



Studienordnung des FH-Bachelorstudiengangs

Unternehmensführung

Zur Erlangung des akademischen Grads

Bachelor of Arts in Business,
abgekürzt B.A.

als Anhang der Satzung der FH Kufstein Tirol

Organisationsform: Vollzeit

Dauer: 6 Semester

Umfang: 180 ECTS

Anfängerstudienplätze je Studienjahr: 30

Version 1.0 vom 1.6.2013

Generiert durch Überführung der Inhalte des Reakkreditierungsantrags an den FHR:
„UF B 0382 Reakkreditierungsantrag_4.7.11“

Inhalt

1	Berufsbilder	3
1.1	<i>Berufliche Tätigkeitsfelder</i>	3
1.2	<i>Qualifikationsprofil</i>	4
2	Curriculum	8
2.1	<i>Curriculumsdaten</i>	8
2.2	<i>Curriculum</i>	9
2.3	<i>Modulbeschreibungen</i>	14
2.4	<i>Berechnungsschlüssel</i>	65
2.5	<i>Berufspraktikum</i>	65
2.6	<i>Auslandssemester</i>	66
3	Zugangsvoraussetzungen	68

1 BERUFSBILDER

1.1 Berufliche Tätigkeitsfelder

Die Absolventinnen und Absolventen des Bachelorstudiums „Unternehmensführung“ sind in den angeführten Berufsfeldern gefragte Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, da sie durch ihre breite betriebswirtschaftliche Ausbildung als Generalisten auf den Unternehmenserfolg fokussiert sind.

Auflistung der Kernbranchen und beispielhafte Nennung von Unternehmens- bzw. Institutionstypen, in denen die Absolventinnen und Absolventen zum Einsatz kommen sollen

Die folgenden Nennungen geben einen Überblick über die wichtigsten Kernbranchen, in denen die Absolventinnen und Absolventen des Studiengangs „Unternehmensführung“ zum Einsatz kommen sollen:

- Selbstständige UnternehmerInnen
- Unternehmensbezogene Dienstleistungen (insbesondere Unternehmens- und Personalberatung; Wirtschaftstreuhandwesen; Gründungs- bzw. Start-up-Beratung)
- Information und Consulting
- Selbstständige Unternehmensberatung für KMUs
- Akademien und Kammern
- Banken
- Versicherungen
- Steuerberatung
- Unternehmen der produzierenden Industrie
- Handel
- Tourismus
- Non-Profit-Organisationen und NGOs

Darstellung der beruflichen Positionen und Funktionen, welche die Absolventinnen und Absolventen einnehmen bzw. ausüben sollen

Folgende berufliche **Positionen** und **Funktionen** bzw. **Aufgaben** und **Tätigkeiten** sollen von den Absolventinnen und Absolventen ausgeübt werden können:

- Tätigkeit in betriebswirtschaftlichen Funktionsbereichen des mittleren Managements z.B. in den Bereichen Strategische Unternehmensplanung, Qualitätsmanagement, Business Development, Business Intelligence, Strategische Frühwarnsysteme und Unternehmenskontrolle
- Assistenztätigkeit der Geschäftsführung
- Mitarbeit in Marketingabteilungen von Unternehmen
- Mitarbeit in Marketinginstituten (z.B. Werbeagenturen und Marktforschung)
- Mitarbeit in Controllingabteilungen von Unternehmen (z.B. Innenrevision)
- Stabstellentätigkeit in den Bereichen Unternehmensentwicklung, strategische Unternehmensplanung und Organisationsentwicklung
- Tätigkeit im Vertrieb und Verkauf
- Produktmanagement
- Projektmanagement
- Qualitätsmanagement
- Tätigkeit im Bereich Personalmanagement und Human Resource Management
- Mitarbeit im Finance-Bereich, insbesondere Venture Capital, Seed-Financing und Unternehmensgründung & Finanzierung.
- Fonds Management und Wertpapiermanagement
- Tätigkeit für Versicherungen und Banken, insbesondere im Bereich Risk Management
- Selbstständige oder nicht-selbstständige Unternehmensberatung in den Bereichen Existenz- und Unternehmensgründung, Unternehmenswachstum, Business-Coaching & Training und Unternehmensfinanzierung
- Mitarbeit in international tätigen Non-profit-Organisationen

- Unternehmensnachfolge und -übernahme (z.B. Familienunternehmen, insbesondere im KMU-Sektor)
- Mitarbeit in Start-ups, insbesondere im IT-Bereich
- Mitarbeit in oder Leitung von E-Business-Managementprojekten

Beschreibung der Aufgaben und Tätigkeiten, die von den Absolventinnen und Absolventen realistischweise ausgeführt werden können

Bei der Beschreibung der Aufgaben und Tätigkeiten, die von den Absolventinnen und Absolventen realistischweise ausgeführt werden können wird im Folgenden auf Basis der Einschätzungen der Mitglieder des Entwicklungsteams, der diesbezüglichen Ergebnisse aus den Experteninterviews der 3s Unternehmensberatung GmbH und der tatsächlichen Positionen der Absolventinnen und Absolventen des Studiengangs „Unternehmensführung“ Bezug genommen. Zusätzlich wird zwischen Positionen ohne Berufserfahrung und mit einschlägiger Berufserfahrung unterschieden.

1. Einstiegspositionen ohne Berufserfahrung:

- Juniorpositionen z.B. im Consulting
- Übernahme und Leitung eines Familienunternehmens
- Selbständiges Unternehmertum
- Stabstellen in unterschiedlichen betriebswirtschaftlichen Funktionsbereichen
- Assistenz der Geschäftsführung
- Assistenz in der Controllingabteilung
- Mitarbeit im Finanzbereich
- Buchhalterin / Buchhalter (Accounting)
- Mitarbeit Bilanzerstellung und –analyse
- Marketingassistenz
- Assistenz der Vertriebsleitung
- Mitarbeit im Personalentwicklungsbereich
- Personalrekrutierung und –akquisition

2. Positionen mit einschlägiger Berufserfahrung:

- Leitende Managementfunktionen auf der zweiten Führungsebene
- Projektmanagement bzw. Projektleitung
- Category Management
- Strategische Unternehmensplanung
- Gruppen- oder Bereichsleitung im Middle-Management
- Senior Consultant
- Brandmanagerin /-manager
- Vertriebs- bzw. Verkaufsleiterin /-leiter
- Fertigungsleiterin /-leiter
- Personalleiterin /-leiter
- Marketingleiterin /-leiter
- Finanzleiterin /-leiter

