionsfaktoren und Produkte der industriellen Produktion.	1		28	62	3	Dipl.-Kfm. Zeranski
Absatz/Marketing (Sales/Marketing)	Marketingumfeld, Verhaltens- und Informationsgrundlagen, Strategische Marketingplanung, Marketingmix-Instrumente (Preis, Produkt, Distribution, Kommunikation und Personal) Marketingkoordination.	1		28	62	3	Prof. Dr. Hoffmeister/ Prof. Dr. Helpup
Einführung in Informatik und Recht (Introduction to Informatics and Law)	Die Studierenden erhalten ein Basiswissen in den Fachgebieten Informatik und Recht. Es werden Gesamtzusammenhänge innerhalb des jeweiligen Fachgebiets verdeutlicht, die ein grundlegendes Verständnis über den Aufbau und die Systematik der Gebiete vermitteln.	1	K 90			6	
Einführung in die Wirtschaftsinformatik (Introduction to business computing)	Einordnung der Wirtschaftsinformatik, Grundbegriffe, Hard- und Software, Algorithmen und Programmiersprachen, Rechnernetze, Einführung in Datenbanken, betriebliche Informationssysteme und weitere Anwendungen; einfache Programmierübungen	1		28	62	3	Dipl.- Inform. Schobert
Einführung in das Recht (Introduction to law)	Internationales Recht: Ziele, Organe und Struktur der UNO; Europäisches Recht: Ziele, Aufbau und Organe der EU; EU-Recht, insbes. EU-Verordnungen und EU-Richtlinien; Nationales Recht: Abgrenzung öffentliches Recht und Privatrecht, Verfassungs- und Verwaltungsrecht, Einführung in das BGB; Methodik der juristischen Falllösung	1		28	62	3	Dipl.-jur. Hunold
Mathematik für Wirtschaftswissenschaftler (Mathematics for	Die Studierenden sollen die mathematischen Hintergründe jener Methoden der Wirtschaftswissenschaften kennen, welche Aussagen der Analysis und der Linearen Algebra benutzen. Sie	1	K 90			6	

Module / Teilmodule Modules	Lernziele / Lehrinhalte Learning objectives / content	Sem	P	Workload (in h)		CP	Dozent Lecturer
				K	S		
<i>Economists)</i>	sollen in der Lage sein, auf Mathematik basierende Modelle in den Wirtschaftswissenschaften anzuwenden.						
Analysis (Analysis)	Folgen, Reihen, Reellwertige Funktionen einer und mehrerer Variablen (Stetigkeit, Differenzierbarkeit).	1		28	62	3	Prof. Dr. Dr. Kunze / Dr. Fitschen-Lischewski
Lineare Algebra (Linear algebra)	Vektoren und Matrizen, Lineare Gleichungssysteme, Gauß-Algorithmus.	1		28	62	3	Prof. Dr. Dr. Kunze / Dr. Fitschen-Lischewski
Methodenkompetenz (Study Methods)	Die Studierenden sollen zum wissenschaftlichen Arbeiten befähigt werden, indem sie unter Anleitung eine wissenschaftliche Arbeit zu einem Thema der allgemeinen BWL verfassen. Darüber hinaus sollen sie Arbeits- und Präsentationstechniken kennen lernen und anwenden können und im Umgang mit Problemen kreative Lösungsstrategien entwickeln.	1 - 2				6	
Problemlösungs- kompetenz (Problem-solving skills)	Über konkrete, in Kleingruppen zu erarbeitende Aufgaben reflektieren und entwickeln die Studierenden eine eigene Haltung zu folgenden Lerninhalten: Methoden zur Ideenfindung Regeln für eine effektive Teamarbeit, Lernen in Teams, Reflexion des eigenen Lernprozesses und Entwicklung eines Lernkonzepts. Das Modul beinhaltet außerdem eine Informationsveranstaltung des Prüfungsausschusses in Wolfsburg, für die Anwesenheitspflicht besteht.	1	T, Pa	30		1	Strauch
Arbeits- und Präsentationstechniken (Work and presentation techniques)	Arbeitstechniken: Grundlagen des Zeitmanagement, Kreativität und Problemlösung; Präsentationstechniken: Visualisierung, Kommunikation, Grundlagen der Rhetorik und Körpersprache.	1	T, R	30	30	2	Diverse Dozenten
Wirtschaftswissen- schaftliche Methodik (Economic methodology)	Einführung, Planung/Vorbereitung/Recherche, Materialauswahl/Arbeitsgliederung, Manuskript/Enderstellung/Formalien, Häufige Fehler in wissenschaftlichen Arbeiten Grundlagen der Wissenschaftstheorie.	2	HA	12	78	3	Diverse Dozenten

Module / Teilmodule Modules	Lernziele / Lehrinhalte Learning objectives / content		Sem	P	Workload (in h)		CP	Dozent Lecturer
					K	S		
Wirtschaftsenglisch (Business English)	Die in der Lehrveranstaltung verwendeten Materialien erlauben eine situationsbezogene Auseinandersetzung mit fachlich relevanten Themen: Business Organisations, Marketing, Advertising, Brands, Finance, Sales and Distribution, Accounting, Quality, Economics. Die geübten linguistischen Fertigkeiten umfassen Themen wie Commercial Correspondence, Presentation Techniques sowie Socialising.	<i>The materials used in the course prepare students to deal appropriately with business-related topics and situations such as: business organisations, marketing, advertising, brands, finance, sales and distribution, accounting, quality, economics. The linguistic skills practised include topics such as commercial correspondence, presentation techniques and socialising.</i>	1-2	K 120			6	
Wirtschaftsenglisch 1 (Business English 1)	Terminologie und sprachliche Mittel aus den Bereichen Studium der Betriebswirtschaftslehre, Unternehmensstrukturen, Marketing, Money and Payment, Sales and Distribution. Praktische Übungen zu Themen wie Graph Description, Applications, Commercial Correspondence.	<i>Terminology and linguistic instruments from business management studies, corporate structures, marketing, money and payment, sales and distribution. Practical exercises on topics such as graph description, applications, commercial correspondence.</i>	1		28	62	3	Diverse Dozenten des Sprachenzentrums
Wirtschaftsenglisch 2 (Business English 2)	Terminologie und sprachliche Mittel aus den Bereichen Finance, Accounting, Quality, Advertising, Brands und Economics. Themen aus dem Bereich der interkulturellen Kompetenz.	<i>Terminology and linguistic instruments from the areas of finance, accounting, quality, advertising, brands and economics. Topics relating to intercultural competence.</i>	2		28	62	3	Diverse Dozenten des Sprachenzentrums
Finanz- und Rechnungswesen (Investment and Costing)	Die Studierenden kennen die Grundlagen des Finanz- und Rechnungswesens. Sie sind in der Lage, die wesentlichen Instrumente der Kosten- und Leistungsrechnung, der Bilanzierung nach handelsrechtlichen und steuerrechtlichen Vorschriften sowie der Finanz- und Investitionsrechnung anzuwenden und im Rahmen konkreter Entscheidungssituationen zu beurteilen.	<i>The students are familiarised with the foundations of finance and accounting. They are able to apply the key instruments of cost and activity accounting, account balancing according to commercial and fiscal regulations as well as cashflow statement and investment, and assess these as part of concrete decision-making situations.</i>	2	K 180			12	
Kosten- und Leistungsrechnung (Cost and activity accounting)	Begriffe, Aufgaben und Aufbau der Kosten- und Leistungsrechnung; Kostenartenrechnung, Kostenstellenrechnung, Kostenträgerstückrechnung, Kostenträgerzeitrechnung; Systeme der Kosten- und Leistungsrechnung.	<i>Terms, tasks and structure of cost and activity accounting; cost classification, cost-centre accounting, product unit costing, product period costing; cost and activity accounting systems.</i>	2		42	78	4	Prof. Dr. Capelle / Dipl.-Kfm. Volkmann
Bilanzen (Account balancing)	Grundlagen der Bilanzierung, Ansatz, Ausweis und Bewertung von Bilanzposten im Einzelabschluss, Gewinn- und Verlustrechnung, Anhang, Lagebericht. Es werden die Grundlagen der Rechnungslegung nach HGB und steuerrechtlichen Vorschriften	<i>Foundations of book-keeping, recognising, presenting and measuring balance-sheet items in single-entity financial statements, profit and loss accounting, appendices, management reports. The foundations of accounting according to the</i>	2		42	78	4	Herr Palabiyik, M.A.