1.2 Qualifikationsprofil

Die Zielsetzung des Bachelorstudiengangs „Unternehmensführung“ ist es, auf der Grundlage eines branchenübergreifend angelegten Qualifikationsprofils den Absolventen folgende Kompetenzen zu vermitteln:

Basiskompetenzen: Wissenschaftliche Grundlagen und Methoden

Die Lehrinhalte konzentrieren sich auf die Vermittlung von **betriebswirtschaftlichem, volkswirtschaftlichem und interdisziplinärem Basiswissen**. Es werden insbesondere grundlegende Ma-

Managementkonzepte behandelt, die zur **Führung** von Unternehmen und zur Bewältigung von unternehmerischen Problemstellungen **allgemein** notwendig sind:

- Grundlagen der BWL; Methodik und Abläufe der Buchhaltung
- IT-Grundlagen und Anwendungen (z.B. Wissenschaftliches Arbeiten)
- Verständnis von Aufgaben, Methoden und Abläufen in den Funktionsbereichen von Unternehmen, insbesondere im Marketing, Personalmanagement, Beschaffung, Produktion und Logistik
- Verständnis von grundlegenden volkswirtschaftlichen Zusammenhängen
- Interdisziplinäre Aspekte des Managements: Psychologie, Recht und Entscheidungstheorie
- Beherrschung der Grundlagen quantitativer Methoden

Folgende **Lehrveranstaltungen** dienen zur Erreichung der Basiskompetenzen „Wissenschaftliche Grundlagen und Methoden“:

- Einführung in die Betriebswirtschaftslehre
- Buchführung
- Volkswirtschaftslehre 1: Angewandte Mikroökonomie
- Marketing-Management
- Personalmanagement und -führung
- Supply Chain Management
- Wirtschaftsmathematik
- Statistik
- Planung und Entscheidungsprozesse im Management
- Informationstechnologie 1 (Grundlagen)
- Informationstechnologie 2 (Datenbanken)
- Wirtschafts- und Gesellschaftsrecht
- Wirtschafts- und Organisationspsychologie
- Wissenschaftliches Arbeiten und Schreiben

Kernkompetenz: Entrepreneurship und Gründungsmanagement

Die Lehrinhalte konzentrieren sich auf die grundlegenden Problemstellungen und Lösungsansätze der **Unternehmensgründung, -übernahme und -nachfolge**. Sie stellen Lehrinhalte dar, die dem Themenbereich der **Entrepreneurship-bezogenen Managementlehre** zugeordnet werden:

- Verständnis von betriebswirtschaftlichen und ethischen Zusammenhängen des Unternehmertums
- Kenntnis des gesamten Prozesses der Unternehmensgründung
- Spezifische Fragestellungen bei Familienunternehmen und deren Übernahme bzw. Nachfolge
- Erstellung und Entwicklung von Businessplänen als Projekte
- Detaillierte Kenntnis der Finanzierungs- und Förderinstrumente bei Unternehmensgründungen
- Detaillierte Kenntnis der Marketinginstrumente im Gründungsprozess
- Kenntnis der Erfolgs- und Misserfolgskriterien von Unternehmensgründungen
- Kenntnis der relevanten arbeitsrechtlichen Belange
- Interdisziplinäre Aspekte des Entrepreneurships

Folgende **Lehrveranstaltungen** dienen zur Erreichung des Kernkompetenzprofils „Entrepreneurship und Gründungsmanagement“:

- Grundlagen des Entrepreneurship
- Unternehmensethik und strategische Unternehmensführung
- Projekt- und Zeitmanagement
- Gründungsmanagement & Business Plan
- Führung von Familienunternehmen
- Unternehmensübernahme und -nachfolge
- Arbeitsrecht und Arbeitsvertragsgestaltung

Kernkompetenz: Intrapreneurship und Unternehmensführung

Zur Gestaltung des nachhaltigen Erfolges eines gegründeten Unternehmens sind Entrepreneurere auf Qualifikationen angewiesen, die sie befähigen, sich an dynamische und komplexe Markt- und Umweltbedingungen rasch anzupassen. Eine moderne Unternehmensführung ist heute auf unternehmerisch denkende und handelnde MitarbeiterInnen – so genannte **Intrapreneure** – angewiesen. Folgende Lehrinhalte berücksichtigen Theorien, Konzepte, Instrumente und empirische Befunde aus Wissenschaft und Praxis zur ganzheitlichen und integrierten Unternehmensführung (Intrapreneurship). Die interdisziplinäre Ausbildung vermittelt ökonomische, verhaltens- und sozialwissenschaftliche Inhalte und ist in fünf Orientierungen bzw. Perspektiven der Unternehmensführung gegliedert:

- **Marktorientierte** Unternehmensführung: Kenntnisse makroökonomischer Zusammenhänge und Wirkungsweisen; Marken- und Vertriebsmanagement; E-Competence-Management und Social Media Marketing.
- **Wertorientierte** Unternehmensführung: Erstellung und Analyse von Bilanzen; Methoden und Verfahren bei Investitions- und Finanzierungsentscheidungen; Systeme und Verfahren der Kostenrechnung und Budgetierung; ausgewählte Instrumente der wertorientierten Unternehmenssteuerung; Grundlagen des Controlling und Risikomanagements.
- **Strategische** Unternehmensführung: Probleme und Lösungsansätze der nachhaltigen Unternehmenssicherung; Entwicklung und Implementierung von Unternehmensstrategien; Unternehmerhaftung.
- **Prozessorientierte** Unternehmensführung: Unternehmensgründungsprozesse und ERP-Informationssysteme zur Planung und Steuerung unternehmerischer Ressourcen und Prozesse.
- **Internationale** Unternehmensführung: Merkmale und Anforderungen internationaler und interkultureller Unternehmensführung.