Module / Teilmodule Modules	Lernziele / Lehrinhalte Learning objectives / content	Sem	P	Workload (in h)		CP	Dozent Lecturer
				K	S		
	vermittelt. Die Studierenden besitzen solide Kenntnisse über handelsrechtlich und steuerrechtlich anerkannte Bilanzierungsvorschriften. Zudem können die Studierenden komplexe und spezialisierte Problemfelder aus dem Themengebiet Rechnungslegung nach handelsrechtlichen und steuerrechtlichen Vorschriften systematisch und verständlich aufarbeiten. Des Weiteren haben die Studierenden die Fähigkeit, handelsrechtliche und steuerbilanzpolitische Wahlrechte zielorientiert einzusetzen. Sie können komplexe Bilanzierungsprobleme systematisch richtig einordnen und Bilanzpositionen rechnerisch eigenständig entwickeln. Sie können fundierte Urteile über die Wirkung und Zweckerfüllung bilanzrechtlicher Normen (HGB, Steuerrechtliche Vorschriften) abgeben.						
Investition und Finanzierung (Investment and financing)	Begriffliche Grundlagen der Finanzwirtschaft; statische und dynamische Verfahren der Investitionsrechnung unter Sicherheit; Grundlagen der Investitionsrechnung unter Unsicherheit.	2		42	78	4	Prof. Dr. Spiwoкс
Wirtschaftsprivatrecht (Business law)	Die Studierenden haben Kenntnis von der Einordnung und Systematik des Wirtschaftsprivatrechts sowie der grundlegenden Anspruchsgrundlagen und deren Voraussetzungen erlangt. Sie haben die Methodik der juristischen Falllösung kennengelernt und sind in der Lage einfach gelagerte juristische Fälle zu lösen. Zudem haben sie ihre Analyse- und Argumentationsfähigkeit vertieft.	2	K 90	56	124	6	Prof. Dr. Theis / Ass. iur. Merz
	Grundlagen des Wirtschaftsprivatrechts; Bürgerliches Recht: Vertragstypen, insbes. Kauf-, Dienst-, Arbeits-, Werkvertrag; Vertragsrecht, insbes. Vertragsabschluss, Stellvertretungsrecht, Allgemeine Geschäftsbedingungen, Anfechtungsrecht, Fristen und Termine, Verjährung von Ansprüchen; Recht der Leistungsstörungen, insbes. Unmöglichkeit und Verzug; Gewährleistungsrechte; Sachenrecht, insbes. Eigentumsrecht; Unerlaubte Handlungen, insbes. Produkthaftungsrecht; Einführung in das Handels- und Gesellschaftsrecht; Allgemeines						

Module / Teilmodule Modules	Lernziele / Lehrinhalte Learning objectives / content	Sem	P	Workload (in h)		CP	Dozent Lecturer
				K	S		
	Gleichbehandlungsgesetz; Methodik der juristischen Falllösung						
Statistik für Wirtschaftswissenschaftler (Statistics for Economists)	Die Studierenden sollen die in den wirtschaftswissenschaftlichen Fächern benötigten Werkzeuge der Beschreibenden Statistik, der Wahrscheinlichkeitsrechnung und der induktiven Statistik kennen und verstehen.	2	K 90	56	124	6	Prof. Dr. Dr. Kunze / Dr. Fitschen-Lischewski
	Beschreibende Statistik (Merkmal, Lage- und Streuparameter, Regression, Korrelation) Wahrscheinlichkeitsrechnung (Kombinatorik, Rechenregeln, Diskrete und Stetige Verteilungen), induktive Statistik (Einführung in die Schätz- und Testtheorie).						
Einführung VWL und Mikroökonomie (Basics in Economics and Microeconomics)	Die Veranstaltung dient der Vermittlung von Grundsätzen der Volkswirtschaftslehre und systematischen Kenntnissen im Fach Mikroökonomie.	3	K 90	56	124	6	Prof. Dr. Broer / Dipl.-Volkswirt Meyer
	Es werden die Grundfragen des Wirtschaftens, elementare Begriffe und Konzepte der ökonomischen Denkweise (z.B. komparative Kosten) vermittelt. Die Mikroökonomie analysiert einzelwirtschaftliche Entscheidungen der Haushalte und Unternehmen und deren Zusammenwirken auf Märkten. Hier werden u.a. Preistheorie, Marktformen sowie Möglichkeiten und Konsequenzen staatlicher Eingriffe in Marktprozesse erarbeitet.						
Unternehmenssteuerung I (Corporate Management I)	Die Studierenden sollen die Grundlagen der operativen Unternehmenssteuerung erkennen und in die Lage versetzt werden, Sachverhalte in der Unternehmensführung auf der Basis der betrieblichen Entscheidungsrechnung zu beurteilen.	3	K 90			6	
Betriebswirtschaftliche Entscheidungsrechnung (Business management accounting)	Systematisierung von Entscheidungssituationen und anwendbaren Lösungsmethoden; Herleiten von Kostenfunktionen, Deckungsbeitrag, Programmentscheidungen, Verfahrensentscheidungen, Preisentscheidungen, Wahl zwischen Eigenfertigung und Fremdbezug,	3		28	62	3	Dipl.-Kfm. Volkmann