Folgende **Lehrveranstaltungen** dienen der Kernkompetenzbildung „Intrapreneurship und Unternehmensführung“:

- Jahresabschluss und Bilanzanalyse
- Investition und Finanzierung
- Volkswirtschaftslehre 2: Angewandte Makroökonomie und Märkte
- Brand Management (E)
- Sales Management & Training (E)
- Strategic Management & Development (E)
- Unternehmenssicherung und Nachhaltigkeit
- Haftungsrechtliche Aspekte des Managements
- Informationssysteme: ERP-Systeme
- E-Competence-Management (E)
- Instrumente der Unternehmenskommunikation
- Social Media Marketing
- Customer Relationship Management
- Kostenrechnung und Budgetierung
- Wertorientierte Unternehmenssteuerung
- Controlling
- Risk Management (E)
- International Management (E)
- Cross Cultural Management (E)
- Geschäftsmodelle und -prozesse
- Integrative Fallstudie zur Unternehmensführung
- Integrierte Fallstudie zur Unternehmensgründung & Gründungsplanspiel

Komplementärkompetenz: Fachübergreifende Qualifikationen, berufspraktische Erfahrungen und Auslandserfahrungen

Zu den eher fachbezogenen Kernkompetenzen wird zur Bewältigung von unternehmensgründungs- und führungsbezogenen Aufgaben eine Reihe von individuellen, methodischen und **sozialen Fähigkeiten** vermittelt, um in interaktiven und interkulturellen Situationen erfolgreich zu sein:

- Fähigkeit zum selbstständigen Lernen, Recherchieren und Erarbeiten von Lösungsansätzen zu komplexen Problemstellungen im Rahmen der wissenschaftlichen Arbeiten (Bachelorarbeiten)
- Verfassen von größeren Dokumenten nach den Regeln des wissenschaftlichen Arbeitens
- Kommunikation in präsentationssicherem Englisch (Mitarbeit in englischsprachigen Teams, Lesen und Anfertigen von Dokumentationen), vergleichbar mit der Niveaustufe C1: „Effectiveness“ des Europarates
- Fähigkeit zur Konflikterkennung, -behandlung und -vermeidung
- Fähigkeit zur Führung von Verhandlungen mit Marktpartnern und Mitarbeitern
- Kommunikation in einer zweiten Fremdsprache vergleichbar mit der Niveaustufe B1: „Vantage“ des Europarates
- Fähigkeit zum integrierten und interdisziplinären Denken im Sinne der Praxis-Theorie-Reflexion
- Fähigkeit zur interkulturellen Sensibilität
- Allgemeinbildung im Sinne geisteswissenschaftlicher Denkansätze

Zum Kompetenzerwerb dienen hierzu folgende **Lehrveranstaltungen**:

- Auslandswahlfächer im Bereich Area Studies & Languages
- Auslandswahlfächer im Bereich Business Management
- Auslandswahlfächer im Bereich Sozialkompetenz und Sprachen
- Berufspraktikum (mindestens 10 Wochen)
- Bachelorarbeiten 1 und 2
- Konfliktmanagement und Verhandlungsführung
- Leadership
- Change Management (E)
- Knowledge Management (E)
- Trends in der Unternehmensführung
- Business Englisch 1 - 3
- 2. Fremdsprache 1 und 2

2 CURRICULUM

2.1 Curriculumsdaten

Curriculumsdaten

(Je nach Organisationsform des Studienganges sind die Spalten "VZ" oder "BB" oder "VZ"+"BB" zu befüllen.)

	VZ	BB	Allfälliger Kommentar
Erstes Studienjahr (JJJJ/JJ ₊₁)	2011/12		
Regelstudiendauer (Anzahl Semester)	6		
Pflicht-SWS (Gesamtsumme aller Sem.)	113		
LV-Wochen pro Semester (Wochenanzahl)	15		
Pflicht-LVS (Gesamtsumme aller Sem.)	1695		
Pflicht-ECTS (Gesamtsumme aller Sem.)	180		
WS Beginn (Datum, Anm.: ev. KW)	KW 40		
WS Ende (Datum, Anm.: ev. KW)	KW 5		
SS Beginn (Datum, Anm.: ev. KW)	KW 10		
SS Ende (Datum, Anm.: ev. KW)	KW 26		
WS Wochen	15		
SS Wochen	15		
Verpflichtendes Auslandssemester (Semesterangabe)	5		
Unterrichtssprache (Angabe)	Deutsch		9 LV können in Englisch abgehalten werden.
Berufspraktikum (Semesterangabe, Dauer in Wochen je Semester)	6. Sem., mind. 10 Wochen		

2.2 Curriculum

1. Semester						15 LV-Wochen		
FH-Bachelorstudiengang "Unternehmensführung" (Vollzeit)								
LV-Nr.	LV-Bezeichnung	LV-Typ	SWS	Anzahl Gruppen	ASWS	ALVS	Modul	ECTS
V.ABW.1	Einführung in die Betriebswirtschaftslehre	VO	2,00	1	2,00	30,00	ABW	2
V.ABW.2	Buchführung	ILV	1,50	1	1,50	22,50	ABW	2
V.GUF.1	Grundlagen des Entrepreneurship	ILV	1,50	1	1,50	22,50	GUF	2
V.GUF.2	Unternehmensethik und strategische Unternehmensführung	ILV	2,00	1	2,00	30,00	GUF	3
V.UFI.1	Volkswirtschaftslehre 1: Angewandte Mikroökonomie	ILV	1,50	1	1,50	22,50	UFI	2
V.UFI.2	Wirtschafts- und Gesellschaftsrecht	VO	2,00	1	2,00	30,00	UFI	2
V.UFI.3	Wirtschafts- und Organisationspsychologie	ILV	1,50	1	1,50	22,50	UFI	2
V.MU1.1	Marketing-Management	ILV	3,00	1	3,00	45,00	MU1	5
V.ME1.1	Wirtschaftsmathematik	VO	2,00	1	2,00	30,00	ME1	2
V.ME1.2	Wissenschaftliches Arbeiten und Schreiben	ILV	1,50	1	1,50	22,50	ME1	2
V.ME1.3	Informationstechnologie 1 (Grundlagen)	ILV	1,00	2	2,00	30,00	ME1	2
V.SS1.1	Präsentations- und Kommunikationstechniken	UE	1,50	2	3,00	45,00	SS1	2
V.SS1.2	Business English 1	UE	2,00	2	4,00	60,00	SS1	2
Summenzeile:			23,00		27,50	412,50		30
LVS = Summe (SWS) * LV-Wochen			345,00					

2. Semester						15 LV-Wochen		
FH-Bachelorstudiengang "Unternehmensführung" (Vollzeit)								
LV-Nr.	LV-Bezeichnung	LV-Typ	SWS	Anzahl Gruppen	ASWS	ALVS	Modul	ECTS
V.UGR.1	Gründungsmanagement & Businessplan	ILV	3,00	1	3,00	45,00	UGR	4
V.UGR.2	Projekt- und Zeitmanagement	VO	1,00	1	1,00	15,00	UGR	1
V.WE1.1	Jahresabschluss und Bilanzanalyse	ILV	2,00	1	2,00	30,00	WE1	3
V.WE1.2	Investition und Finanzierung	ILV	1,50	1	1,50	30,00	WE1	2
V.RES.1	Personalmanagement und -führung	ILV	2,00	1	2,00	30,00	RES	3
V.RES.2	Supply Chain Management	ILV	1,50	1	1,50	22,50	RES	2
V.MU2.1	Volkswirtschaftslehre 2: Angewandte Makroökonomie und Märkte	ILV	1,50	1	1,50	30,00	MU2	2
V.MU2.2	Brand Management (E)	VO	1,00	1	1,00	15,00	MU2	1
V.MU2.3	Sales Management & Training (E)	ILV	1,50	1	2,00	30,00	MU2	2
V.ME2.1	Statistik	ILV	1,50	1	1,50	30,00	ME2	2
V.ME2.2	Planung und Entscheidungsprozesse im Management	ILV	1,50	1	1,50	22,50	ME2	2
V.ME2.3	Informationstechnologie 2 (Datenbanken)	UE	1,50	2	3,00	45,00	ME2	2
V.SS2.1	Instrumente der Unternehmenskommunikation	ILV	1,50	1	1,50	22,50	SS2	2
V.SS2.2	Business English 2	UE	2,00	2	4,00	60,00	SS2	2
Summenzeile:			23,00		27,00	427,50		30
LVS = Summe (SWS) * LV-Wochen			345,00					

3. Semester					15 LV-Wochen				
FH-Bachelorstudiengang "Unternehmensführung" (Vollzeit)									
LV-Nr.	LV-Bezeichnung	LV-Typ	SWS	Anzahl Gruppen	ASWS	ALVS	Modul	ECTS	
V.SUF.1	Haftungsrechtliche Aspekte des Managements	ILV	1,50	1	1,50	22,50	SUF	2	
V.SUF.2	Strategic Management & Development (E)	ILV	1,50	1	1,50	22,50	SUF	2	
V.SUF.3	Unternehmenssicherung & Nachhaltigkeit	VO	2,00	1	2,00	30,00	SUF	2	
V.WE2.1	Kostenrechnung und Budgetierung	ILV	1,50	1	1,50	22,50	WE2	2	
V.WE2.2	Wertorientierte Unternehmenssteuerung	VO	2,00	1	2,00	30,00	WE2	2	
V.PR1.1	Integrative Fallstudie zur Unternehmensgründung & Gründungsplanspiel	PT	2,00	3	6,00	90,00	PR1	3	
V.PR1.2	Informationssysteme: ERP-Systeme	VO	2,00	1	2,00	30,00	PR1	2	
V.MUJ.1	E-Competence-Management (E)	ILV	1,50	1	1,50	22,50	MUJ3	2	
V.MUJ.2	Social Media Marketing	VO	1,50	1	1,50	22,50	MUJ3	2	
V.BA.1	Bachelorseminar 1	SE	1,50	3	4,50	67,50	BAS	6	
V.SS3.1	Business English 3	UE	2,00	2	4,00	60,00	SS3	2	
V.SS3.2	2. Fremdsprache 1	UE	3,00	2	6,00	90,00	SS3	3	
Summenzeile:			22,00		34,00	510,00		30	
LVS = Summe (SWS) * LV-Wochen			330,00						

4. Semester					15 LV-Wochen				
FH-Bachelorstudiengang "Unternehmensführung" (Vollzeit)									
LV-Nr.	LV-Bezeichnung	LV-Typ	SWS	Anzahl Gruppen	ASWS	ALVS	Modul	ECTS	
V.ENT.1	Unternehmensübernahme und -nachfolge	ILV	2,00	1	2,00	30,00	ENT	3	
V.ENT.2	Arbeitsrecht und Arbeitsvertragsgestaltung	ILV	1,00	1	1,00	15,00	ENT	2	
V.ENT.3	Führung von Familienunternehmen	SE	1,00	1	1,00	15,00	ENT	2	
V.WE3.1	Controlling	ILV	2,00	1	2,00	30,00	WE3	3	
V.WE3.2	Risk Management (E)	ILV	2,00	1	2,00	30,00	WE3	3	
V.PR2.1	Geschäftsmodelle und -prozesse	ILV	1,50	1	2,00	22,50	PR2	2	
V.PR2.2	Integrative Fallstudie zur Unternehmensführung	PT	2,00	3	6,00	90,00	PR2	3	
V.IBU.1	International Management (E)	ILV	1,50	1	1,50	22,50	IBU	2	
V.IBU.2	Cross-Cultural Management (E)	ILV	1,50	1	1,50	22,50	IBU	2	
V.IBU.3	Customer Relationship Management	ILV	1,00	1	1,00	15,00	IBU	2	
V.SS4.1	Konfliktmanagement und Verhandlungsführung	ILV	2,00	1	2,00	30,00	SS4	3	
V.SS4.2	2. Fremdsprache 2	UE	3,00	2	6,00	90,00	SS4	3	
Summenzeile:			20,50		28,00	412,50		30	
LVS = Summe (SWS) * LV-Wochen			307,50						

5. Semester / Auslandssemester					15 LV-Wochen			
FH-Bachelorstudiengang "Unternehmensführung" (Vollzeit)								
LV-Nr.	LV-Bezeichnung	LV-Typ	SWS	Anzahl Gruppen	ASWS	ALVS	Modul	ECTS
V.ABM	Vertiefung Spezielle BWL und Business Management: je w eils ein Fach aus folgenden Bereichen: 1. Management (z.B. Strategic Management, Competitive Strategies, Management Compensation, Management of Multinational Corporations, Organization Theory, Organizational Behavior and Knowledge Management, Corporate Culture, Innovation Management, Business Ethics and Corporate Governance...) 2. Marketing (z.B. Advanced Marketing Management, Consumer Behavior, Customer Service Excellence, Global Marketing,...) 3. Accounting / Finance / Controlling (z.B. Financial Management, Portfolio Management, Options and Futures, International Finance,...)	ILV	8,00				ABM	16
V.AAL	Vertiefung Area Studies & Languages: ein Fach (z.B. US and East Asia, Anthropological Perspectives on Culture and Society,...)	ILV	3,00				AAL	6
V.ASS	Vertiefung Social Skills: zw ei Fächer (z.B. Business Communication, Negotiation and Conflict Resolution, International Business Communication,...)	ILV	4,00				ASS	8
V.ASS	Betreuung im Auslandssemester	ILV	1,00	1	1,00	15,00	ASS	0
Summenzeile:			16,00		1,00	15,00		30
LVS = Summe (SWS) * LV-Wochen			240,00					