Module / Teilmodule <i>Modules</i>	Lernziele / Lehrinhalte <i>Learning objectives / content</i>		Sem	P	Workload (in h)		CP	Dozent <i>Lecturer</i>
					K	S		
	Profit Center Rechnung, Break-Even-Analyse, Softwareeinsatz zur Lösung von Entscheidungsproblemen.	<i>analysis, software usage to resolve decision-making problems.</i>						
Organisation und Führung <i>(Organisation and management)</i>	Subjektive und objektive Verhaltensbeeinflussung von Organisationsmitgliedern, Organisationsvariablen, Konfigurationsmodelle, Themen aus dem Bereich Organisationsforschung, Change Management (insbesondere Interventionstechniken), Grundlagen der Führungslehre, insb. Motivation und Verhaltensbeeinflussung von Mitarbeitern.	<i>Subjective and objective influencing of organisation members' behaviour, organisational variables, configuration models, topics from the area of organisational research, change management (especially intervention techniques), basic principles of management, esp. motivation and behavioural influencing of staff members.</i>	3		28	62	3	Dipl.-Kfm. Zeranski
Unternehmenssteuerung II <i>(Corporate Management II)</i>	Das Modul fasst Inhalte zusammen, die den finanziellen Bereich von Unternehmen betreffen. Es soll das Denken in Zusammenhängen und die selbständige Beurteilung von betriebswirtschaftlichen Zusammenhängen fördern.	<i>The module covers content affecting the financial areas of businesses. It seeks to encourage relationship-based thinking and independent assessment of business management contexts.</i>	3	K 90			6	
Besteuerung <i>(Taxation)</i>	Grundlagen der Besteuerung, Einführung in die Ertragsteuerarten (Einkommensteuer, Körperschaftsteuer, Gewerbesteuer), Einkommensteuererklärung.	<i>The foundations of taxation, introduction to income tax types (income tax, corporation tax, trade tax), income tax return.</i>	3		28	62	3	Prof. Dr. Stobbe / Herr Palabiyik, M.A.
Finanzwirtschaft <i>(Corporate Finance)</i>	Finanzwirtschaftliche Grundlagen (z.B. Grundlagen der Finanzanalyse, Investitionsentscheidungen bei Unsicherheit), Grundmodelle der Finanztheorie (z.B. Kapitalstruktur und Verschuldungspolitik, Portfolio- und Kapitalmarkttheorie)	<i>Basics of Corporate Finance (e.g. fundamentals of financial analysis, investment decisions in uncertain contexts), basic models of financial theory (e.g. capital structure and debt policy, portfolio and capital market theory)</i>	3		28	62	3	Dipl.-Kff. Berthold-Löffler
Marktforschung <i>(Market Research)</i>	Die Studierenden sollen neben marktforschungstheoretischen Grundlagen alle Formen der Datenerhebung und die verschiedenen Möglichkeiten der Datenanalyse beherrschen. Sie sollen eine Marktforschungsstudie von der Konzeptbeschreibung über die empirische Datenerhebung und Datenauswertung bis zur Dokumentation selbständig durchführen und präsentieren können.	<i>In addition to the basic principles of market research theory, students will master all forms of data collection and the different options for data analysis. They will be able to independently conduct and present a market research study from concept description to empirical data collection and analysis to documentation.</i>	3	K 90	28	152	6	Prof. Dr. Bormann / Dipl.-Kfm. Zeranski
	Begriffliche Abgrenzungen, statistische Grundlagen;	<i>Conceptual definitions, statistical bases; forms of data</i>						

Module / Teilmodule Modules	Lernziele / Lehrinhalte Learning objectives / content	Sem	P	Workload (in h)		CP	Dozent Lecturer
				K	S		
	Datenerhebungsformen (Befragung, Beobachtung, Panel, Experimente); Datenanalyseverfahren (uni-, bi- und multivariate Datenanalyseverfahren); Einführung in die Software SPSS						
Business Methods (Business Methods)	Die Studierenden können internationale Marktchancen und –risiken sowie die Stärken und Schwächen von globalen Unternehmen analysieren. Die Studierenden erlernen anhand von Cases and Simulationen, wie Prozesse in Unternehmen ablaufen und miteinander vernetzt sind.	4				6	
International Business (International business)	The International Environment, Social Responsibility in International Business, International Strategy, Entry Strategies/Global Expansion, Aspects of International Business Operations (Sales, Marketing, Human Resources Management, Organizational Behavior)	4	K 45	28	62	3	Prof. Dr. Hoffmeister
Business Simulation Game (Business simulation game)	Simulation von betrieblichen Entscheidungen aus den Bereichen Personal, Beschaffung, Produktion, Absatz und Finanzierung. Es werden mit dem Computerplanspiel aufeinander folgende Geschäftsjahre simuliert und die daraus resultierenden Ergebnisse in Geschäftsberichten, Bilanz, G. u. V. wie in der Praxis als Entscheidungsgrundlage zur Verfügung gestellt.	4	Teiln + R	28	62	3	Prof. Dr. Heinecke / Dipl.-Kff. Kunst / Dipl.-Kff. Kubik-Wenzel / Palabiyik, M.A. / Dipl.-Kfm. Zeranski
Makroökonomie/ Wirtschaftspolitik (Macroeconomics/Economic policy)	Die Veranstaltung dient der Vermittlung von systematischen Kenntnissen im Fach Makroökonomie und Wirtschaftspolitik. Die Studierenden kennen die Wichtigkeit der Volkswirtschaftlichen Gesamtrechnungen für die wirtschaftspolitische Analyse.	4	K 90	56	124	6	Prof. Dr. Broer / Dipl.-Volkswirt Meyer
	Die Einführung in die Makroökonomie umfasst elementare Begriffe, eine Einführung in die volkswirtschaftliche Gesamtrechnung und in grundlegende gesamtwirtschaftliche Modelle. In der Wirtschaftspolitik werden u.a. die makroökonomischen Modelle im Hinblick auf ihre Einsatzfähigkeit in der modernen Wirtschafts- und Finanzpolitik in Bezug auf Konjunktur und Wachstum						

Module / Teilmodule Modules	Lernziele / Lehrinhalte Learning objectives / content	Sem	P	Workload (in h)		CP	Dozent Lecturer
				K	S		
	analysiert sowie weitere wirtschaftspolitische Aspekte staatlicher Tätigkeit (Allokation und Verteilung) betrachtet.						
Daten- und Informationsmanagement (Information Management)	Die Studierenden kennen die Bedeutung von Daten, Informationen und Informationstechnik im Unternehmenskontext und können ihre strategische Bedeutung erläutern. Sie sind in der Lage die Aufgaben und Ziele des Daten- und Informationsmanagements zu beschreiben und können ausgewählte Methoden und Verfahren anwenden.	4	K 90	56	124	6	Dipl.-Inform. Schobert
	Grundlagen des Daten- und Informationsmanagements, Datenmodellierung, Datenbanken, SQL Unternehmensdatenmodelle, Datenauswertung, Data-Warehousing, OLAP, Konzepte und Modelle des Informationsmanagements, Informationswirtschaft, Informationssysteme und IKT im Informationsmanagement, Führungsaufgaben und Einsatzfelder des Informationsmanagements						
BIS-EC – Betriebliche Informationssysteme und E-Commerce (EIS-EC – Enterprise Information systems and E-Commerce)	Die Studierenden sollen die grundlegenden Konzepte und Geschäftsarchitekturen betrieblicher Informationssysteme und E-Commerce Systeme verstehen und beherrschen. Weiterhin sollen sie die jeweiligen Themenfelder in den Kontext des E-Business einordnen können. Letztlich sollen die Studierenden durch die Analyse der Anwendungsfelder, Märkten und Geschäftsmodellen den Bezugs zur Praxis herstellen.	5	K 90	56	124	6	Prof. Dr. Royer
	Begriffliche Grundlagen und Einordnung in den Themenkomplex E-Business; Management der Unternehmensarchitektur; Grundlagen betriebliche Informationssysteme (BIS); Planung, Entwicklung und Betrieb von Informationssystemen; Vorstellung verschiedener Typen von betrieblichen Informationssystemen; E-Commerce und Internetökonomie; E-Commerce im B2B und B2C-Bereich; Aufbau Digitaler Plattformen; Aktuelle Entwicklungen und Beispiele.						