6. Semester					15 LV-Wochen			
Bachelorstudiengang "Unternehmensführung" (Vollzeit)								
LV-Nr.	LV-Bezeichnung	LV-Typ	SWS	Anzahl Gruppen	ASWS	ALVS	Modul	ECTS
V.BPR	Berufspraktikum (mindestens 10 Wochen)	BP	1,50	1	1,50	22,50	BPR	16
V.BAS.2	Bachelorseminar 2	SE	1,50	3	4,50	67,50	BAS	6
V.PTR.1	Leadership	ILV	1,50	1	1,50	22,50	PTR	2
V.PTR.2	Change Management (E)	ILV	1,50	1	1,50	22,50	PTR	2
V.PTR.3	Knowledge Management (E)	ILV	1,50	1	1,50	22,50	PTR	2
V.PTR.4	Trends in der Unternehmensführung	SE	1,00	1	1,00	15,00	PTR	2
Summenzeile:			8,50		11,50	172,50		30
LVS = Summe (SWS) * LV-Wochen			127,50					

Summe über alle Semester:	113,00		129,00	1935,00		
Summer über alle Semester:	1695,00					

Abkürzungen	
LV	Lehrveranstaltung
LVS	Lehrveranstaltungsstunde(n)
ALVS	Angebotene LVS
SWS	Semesterwochenstunde(n)
ASWS	Angebotene SWS
ECTS	ECTS-Anrechnungspunkte

Abkürzungen für die Modulbezeichnungen

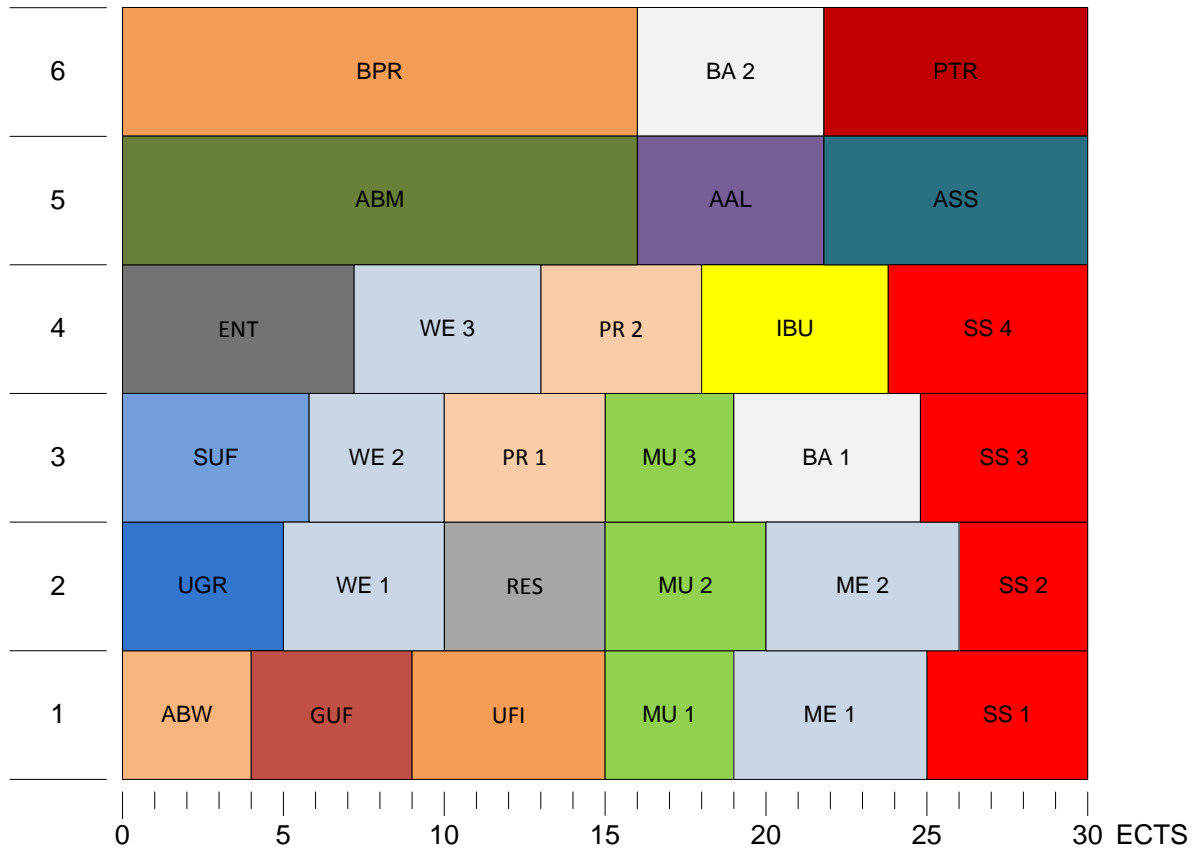
Module		SWS	SWS in %	ECTS	ECTS in %
AAL	Auslandswahlfächer Area Studies and Languages	3,00	3	6	3,00
ABM	Auslandswahlfächer Business Management	8,00	6	16	9,00
ABW	Allgemeine BWL	3,50	3	4	3,00
ASS	Auslandswahlfächer Social Skills	5,00	4	8	3,00
BAS	Bachelorarbeiten	3,00	3	12	8,00
BPR	Integriertes Berufspraktikum	1,50	1	16	9,00
ENT	Vertiefung Entrepreneurship	4,00	4	7	5,00
GUF	Grundlagen der Unternehmensführung	3,50	3	5	3,00
IBU	International Business	4,00	4	6	3,00
ME 1	Methodenkompetenz 1	4,50	4	6	3,00
ME 2	Methodenkompetenz 2	4,50	4	6	3,00
MU 1	Marktorientierte Unternehmensführung 1	3,00	3	5	3,00
MU 2	Marktorientierte Unternehmensführung 2	4,00	4	5	3,00
MU 3	Marktorientierte Unternehmensführung 3	3,00	3	4	2,00
PR 1	Prozessorientierte Unternehmensführung 1	4,00	4	5	3,00
PR 2	Prozessorientierte Unternehmensführung 2	3,50	3	5	3,00
PTR	Praxis-Theorie-Reflexion	5,50	5	8	4,00
RES	Ressourcenorientierte Unternehmensführung	3,50	3	5	3,00
SS 1	Sozialkompetenzen und Sprachen 1	3,50	3	4	2,00
SS 2	Sozialkompetenzen und Sprachen 2	3,50	3	4	2,00
SS 3	Sozialkompetenzen und Sprachen 3	5,00	4	5	3,00
SS 4	Sozialkompetenzen und Sprachen 4	5,00	4	6	3,00
SUF	Strategische Unternehmensführung	5,00	4	6	3,00
UFI	Unternehmensführung und Interdisziplinarität	5,00	4	6	3,00
UGR	Unternehmensgründung	4,00	4	5	3,00
WE 1	Wertorientierte Unternehmensführung 1	3,50	3	5	3,00
WE 2	Wertorientierte Unternehmensführung 2	3,50	3	4	2,00
WE 3	Wertorientierte Unternehmensführung 3	4,00	4	6	3,00
Summe		113,00	100	180	100,00