Wählbare Vertiefungsrichtungen

Automobilwirtschaft und Beschaffung (AW 1) (Automotive Business and procurement)									
Mobilitäts- und Automobilwirtschaft (Aspects of Mobility and Automotive Business)	Die Studierenden können die mobilitätswirtschaftlichen Rahmenbedingungen für die Automobilwirtschaft auf interdisziplinärer Grundlage beschreiben und ihre Bedeutung für automobilwirtschaftliche Leistungsprozesse ableiten. Auf Basis der dabei gewonnenen Erkenntnisse können sie aktuelle und mögliche künftige Einflussfaktoren auf die Automobilwirtschaft beurteilen.	<i>Students can describe the mobility-related framework conditions for the automotive industry on an interdisciplinary basis, and establish their importance for automotive performance processes. Based on the acquired knowledge, they can assess current and possible future factors influencing the industry.</i>	4	K 90	56	124	6	Prof. Dr. Seeba	
	Automobilwirtschaft als Wissenschaftsdisziplin; Zusammenhang von Mobilität und Automobilität; Automobil als Verkehrsträger; Mobilität und Verkehrspolitik; Automobil als Wirtschaftsfaktor; Automobilmarkt im Überblick; Automobilwirtschaft und Globalisierung	<i>The automotive industry as a scientific discipline; relationship between mobility and automobility; the automobile as a mode of transport; mobility and the transport policy; the automobile as an economic factor; an overview of the automobile market; the automotive industry and globalisation</i>							
Beschaffungsmanagement in der Automobilwirtschaft (Supply Management in the Automotive Industry)	Die Studierenden sind in der Lage, die Automobilproduktion anhand spezifischer Merkmale bzw. Merkmalsausprägungen zu beschreiben. Sie kennen die Anforderungen an eine globale Beschaffung und Produktion.	<i>Students are able to describe automobile production using specific features/characteristic values. They are familiar with the requirements of global procurement and production.</i>	5	K 90	56	124	6	Prof. Dr. Walther	
	Aufgaben, Ziele, Organisation des Beschaffungsmanagement, Materialdisposition (Bedarfs-, Bestell-, Bestellterminrechnung), Materialeinkauf (Beschaffungsmarketing, Einkaufsabwicklung, E-Procurement, Global Sourcing), E-Business, Just-in-Time-Konzeption.	<i>Tasks, goals, structure of procurement management, materials planning (calculation of needs, order quantities and dates), materials purchasing (procurement marketing, purchasing, e-procurement, global sourcing), e-business, just-in-time design.</i>							
Automobilmarketing und -handel (AW 2) (Automotive Marketing and Retail)									
Automobilmarketing und -vertrieb	Die Studierenden können die automobilspezifischen Anforderungen im Marketing erklären und aus Sicht	<i>Students can explain the automobile-specific requirements in marketing, and apply them in a</i>	4	K 90	56	124	6	Prof. Dr. Seeba	

<i>(Automotive Marketing and Distribution)</i>	der Automobilindustrie entscheidungsorientiert anwenden. Sie können die komplexen Handlungsmöglichkeiten im Rahmen der verschiedenen, operativen Absatzinstrumente strukturieren, systematisch analysieren und auswählen.	<i>decision-oriented manner from the perspective of the automotive industry. They can structure the complex possibilities for action as part of various operational sales instruments, and systematically analyse and select these.</i>							
	Konzeptionelle Grundlagen des Automobilmarketing; Segmentierung des Automobilmarktes; Marktstrukturen und Trends auf dem Neuwagenmarkt; Käuferverhalten, Kaufentscheidungsprozesse und Kundenzufriedenheit; Kunden- und Fahrzeugbindungsprozesse; Markenpolitik der Automobilindustrie; Grundzüge des operativen Automobilmarketing.	<i>Conceptual bases of automotive marketing; segmentation of the automotive market; market structures and trends on the new car market; purchase behaviour, purchase decision processes and customer satisfaction; customer and vehicle loyalty processes; the automotive industry's brand policy; basics of operative automotive marketing.</i>							
Automobilhandelsmanagement <i>(Automotive Retail Management)</i>	Die Studierenden können die spezifischen Belange des Kfz-Gewerbes erläutern sowie entscheidungsorientiert gliedern. Sie sind in der Lage, das erworbene Wissen auf Problemstellungen des Automobilhandels (einschl. Kfz-Werkstätten) mit seinen Geschäftsfeldern anzuwenden und alternative Problemlösungen zu beurteilen.	<i>Students can explain the specific issues of the vehicle trade, and categorise these in a decision-oriented manner. They are able to apply the acquired knowledge to problems in the automotive trade (incl. vehicle workshops), and evaluate alternative solutions.</i>	5	K 90	56	124	6	Prof. Dr. Seeba	
	Handelsbetrieblicher Bezugsrahmen für das Management im Kfz-Gewerbe; Dynamik der Betriebsformen und Betriebstypen des Kfz-Gewerbes; Bestimmungs- und Erfolgsfaktoren für die Entwicklung des Kfz-Gewerbes; Management der Geschäftssparten des Kfz-Gewerbes (Neuwagen, Gebrauchtwagen, Aftersales-Service, Teile und Zubehör).	<i>Commercial frame of reference for management in the vehicle trade; dynamics of business formats and types in the vehicle trade; definition and success factors for developing the vehicle trade; management of business fields of car retail (new cars, used cars, after sales service, parts and accessories).</i>							
Bankbetriebslehre (Banking management)									
Bankmanagement <i>(Bank Management)</i>	Die Studierenden sollen in der Lage sein, wichtige Rahmenbedingungen des Bankmanagements zu überblicken und zu beurteilen sowie wesentliche Aspekte des externen Bankrechnungswesens beherrschen. Zudem sollen sie ausgewählte Bankgeschäfte selbständig analysieren können.	<i>Students will be able to gain an overview of and assess important framework conditions of bank management, and grasp the main features of external bank accounting. They will also be able to independently analyse important selected banking businesses.</i>	4	K 90	56	124	6	Dipl.-Kff. Berthold-Löffler	
	Einführung in das Bankmanagement (z.B. bankrechtliche Rahmenbedingungen, Bankmarketing, Bankorganisation), externes	<i>Introduction to bank management (e.g. framework conditions of bank law, bank marketing, bank organisation), external bank accounting, selected</i>							

	Rechnungswesen der Banken, ausgewählte Bankgeschäfte	<i>banking businesses</i>							
Bank-Controlling (Controlling in Banks)	Die Studierenden sollen wichtige Fachkenntnisse und Fähigkeiten zur Banksteuerung erlangen und in der Lage sein, diese selbständig, problem- und entscheidungsorientiert auf wissenschaftlicher Grundlage anzuwenden. Im Rahmen der Lehrveranstaltung werden insbesondere analytische Fähigkeiten und abstraktes Denken geschult.	<i>Students will acquire important technical knowledge and skills in bank controlling, and be able to apply these independently in a problem-oriented and decision-oriented manner, based on science. The course will particularly train their analytical skills and abstract thinking abilities.</i>	5	K 90	56	124	6	Prof. Dr. Meyer-Bullerdiek	
	Einführung in das Bank-Controlling, Marktzinsmethode, Marktzinsmethode als Barwertkalkül, Kalkulations- und Kennzahlensystem für das ROI-Management, Zielgrößen im Rentabilitätsmanagement, Kontrollen und Abweichungsanalysen, Risikosteuerung in Kreditinstituten.	<i>Introduction to bank controlling, the market interest method, the market interest method as a value calculation, calculation and key indicator system for ROI management, target variables in profitability management, gap analysis, risk controlling at banks.</i>							
Handelsbetriebslehre (Retailing)									
Grundlagen der Handelsbetriebslehre (Retail Industry)	Beim Handel geht es um die Beschaffung und den Absatz von Ware ohne dass diese wesentlich manipuliert (verändert) wird. Man kann Großhandel und Einzelhandel unterscheiden. Der stationäre Einzelhandel mit seinen Betriebstypen (Fachgeschäft, Warenhaus, Diskonter usw.) steht im Fokus der Veranstaltung.	<i>Retail is about the procurement and sale of items without significantly modifying these. A distinction can be made between wholesale and retail. The course focuses on brick-and-mortar retail and its business types (specialty shops, warehouses, discount stores etc.).</i>	4	K 90	56	124		Prof. Dr. Hurth	
	Begriffe Handel, Geschichte des Handels, Rechtlicher Rahmen des Handels, Struktur und Dynamik wichtiger Einzelhandelsbranchen, Betriebstypen im Handel und Betriebstypenentwicklung, Shopping-Center, Konzept der Unternehmenspolitik im Handel, Grundstrukturpolitik im Handel, Fallstudien	<i>Commerce terms, the history of commerce, the legal framework of commerce, the structure and dynamics of important retail industries, business types in commerce and their development, shopping centres, the concept of corporate policy in commerce, basic structure policy in commerce, case studies</i>							
Handelsmarketing und Handelsmanagement (Retail Marketing and Management)	Die Veranstaltung soll aufbauend auf den Grundlagen Einblicke in Marketing- und Managementtätigkeiten im Handel bieten und damit für mittlere Führungstätigkeiten in Handel und Konsumgüterindustrie befähigen. Ausgewählte Instrumente der Marketing- und Managementpolitik im Handel werden vertiefend diskutiert. Bestehende Problemlösungen werden kritisch beurteilt, um	<i>Building on from the basic principles, the course will provide insights into marketing and management activities in commerce, and thus provide skills for management activities in commerce and the consumer goods industry. Selected instruments of the marketing and management policy in trade are discussed in further detail. Existing problems are critically assessed in order to find starting points for</i>	5	K 90	56	124	6	Prof. Dr. Hurth	

	Ansatzpunkte für Verbesserungen zu finden.	<i>improvement.</i>							
	Sortimentspolitik, Preis- und Konditionenpolitik im Handel, Kommunikationspolitik im Handel, Beschaffung im Handel, Informationspolitik und Controlling im Handel, Kosten- und Leistungsrechnung, Ausgewählte Aspekte zu Organisation und Führung im Handel.	<i>Range policy, price and conditions policy in commerce, communications policy in commerce, procurement in commerce, information policy and controlling in commerce, cost and activity accounting, selected aspects of organisation and management in commerce.</i>							
Steuerlehre (Tax studies)									
Einzelfragen der Unternehmensbesteuerung (<i>Special Aspects of Company Taxation</i>)	<p>Die Studierenden sollen weitere Kenntnisse über die Ertragsteuerarten und die Besteuerung einzelner Rechtsformen erwerben, Steuerbelastungsvergleiche anstellen und einfache Steueroptimierungsmöglichkeiten identifizieren können. Desweiteren sollen sie die zivil- und steuerrechtlichen Möglichkeiten der Umwandlung kennenlernen und grundlegende steuerliche Sachverhalte aus diesem Bereich mit Hilfe des erworbenen Wissens lösen können.</p> <p>Durch die Bearbeitung von Sachverhalten in kleinen Gruppen sollen die Selbständigkeit, die Kommunikations- und Kooperationsfähigkeit sowie die Analysefähigkeit in Bezug auf fachliche Fragen gestärkt werden. Die Verknüpfung von zivil- und steuerrechtlichen Fragestellungen fördert das Denken in Zusammenhängen.</p>	<p><i>The students will acquire further knowledge of income tax categories and the taxation of individual legal forms, compare tax burdens, and identify simple tax optimisation options. They will also be familiarised with the civil and tax-law possibilities of transformation, and be able to resolve basic fiscal matters in this area using the knowledge acquired.</i></p> <p><i>Working through facts in small groups allows them to increase their independence, communication and co-operation skills, and analytical skills in relation to technical issues. Interlinking civil and tax-law aspects encourage relationship-based thinking.</i></p>	4	HA	48	132	6	Herr Palabiyik, M.A.	
	Zinsschranke, Thesaurierungsbegünstigung, gewerbesteuerliche Hinzurechnungen und Kürzungen, Besteuerung von Personen- und Kapitalgesellschaften, Steuerbelastungsvergleiche, Rechtsformoptimierung, zivilrechtliche Regelungen zur Umwandlung (Umwandlungsgesetz), steuerrechtliche Regelungen zur Umwandlung (Umwandlungssteuergesetz).	<i>Interest barrier, privileges for retained profits, trade tax additions and reductions, taxation of partnerships and joint stock corporations, tax burden comparisons, legal form optimisation, civil-law regulations on transformation (Transformation Act), tax-law regulations on transformation (Transformation Tax Act).</i>							
Substanz- und Verkehrssteuern (<i>Capital Transfer and Transaction Taxes</i>)	Die Studierenden sollen Kenntnisse in ausgewählten Substanz- und Verkehrssteuerarten erwerben, grundlegende steuerliche Sachverhalte in diesen Steuerarten lösen können, eine Steuerermittlung anhand einfacher Grunddaten vornehmen können.	<i>Students will acquire knowledge of selected capital-based and transaction taxes, be able to resolve basic fiscal matters in these tax categories, and conduct a tax assessment using simple basic data.</i>	5	K 90	48	132	6	Prof. Dr. Stobbe / Dipl.-Kff. Kunst	
	Einführung in die Bewertung, Grundsteuer,	<i>Introduction to assessment, property tax, basic</i>							

	Grundzüge des Erbrechts, Grundlagen der Erbschaft- und Schenkungsteuer, Grundlagen der Umsatzsteuer.	<i>features of inheritance law, basic principles of estate and capital transfer tax, foundations of sales tax.</i>							
Controlling (Controlling)									
Controlling-Instrumente (Instruments of Controlling)	Die Studierenden kennen die operativen und strategischen Ansätze des Controllings. Sie können die Controllingorganisation im Unternehmen einschätzen und operative Handlungshinweise als Dienstleister geben. Die Studierenden beherrschen die wesentlichen operativen Instrumente des Controllings und können sie situationsadäquat einsetzen.	<i>Students are familiarised with the operational and strategic approaches of controlling. They can assess a company's controlling structure and provide operational action recommendations as service providers. They understand the main operational instruments of controlling and can use these appropriately.</i>	4	K 90	56	124	6	Prof. Dr. Capelle	
	Begriff, Aufgaben, Anforderungen und Organisation des Controllings; Instrumente des operativen Controlling: Deckungsbeitrags- und Plankostenrechnung, Erlös-, Einzelkosten- und Gemeinkostenabweichungsanalysen, integrierte finanzielle Gesamtplanung (Budgetierung), Kennzahlen- und Kennzahlensysteme, Break-Even-Analyse, Berichtswesen	<i>Concept, tasks, requirements and structure of controlling; instruments of operational controlling: contribution margin and budgeted cost accounting, revenue, individual cost and overhead cost deviation analyses, general integrated financial plan (budgeting), key indicators and key indicator systems, break-even analysis, reporting</i>							
Angewandtes Controlling (Applied Controlling)	Die Studierenden sollen spezielle Verfahren und Anwendungen des strategischen und operativen Controllings in der Theorie und praxisnahen Fallstudien bzw. im Rahmen von praktischen Projekten kennenlernen, anwenden und beurteilen können.	<i>Students will learn about apply and be able to assess special processes and applications of strategic and operational controlling in theory and practical case studies/projects.</i>	5	K 90	56	124	6	Prof. Dr. Capelle	
	Sondergebiete des Controllings: Strategisches Kostenmanagement, Zielkostenmanagement, Life Cycle Costing, Prozesskostenmanagement, Investitionscontrolling; Kennenlernen von und Umgang mit Standard-Planungs- und Analysesoftware zum Controlling.	<i>Special areas of controlling: strategic cost management, target cost management, life cycle costing, process cost management, investment controlling; familiarisation with and handling of standard planning and analysis software for controlling.</i>							
Finanzwirtschaft (Financial industry)									
Finanzmanagement (Financial Management)	Im Finanzmanagement laufen alle Informationen zur finanziellen Führung eines Unternehmens zusammen. Zum Aufgabengebiet des Finanzmanagements gehören u.a. die zielgerichtete Auswahl und Gestaltung von Finanzkontrakten z.B.	<i>Finance management covers all the information on a company's financial management. The task area includes systematic selection and establishment of financial contracts, e.g. in credit financing, limiting financial risks by using financial futures, and valuing</i>	4	K 90	56	124	6	Prof. Dr. Meyer-Bullerdiek	