Eine kompakte Übersicht zur Verteilung der Module über die sechs Studiensemester des Bachelorstudiengangs „Unternehmensführung“ ist der folgenden Grafik zu entnehmen:

Grafische Übersicht der Module

Unternehmensführung - Vollzeit

Semester



2.3 Modulbeschreibungen

Beitrag Module zur Zielumsetzung Bachelorstudiengang "Unternehmensführung"

	ECTS		%
Wissenschaftliche Grundlagen + Methoden		32	18
Modul ABW ["Allgemeine Betriebswirtschaftslehre"]	4		
Modul MU1 ["Marktorientierte Unternehmensführung 1"]	5		
Modul RES ["Ressourcenorientierte Unternehmensführung"]	5		
Modul UFI ["Unternehmensführung und Interdisziplinarität"]	6		
Modul ME1 ["Methodenkompetenz 1"]	6		
Modul ME2 ["Methodenkompetenz 2"]	6		
Entrepreneurship und Gründungsmanagement		17	10
Modul GUF ["Grundlagen der Unternehmensführung"]	5		
Modul UGR ["Unternehmensgründung"]	5		
Modul ENT ["Vertiefung Entrepreneurship"]	7		
Intrapreneurship und Unternehmensführung		46	25
Modul WE1 ["Wertorientierte Unternehmensführung 1"]	5		
Modul MU2 ["Marktorientierte Unternehmensführung 2"]	5		
Modul SUF ["Strategische Unternehmensführung"]	6		
Modul PR1 ["Prozessorientierte Unternehmensführung 1"]	5		
Modul MU3 ["Marktorientierte Unternehmensführung 3"]	4		
Modul WE2 ["Wertorientierte Unternehmensführung 2"]	4		
Modul WE3 ["Wertorientierte Unternehmensführung 3"]	6		
Modul PR2 ["Prozessorientierte Unternehmensführung 2"]	5		
Modul IBU ["International Business"]	6		
Exemplarische Wahlpflichtfächer		30	17
Modul ABM ["Auslandswahlfächer Business Management"]	16		
Modul AAL ["Auslandswahlfächer Area Studies & Languages"]	6		
Modul ASS ["Auslandswahlfächer Social Skills"]	8		
Fachübergreifende Qualifikationen		39	21
Modul BAS ["Bachelorarbeiten 1 und 2"]	12		
Modul SS1 - 4 ["Sozialkompetenzen und Sprachen"]	19		
Modul PTR ["Praxis-Theorie-Reflexion"]	8		
Pflichtpraktikum		16	9
Summe		180	100

Modulbeschreibung
Allgemeine Betriebswirtschaftslehre

Modulnummer:	Modultitel:	Umfang:
ABW	Allgemeine Betriebswirtschaftslehre	4 ECTS
Studiengang	Unternehmensführung	
Lage im Curriculum	1. Semester	
Zuordnung zu den Teilgebieten	Wissenschaftliche Grundlagen und Methoden	
Niveaustufe	Einführung in die Wirtschaftswissenschaften	
Vorkenntnisse	keine	
Geblockt	Nein	
Kreis d. TeilnehmerInnen	AnfängerInnen	
Beitrag zu nachfolgenden Modulen	Voraussetzung für die Module MU2; MU3; ABM; IBU; UGR und PTR	
Literaturempfehlungen	Bücher: Grohmann-Steiger, Ch. / Schneider, W. / Eberhartinger, E. : Einführung in die Buchhaltung im Selbststudium, Band I und Band II, 17. überarbeitete Auflage, Wien 2006 Schmolke, S., Deitermann, M.: Industrielles Rechnungswesen IKR, 28. Aufl., Darmstadt 2000 Wedell, H.: Grundlagen des Rechnungswesens, Band 1: Buchführung und Jahresabschluss, 9. Aufl., Herne, Berlin 2002	
	Fachzeitschriften: Zeitschrift für Planung und Unternehmenssteuerung; Zeitschrift für Personalpsychologie; Information Systems and e-Business Management; International Entrepreneurship and Management Journal; Zeitschrift für Personalforschung; Betriebswirtschaftliche Forschung und Praxis; Review of Managerial Science; Betriebswirtschaftliche Forschung und Praxis; Accounting and Business Research; Academy of Management Perspectives; Accounting Review; American Psychologist; Behavioral Research in Accounting; Decision Support Systems; Entrepreneurship, Theory and Practice; Financial Management; Harvard Business Review; Human Resource Management; International Business Review; Journal of Business; Journal of International Marketing; Journal of Management; Journal of Marketing; Strategic Management Journal; Zeitschrift für Betriebswirtschaft; Zeitschrift für betriebswirtschaftliche Forschung	
Kompetenzerwerb	Überblick über die wichtigsten Teilbereiche der Betriebswirtschaftslehre, Fähigkeit zu Lösung einfacher betriebswirtschaftlicher Problemstellungen anhand von Fallbeispielen, Kenntnisse der Buchführung als Grundlage für die Erstellung des Jahresabschlusses.	