	in der Kreditfinanzierung, die Begrenzung finanzieller Risiken durch den Einsatz von Finanztermingeschäften sowie die Bewertung von Unternehmen und Beteiligungen. Die Studierenden sollen hierzu die erforderlichen Fachkenntnisse und die Problemlösungs- und Entscheidungskompetenz zum selbständigen Erarbeiten von Lösungen auf wissenschaftlicher Basis erlangen.	<i>companies and holdings. The students will gain the necessary technical knowledge and problem-solving/decision-making skills to independently formulate solutions on a scientific basis.</i>							
	Kreditfinanzierung und Rating, Finanztermingeschäfte, Unternehmensbewertung und Shareholder Value	<i>Credit financing and rating, financial derivatives, company valuation and shareholder value</i>							
Aktien- und Anleihenanalyse (<i>Stock Analysis and Fixes Income Analysis</i>)	Die Studierenden sollen alle gängigen Ansätze der Finanzmarktprognose kennen lernen. Sie sollen die Ansätze einordnen und kritisch hinterfragen können. Sie sollen die erhebliche praktische Bedeutung der Finanzmarktanalyse für den Investmentprozess erkennen und den weiteren Forschungsbedarf in diesem Bereich abschätzen können.	<i>Students will be familiarised with all conventional approaches of financial market forecasts. They will be able to classify and critically question these. They will be able to identify the significant practical importance of financial market analysis for the investment process, and assess the need for further research in this field.</i>	5	K 90	56	124	6	Prof. Dr. Spiwoks	
	Bedeutung der Aktien- und Anleihenanalyse; Zusammenhang von Kurs und Rendite; Restlaufzeit, Währung, Bonität, Liquidierbarkeit, Kupon und weitere wichtige Eigenschaften von Anleihen sowie deren Bedeutung für den Analyseprozess; Duration und Modified Duration; Riding the Yield Curve; Einflussfaktoren auf die Zinsentwicklung; Einflussfaktoren auf die Aktienkursentwicklung; Fundamentale Ansätze der Finanzmarktprognose (u.a. Szenarienanalyse, Regressionsmodelle); Technische Ansätze der Finanzmarktprognose (u.a. Trendanalyse, Gleitende Durchschnitte, Wellen); neuere Ansätze (u.a. Behavioral Finance, Kapitalmarktsimulationen mit Multiagentenmodellen); Erfolgspotenzial von Finanzmarktprognosen; rationales Herdenverhalten von Finanzanalysten.	<i>The importance of share and bond market analysis; the relationship between price and yield; residual term, currency, rating, accounting liquidity, coupons and other important features of bonds and their importance for the analytical process; duration and modified duration; riding the yield curve; influence factors on interest rate trends; influence factors on share price trends; fundamental approaches of financial market forecasting (incl. scenario analysis, regression models); technical approaches of financial market forecasting (incl. trend analysis, moving averages, waves); more recent approaches (incl. behavioural finance, capital market simulations with multi-agent models); success potential of financial market forecasts; rational herding behaviour of financial analysts.</i>							
Management in KMU (Management at SMEs)									
Kernkompetenzen in KMU (<i>Core Skills in SMEs</i>)	Die Studierenden können die spezifischen Managementbelange von KMU erläutern. Sie sind in der Lage, ihr erworbenes Managementwissen auf die Problemstellungen von kleinen und mittleren	<i>Students can explain the specific management issues of SMEs. They are able to apply their acquired management knowledge to the problems faced by small and medium-sized enterprises, and assess</i>	4	K 90	48	132	6	Prof. Dr. Helpup	

	Unternehmen anzuwenden und alternative Lösungen zu beurteilen.	<i>alternative solutions.</i>							
	Grundlagen: Geschichte des Managements; Rollen von Managern; Existenzgründungen; Besonderheiten von KMU; komplexe Situationen; Systemtheorie. Zielkompetenz: Ziele finden; Wo stehen wir?; Wo wollen wir hin? Kundenkompetenz: Kundennutzen und -zufriedenheit; Konkurrenten. Entscheidungskompetenz: Entscheidungsprozess; Alternativensuche; Denkfehler. Ordnungskompetenz: Macht / Kontrolle; Wechselspiel zwischen Zentralisation und Dezentralisation; strukturelle / prozessuale Ordnung. Veränderungskompetenz: Wandel / Innovation; Widerstände; Unternehmenskultur. Umsetzungskompetenz: Kontrolle; Kennzahlen; BSC; Netzwerktechnik, Papiercomputer; System Dynamics; Strategie-Mapping. Kompetenz der Beweglichkeit: Energie-Konzept; Meltemi-Konzept; Beratung; kommunikative Ordnung / Un-Ordnung.	<i>Basic principles: the history of management; managers' roles; start-ups; special features of SMEs; complex situations; system theory. Target competence: find targets; where do we stand?; Where do we want to go? Customer skills: customer value and satisfaction; competitors. Decision-making skills: decision-making process; search for alternatives; errors in reasoning. Organisational skills: power/control; interplay between centralisation and decentralisation; structural/procedural order. Change skills: change/innovation; resistance; corporate culture. Implementation skills: control; key indicators; BSC; network technology, Vester's "paper computer"; system dynamics; strategy mapping. Mobility skills: energy concept; Meltemi concept; consultancy; communicative organisation/disorganisation.</i>							
Führungs- und Interaktionskompetenz in KMU <i>(Leadership and Interaction Skills in SMEs)</i>	Die Studierenden reflektieren ihr eigenes Kommunikations- und Interaktionsverhalten kritisch anhand von Selbst Checks, mithilfe eines schriftlichen Selbstcoachingprozesses und Partnerübungen. Sie sind in der Lage, ihr erworbenes Wissen auf die Problemstellungen im Berufsalltag anzuwenden und situationsgerecht zu reagieren. In diesem Fach steht die Vermittlung von Sozialkompetenz im Vordergrund.	<i>Students critically reflect on their own communications and interactions using self checks, a written self-coaching process, and partner exercises. They are able to apply their acquired knowledge to everyday work problems, and respond appropriately. This subject focuses on teaching social skills.</i>	5	K 90	48	132	6	Prof. Dr. Helpup	
	Ich-Ich-Kompetenz: emotionale Intelligenz; Leistungsumsetzung; Selbstreflexion; Zeitmanagement. Ich-Du-Kompetenz: interaktive Kompetenz; Transaktionale Analyse; Empfänger / Sender; Verhandlungsführung; Mitarbeitergespräche und- motivation. Ich-Wir-Kompetenz: Mitarbeiter- / Teamführung; Sitzungen; Konflikte.	<i>I-I skills: emotional intelligence; performance; self-reflection; time management. I-you skills: interactive skills; transactional analysis; recipient/sender; negotiations; staff discussions and motivation. I-we skills: staff/team management; meetings; conflicts.</i>							
International Management <i>(International management)</i>									

Intercultural Management (Intercultural Management)	Die Studierenden werden interkulturell sensibilisiert und lernen die Komponenten für eine interkulturelle Kompetenz im internationalen Berufsumfeld kennen. Sie lernen die unterschiedlichen Kulturdimensionen und –standards sowie die Ursachen für interkulturell basierte Konflikte kennen. Die Studierenden entwickeln Lösungsansätze zur Konfliktvermeidung bzw. –lösung. Anhand einer Fallstudie/Projekt es wenden Sie dabei die erlernten Kenntnisse an.	<i>Students are made aware of intercultural issues, and are familiarised with the components of intercultural skills in an international professional environment. They learn about the different cultural dimensions and standards as well as causes of interculturally-based conflicts. They develop solutions to avoid/resolve conflicts, and use a case study/project to apply their newly acquired knowledge.</i>	4	K 90	56	124	6	Prof. Dr. Hoffmeister
	Meanings and Dimensions of Culture; Intercultural Communication; Cross Cultural Managing and Leadership; Human Resource Development across Culture	<i>Meanings and dimensions of culture; intercultural communication; cross-cultural managing and leadership; human resource development across culture</i>						
International Sales Management (International Sales Management)	In diesem Modul werden Fähigkeiten vermittelt, sich situativ angemessen in internationalen Berufssituationen erfolgreich zu verhalten. Weiterhin werden Fertigkeiten im Umgang mit unterschiedlichen Präsentationstechniken vermittelt. Die Studierenden lernen unterschiedliche Vertriebs- und Verkaufsmethoden aus verschiedenen Kulturkreisen kennen. Dabei steht u.a. das Management von Verkaufsmannschaften im Mittelpunkt.	<i>This module teaches skills in acting appropriately in international professional situations, as well as handling different presentation techniques. Students are familiarised with various sales and marketing methods from different cultures. One focus is on sales team management.</i>	5	K 90	56	124	6	Prof. Dr. Hoffmeister
	International Sales Force Management, International Business Behaviour, International Negotiation and Presentation Skills, International Sales and Service Strategies	<i>International sales force management, international business behaviour, international negotiation and presentation skills, international sales and service strategies</i>						
Marketing (Marketing)								
Marketing-Instrumente (Marketing Instruments)	Die Veranstaltung schafft ein Verständnis für die Anwendungsmöglichkeiten der klassischen vier Marketing-Instrumente: Produktpolitik, Preispolitik, Kommunikationspolitik und Distributions-politik. Die Studierenden sollen in der Lage sein, aufbauend auf den Grundlagen des Marketings, das erworbene Wissen auf Problemstellungen der Marketingpraxis anzuwenden.	<i>The course creates an understanding of the possible applications of the four classic marketing instruments: product policy, price policy, communication policy and distribution policy. Building on from the basics of marketing, the students will be able to apply their acquired knowledge to practical marketing problems.</i>	4	K 90	48	132	6	Prof. Dr. Helpup
	Produktpolitik: Produktstrategien, Markenmanagement; Produktentwicklung Preispolitik: Preisbildung; Preisstrategien und -	<i>Product policy: product strategies, brand management; product development Price policy: pricing; price strategies and change</i>						

	änderungenpolitik, Rabatte Kommunikationspolitik: Werbeprogramme; Verkaufsförderung; Public Relation; Sponsoring; Eventmanagement; Distributionspolitik: Absatzwege und -organe; vertikale Marketingsysteme	<i>policy, discounts Communications policy: advertising schemes; sales promotion; public relations; sponsoring; events management; Distribution policy: sales channels and bodies; vertical marketing systems</i>							
Marketingplanung (Marketing Planning)	Die Studierenden sollen alle gängigen Ansätze im Rahmen der strategischen Marketing-Planung kennen lernen. Sie sollen in der Lage sein, das erworbene Wissen auf Problemstellungen der strategischen Marketing-Praxis anzuwenden.	<i>Students will be familiarised with all conventional approaches of strategic marketing planning. They will be able to apply their acquired knowledge to strategic marketing problems.</i>	5	K 90	56	124	6	Prof. Dr. Bormann	
	Planungsinstrumente, Marketing-Konzepte, Marketing-Planungsprozess, Marketing-Zielplanung, Marketing-Strategien, Internationales Marketing	<i>Planning instruments, marketing concepts, marketing planning process, marketing target planning, marketing strategies, international marketing</i>							
Unternehmensführung (Corporate management)									
Strategische Unternehmensplanung und Organisation (Strategic Planning and Organization)	Die Studierenden sollen die Komplexität der Strategischen Planung in einem Unternehmen kennen lernen und in die Lage versetzt werden, bei gegebenen Planungssachverhalten adäquate Planungsinstrumente auszuwählen und einzusetzen. .	<i>The students will become familiarised with the complexity of strategic planning at a company, and be able to select and use appropriate planning instruments in given planning scenarios.</i>	4	K 90	56	124	6	Dipl.-Kfm. Zeranski	
	Der strategische Planungsprozess, Detaillierte Präsentation von strategischen Planungsinstrumenten (z.B. Portfolio-Methoden, PIMS-Studie, Vernetzungsmatrix Szenario-Technik etc.), Neuere Organisationskonzepte (Virtuelle Organisationen, Prozessorganisation), Studien in der Organisationsforschung und Wissensmanagement.	<i>The strategic planning process, detailed presentation of strategic planning instruments (e.g. portfolio methods, PIMS study, networking matrix scenario technique etc.), more recent organisational concepts (virtual organisations, process organisation), studies in organisational research and knowledge management.</i>							
Personalmanagement (Human Resource Management)	Vertiefung der Managementfunktionen ,Personalwirtschaft , und ,Personalführung' aus der Perspektive von Entscheidungsträgern. Förderung der Analysefähigkeit und des vernetzten Denkens.	<i>Advanced focus on management functions, HR and 'staff management' from decision-makers' perspectives. Promotion of analytical skills and networked thinking.</i>	5	K 90	56	124	6	Prof. Dr. Simon	
	Mitbestimmung auf Betriebs- und Unternehmensebene, die personalwirtschaftlichen Funktionen: P.-Bedarfsermittlung, -beschaffung, - einsatz, -entwicklung und -freisetzung. Motivations- und Führungstheorien, Praktische Führungsmodell	<i>Co-determination at an operational and company level, HR functions: calculating HR requirements, recruitment, personnel placement, staff development and redundancy. Theories of motivation and management, practical management model and</i>							