Titel der Lehrveranstaltung Einführung in die Betriebswirtschaftslehre	
Umfang	2 ECTS
Lage im Curriculum	1. Semester
Lehr- und Lernformen	2 ECTS; VO
Prüfungsmodalitäten	VO: LV-abschließende Prüfung
Lehrinhalte	Darstellung von Gegenstand und Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre, Erläuterung von Betriebswirtschaftslehre als Wissenschaft, Betriebswirtschaftliche Entscheidungslehre, Vermittlung von konstitutiven Unternehmensentscheidungen (Rechtsformen, Standortentscheidung, Unternehmenszusammenschlüsse) und funktionalen Unternehmensentscheidungen (Materialwirtschaft, Produktionswirtschaft, Marketing, Finanzwirtschaft, Rechnungswesen), Darlegung betrieblicher Führungsentscheidungen (Management und Strategie, Planung und Kontrolle, Personal und Organisation, Management und Ethik).
Titel der Lehrveranstaltung Buchführung	
Umfang	2 ECTS
Lage im Curriculum	1. Semester
Lehr- und Lernformen	2 ECTS; ILV
Prüfungsmodalitäten	ILV: LV-abschließende Prüfung
Lehrinhalte	Die Studentinnen / Studenten sollen die Grundzüge der doppelten Buchführung erlernen und Geschäftsvorfälle mit T-Konten und softwaregestützt selbständig buchen können (Bestandskonten, Erfolgskonten, Abschlussbuchungen). Sie verstehen die Grundsätze der handelsrechtlichen Bilanzierung, wobei der Einzelabschluss nach UGB im Vordergrund steht. Folgende spezifischen Inhalte werden vermittelt: Grundfragen des Rechnungswesens nach dem UGB Einführung in die doppelte Buchführung Kontenrahmen – Kontenplan Bildung und Schreibweise von Buchungssätzen Verbuchung der UST Verbuchung von Anlagevermögen, Vorräten, Forderungen und Verbindlichkeiten, Rückstellungen und Rücklagen, Rechnungsabgrenzungsposten Verbuchung von Aufwendungen und Erträgen Elektronische Verarbeitung von Belegen Vorbereitende Jahresabschlussbuchungen

Modulbeschreibung
Grundlagen der Unternehmensführung

Modulnummer:	Modultitel:	Umfang:
GUF	Grundlagen der Unternehmensführung	5 ECTS
Studiengang	Unternehmensführung	
Lage im Curriculum	1. Semester	
Zuordnung zu den Teilgebieten	Entrepreneurship und Gründungsmanagement	
Niveaustufe	Einführung	
Vorkenntnisse	Keine	
Geblockt	Nein	
Kreis d. TeilnehmerInnen	AnfängerInnen	
Beitrag zu nachfolgenden Modulen	Voraussetzung für die Module UGR und ENT	
Literaturempfehlungen	<p>Bücher: Dowling, Michael / Drumm, Hans-Jürgen (2002) (Hrsg.) Gründungsmanagement: Vom erfolgreichen Unternehmensstart zum dauerhaften Wachstum. Klandt, H. (1999): Gründungsmanagement: Der integrierte Unternehmensplan, München, Wien. Faltn, G. / Ripsas, S. / Zimmer, J. (1998) (Hrsg.): Entrepreneurship: Wie aus Ideen Unternehmen werden, München. Schefczyk, M. / Pankotsch, F. (2003): Betriebswirtschaftslehre junger Unternehmen, Stuttgart Pleschak, F./Sabisch, H./ Wupperfeld/ U. (1994): Innovationsorientierte kleine Unternehmen: „Wie Sie mit neuen Produkten neue Märkte erschließen“, Wiesbaden. Razik, St. (2002): Spin-Off-Gründungen: Bausteine eines marktorientierten Gründungsmanagements, Osnabrück. Göbel, E. (2010): Unternehmensethik - Grundlagen und praktische Umsetzung Ferrell, L./ Ferrell, O. (2010): Unternehmensethik - Prinzipien und Werte Beschorner, T./ Brink, A./ Schumann, O. (2010): Unternehmensethik Becker, F. (2010): Strategisches Management Herbek, P. (2010): Strategische Unternehmensführung Bergmann, R./ Bungert, M. (2010): Strategische Unternehmensführung</p>	
	<p>Fachzeitschriften: Fachzeitschriften: Zeitschrift für Planung und Unternehmenssteuerung; Zeitschrift für Personalpsychologie; Information Systems and e-Business Management; International Entrepreneurship and Management Journal; Zeitschrift für Personalforschung; Betriebswirtschaftliche Forschung und Praxis; Review of Managerial Science; Betriebswirtschaftliche Forschung und Praxis; Accounting and Business Research; Academy of Management Perspectives; Accounting Review; American Psychologist; Behavioral Research in Accounting; Decision Support Systems; Entrepreneurship, Theory and Practice; Financial Management; Harvard Business Review; Human Resource Management; International Business Review; Journal of Business; Journal of International Marketing; Journal of Management; Journal of Marketing; Strategic Management Journal; Zeitschrift für Betriebswirtschaft; Zeitschrift für betriebswirtschaftliche Forschung</p>	
Kompetenzerwerb	<p>Die Studierenden sollen mit den grundlegenden Begrifflichkeiten und Besonderheiten von Unternehmensgründungen vertraut gemacht werden. Sie haben Kenntnis über die Phasen einer Unternehmensgründung und sind in der Lage, Faktoren erfolgreicher Unternehmensgründungen anhand praktischer Beispiele zu erkennen und zu diskutieren. Erwerb von grundlegenden Kenntnissen im Themenfeld Unternehmer und Unternehmertum (Entrepreneurship). Hierbei werden Kompetenzen vermittelt, die die grundlegenden Denk- und Handlungsweisen in den Bereichen der Unternehmensgründung, Business Planung, Finance und Marketing betreffen. Die geänderten Markt- und Umweltbedingungen in stark vernetzten und interagierenden Märkten sollen einer grundlegenden Betrachtung unterzogen werden und dem Studierenden Mittel- und Methodenkompetenz vermittelt werden. Hierbei wird insbesondere auf aktuelle Markt- und Umweltbedingungen, gerade im Bereich der klein- und mittelständischen Unternehmen eingegangen werden, um einen Unternehmer und/oder Unternehmer im Unternehmen auszubilden.</p>	

Titel der Lehrveranstaltung	Grundlagen des Entrepreneurship
Umfang	2 ECTS
Lage im Curriculum	1. Semester
Lehr- und Lernformen	2 ECTS; ILV
Prüfungsmodalitäten	ILV: LV-immanenter Prüfungscharakter
Lehrinhalte	Unternehmer – Unternehmensgründung / Entrepreneur – Entrepreneurship, alternative Typen von Unternehmensgründungen: Unternehmensneugründung, Übernahmegründung, MBI/MBO, Franchisegründung, Spin-Off-Gründung, gesamtwirtschaftliche Bedeutung von Unternehmensgründungen, empirische Faktoren zu Unternehmensgründungen in Österreich und Deutschland, Aufgaben und Erfolgsfaktoren in den Phasen des Gründungsprozesses: Vorgründungsphase, Gründungsphase, FuE-Phase, Markteintrittsphase, Wachstumsphase
Titel der Lehrveranstaltung	Unternehmensethik und strategische Unternehmensführung
Umfang	3 ECTS
Lage im Curriculum	1. Semester
Lehr- und Lernformen	3 ECTS; ILV
Prüfungsmodalitäten	ILV: LV-immanenter Prüfungscharakter
Lehrinhalte	Elemente des strategischen Managements; Instrumente der strategischen Planung (Umweltanalyse, Stärken und Schwächenanalyse, Szenariotechnik, Delphimethode, Früherkennungssysteme, Wertschöpfungsketten, Erfahrungskurve, Portfolio-Analyse, Benchmarking); Strategische Planung und Strategiemodelle (Marktorientierung vs. Ressourcenorientierung); Generelle Strategiemodelle (Portfolio-Modell, Porter-Modell, Ansoff-Modell). Der Zusammenhang und die Wechselwirkungen zu den übergeordneten Grundsätzen der Unternehmensethik und der Ausgestaltung der Corporate Governance werden erläutert und kritisch reflektiert.