	und Anreizsysteme.	<i>incentive systems.</i>							
Wirtschaftsinformatik (Business computing)									
Wirtschaftsinformatik I (Business Informatics I)	Die Studierenden bekommen im theoretischen Schwerpunkt einen Einblick in die Anforderungen an Planung, Entwicklung und Einführung betrieblicher Anwendungssysteme. Hierbei werden auch aktuelle Techniken und Trends wie Big Data, Industrie 4.0 und dem Internet der Dinge aufgegriffen. Der praktische Schwerpunkt liegt in den Methoden zur Datenauswertung (Business Intelligence) und dem Erstellen von einfachen Smartphone-Anwendungen sowie der Konfiguration von Content-Management-Systemen.	<i>In the classroom, students gain insight into requirement for strategy, development and introduction of current operational application systems. Further contemporary issues are Big Data, Industry 4.0 and Internet of Things. In training, students learn data evaluation (Business Intelligence), developing simple Smartphone Applications and configuring Content Management Systems.</i>	4	K 90	56	124	6	Dipl.-Inform. Schobert	
	Betriebliche Anwendungssysteme, Softwaretechnik, Software-Ergonomie, Internettechnologie, IT-Compliance, Big Data, Content Management Systeme	<i>Operational Application Systems, Software Engineering, Usability engineering, Internet Technologie, IT-Compliance, Big Data, Content management systems</i>							
Wirtschaftsinformatik II (Business Informatics II)	Die Studierenden bekommen im theoretischen Schwerpunkt einen Einblick in die Planung und die Kosten-Nutzen-Analyse aktueller betrieblicher Anwendungssysteme. Zur Darstellung der Systeme und deren Modellierung wird die Unified Modeling Language (UML) eingeführt. Darauf aufbauend werden Methoden zum Projektmanagement in IT-Projekten erarbeitet. Der praktische Schwerpunkt liegt auf dem Erlernen der grafischen Spezifikationsprache BPMN 2.0 zur Darstellung von Geschäftsprozessen.	<i>In classroom focus students see into cost-benefit analysis of current operational application systems. Unified Modeling Language (UML) will be introduced for modelling and visualization. Furthermore methods for managing IT-projects will be developed. In training focus students learn the graphical specification language Business Modelling BPMN 2.0.</i>	5	K 90	56	124	6	Dipl.-Inform. Schobert	
	Betriebliche Anwendungssysteme, Management von IT-Projekten, Einführung in Modellierungssprachen, Softwaretechnik, Geschäftsprozessmodellierung BPMN 2.0	<i>Operational Application Systems, Managing IT-Projects, Modelling Languages, Software Engineering, Business Modelling BPMN 2.0.</i>							
Leasing (Leasing)									
Leasing-Grundlagen (Leasing Basics)	Fähigkeit zur selbstständigen Beurteilung des Mobilienleasingmarktes und einzelner Leasinganbieter, Sicherheit im Umgang mit grundlegenden Leasingbegriffen, Fähigkeit zur Bewertung von Leasingverhältnissen hinsichtlich ihrer Bilanzierungsfolgen, Selbstständiges	<i>The ability to independently assess the property leasing market and specific lease providers, confident use of basic leasing terms, ability to assess leasing scenarios in terms of their balance-sheet consequences, independent lease instalment calculations, awareness of factors influencing the</i>	4	K 90	48	132	6	Dipl.-Kfm. Volkmann	

	Durchführen von Leasingratenkalkulationen, Sensibilisierung für die Einflussfaktoren auf Ergebnisse von Leasing- und Kreditvergleichen, Kenntnis von Erklärungsmodellen für die Vorteilhaftigkeit von Leasing	<i>outcomes of lease and credit comparisons, knowledge of explanatory models relating to the advantages of leasing</i>							
	Leasingbegriff, Mobilienleasingmarkt in Deutschland, Arten von Leasingverhältnissen, Leasingbilanzierung, Kalkulation von Leasingverträgen, Vergleich von Leasing- und Kreditfinanzierung, Ökonomische Begründung von Leasing	<i>The concept of leasing, property leasing market in Germany, types of lease agreements, lease account balancing, lease agreement costing, comparison of lease and credit financing, economic justification for leasing</i>							
Leasingvertragsmanagement (Leasing Contract Management)	Die Studierenden kennen die wesentlichen Elemente und typischen Probleme in Verträgen zwischen Leasinggebern und Leasingnehmern, Objektlieferanten sowie Refinanzierungsinstitutionen. Sie sind fähig, Möglichkeiten zum Management der Vertragsrisiken aus Sicht des Leasinggebers zu erklären. Die Studierenden können die Auswirkungen von operativen Maßnahmen auf den Jahresabschluss der Leasinggesellschaft präsentieren und diskutieren. Außerdem sollen die TeilnehmerInnen den Aufbau, die Beweisführung und die Aussagen ausgewählter wirtschaftswissenschaftlicher Erklärungsmodelle der Institution Leasing wiedergeben können.	<i>Students are familiar with the main elements and typical problems arising in contracts between lessors and lessees, property suppliers and refinancing institutions. They are able to explain the options for managing contractual risks from the lessor's perspective, and present and discuss the effects of operational measures on the leasing company's annual accounts. They will also be able to describe the structure, reasoning and content of the leasing institution's selected economic explanatory models.</i>	5	K 90	48	132	6	Dipl.-Kfm. Volkman	
	Leasingvertragsrecht, Refinanzierung von Leasingverträgen, Risiken für Leasinggesellschaften, Jahresabschluss von Leasinggesellschaften, Analyse von Erklärungsmodellen für die Vorteilhaftigkeit von Leasing	<i>Leasing contract law, refinancing of lease agreements, risks for leasing companies, leasing company annual accounts, analysis of explanatory models relating to the advantages of leasing</i>							
Wahlpflichtmodul 1 (Elective Course 1)			3	K 90	60	120	6		
Wahlpflichtmodul 2 (Elective Course 2)			5	K 90	60	120	6		
Wahlpflichtmodul 3 (Elective Course 3)			5	K 90	60	120	6		

Praxisphase (<i>Practical Placement</i>)	Ziel der Praxisphase ist es, eine enge Verbindung zwischen Studium und Berufspraxis herzustellen, und die Studierenden an anwendungsorientierte Tätigkeiten heranzuführen. Die Studierenden erhalten dadurch die Möglichkeit, die in verschiedenen Disziplinen vermittelten Kenntnisse und Fertigkeiten unter Anleitung auf komplexe Probleme der Praxis anzuwenden.	<i>The aim of the practical phase is to create a close connection between studies and professional practice, and to introduce the students to application-based tasks. This gives them the opportunity, with guidance, to apply the skills and knowledge imparted in various disciplines to complex practical problems.</i>	6	Pb	15	525	18	
	Die Praxisphase beinhaltet eine betriebswirtschaftliche bzw. technisch-betriebswirtschaftliche Tätigkeit noch weitgehend unter Anleitung durch die Praxisstelle und die Hochschule.	<i>The practical phase includes a business management/technical business management activity, largely supervised by the practical training provider and the university.</i>						
Bachelorthesis und Kolloquium (<i>Bachelor Thesis and Colloquium</i>)			6	T	6	354	12	
Summe (<i>Total</i>)							180	

Erläuterungen (Explanations):

CP	Credit Points nach dem European Credit Transfer System	<i>Credit Points based on the European Credit Transfer System</i>
HA	Hausarbeit	<i>Written paper</i>
K	Kontaktstunden	<i>Contact hours</i>
K 180	Klausur, 180 Minuten	<i>Written exam, 180 minutes</i>
K 120	Klausur, 120 Minuten	<i>Written exam, 120 minutes</i>
K 90	Klausur, 90 Minuten	<i>Written exam, 90 minutes</i>
K 45	Klausur, 45 Minuten	<i>Written exam, 45 minutes</i>
P	Prüfungsformen	<i>Exam formats</i>
Pa	Projektarbeit	<i>Project work</i>
Pb	Projektbericht	<i>Project report</i>
R	Referat	<i>Presentation</i>
S	Selbststudium	<i>Self study</i>
Sem	Semester	<i>Semester</i>
T	Thesis	<i>Thesis</i>
Teiln	Teilnahmepflicht	