Modulbeschreibung
Unternehmensführung und Interdisziplinarität

Modulnummer:	Modultitel:	Umfang:
UFI	Unternehmensführung und Interdisziplinarität	6 ECTS
Studiengang	Unternehmensführung	
Lage im Curriculum	1. Semester	
Zuordnung zu den Teilgebieten	Wissenschaftliche Grundlagen und Methoden	
Niveaustufe	Einführung	
Vorkenntnisse	Keine	
Geblockt	Nein	
Kreis d. TeilnehmerInnen	AnfängerInnen	
Beitrag zu nachfolgenden Modulen	Voraussetzung für die Module ME2, MU2, SUF und ENT	
Literaturempfehlungen	Bücher: Spieß, E. (2005): Wirtschaftspsychologie Moser, K. (2007): Wirtschaftspsychologie Frey, D. (2005): Wirtschaftspsychologie Nerdinger u.a. (2008): Arbeits- und Organisationspsychologie Führich, E. (2008): Wirtschaftsprivatrecht Felderer, B./ Homburg, S. (2005): Makroökonomik und neue Makroökonomik	
	Fachzeitschriften: Fachzeitschriften: Zeitschrift für Planung und Unternehmenssteuerung; Zeitschrift für Personalpsychologie; Information Systems and e-Business Management; International Entrepreneurship and Management Journal; Zeitschrift für Personalforschung; Betriebswirtschaftliche Forschung und Praxis; Review of Managerial Science; Betriebswirtschaftliche Forschung und Praxis; Accounting and Business Research; Academy of Management Perspectives; Accounting Review; American Psychologist; Behavioral Research in Accounting; Decision Support Systems; Entrepreneurship, Theory and Practice; Financial Management; Harvard Business Review; Human Resource Management; International Business Review; Journal of Business; Journal of International Marketing; Journal of Management; Journal of Marketing; Strategic Management Journal; Zeitschrift für Betriebswirtschaft; Zeitschrift für betriebswirtschaftliche Forschung	
Kompetenzerwerb	Die Absolventin/der Absolvent besitzt fundierte Kenntnisse über interdisziplinäre Aspekte des Management aus den wissenschaftlichen Nachbardisziplinen Psychologie, Recht und Volkswirtschaftslehre.	

Titel der Lehrveranstaltung	Volkswirtschaftslehre 1: Angewandte Mikroökonomie
Umfang	2 ECTS
Lage im Curriculum	1. Semester
Lehr- und Lernformen	2 ECTS; ILV
Prüfungsmodalitäten	ILV: LV-immanenter Prüfungscharakter und abschließende Prüfung
Lehrinhalte	Einführung in die Mikroökonomik mit dem Schwerpunkt: Managerial Economics. Vorstellung der theoretischen Konzepte und Modelle, die für die Analyse mikroökonomischer Phänomene notwendig sind. Vermittlung eines grundsätzlichen Verständnisses für politische Handlungsmöglichkeiten sowie andere aktuelle Themen.
Titel der Lehrveranstaltung	Wirtschafts- und Gesellschaftsrecht
Umfang	2 ECTS
Lage im Curriculum	1. Semester
Lehr- und Lernformen	2 ECTS; ILV
Prüfungsmodalitäten	ILV: LV-immanenter Prüfungscharakter und abschließende Prüfung
Lehrinhalte	Vermittlung von Aufbau und Inhalten des Privatrechts, soweit sie für Betriebswirte notwendig sind. Das Schwergewicht liegt auf dem allgemeinen bürgerlichen Recht. Darüber hinaus wird ein Einblick in den Aufbau der Sonderprivatrechte gegeben. Überblick über alle in Österreich gebräuchlichen Gesellschaftsformen und Teile des Wirtschaftsrechts (Recht des unlauteren Wettbewerbes, Insolvenzrecht sowie Einführung in das Internetrecht). Wahrnehmung und Kenntnis wettbewerbsrelevanter Sachverhalte und deren Rechtsfolgen. Grundzüge des Gesellschaftsrechts insb. des GmbH-Rechts, OHG, KG-Recht, Gesellschaft bürgerlichen Rechts, EWIV. Gestaltung von Gesellschaftsverträgen. Grundzüge des allgemeinen Handelsrecht (Unternehmerrecht); Grundzüge des Schuldrechts.
Titel der Lehrveranstaltung	Wirtschafts- und Organisationspsychologie
Umfang	2 ECTS
Lage im Curriculum	1. Semester
Lehr- und Lernformen	2 ECTS; ILV
Prüfungsmodalitäten	ILV: LV-immanenter Prüfungscharakter
Lehrinhalte	Vermittlung psychologischer Erklärungs- und Deutungszusammenhänge in den Bereichen: Kaufen und Konsumieren, Unternehmenszusammenschlüsse, Arbeit und Freizeit, Arbeitslosigkeit, Psychologie des Geldes, unternehmerisches Denken und Selbständigkeit, Finanzpsychologie sowie Organisations- und Personalpsychologie

Modulbeschreibung		
Marktorientierte Unternehmensführung 1		
Modulnummer:	Modultitel:	Umfang:
MU1	Marktorientierte Unternehmensführung 1	5 ECTS
Studiengang	Unternehmensführung	
Lage im Curriculum	1. Semester	
Zuordnung zu den Teilgebieten	Wissenschaftliche Grundlagen und Methoden	
Niveaustufe	Einführung	
Vorkenntnisse	Keine	
Geblockt	Nein	
Kreis d. TeilnehmerInnen	AnfängerInnen	
Beitrag zu nachfolgenden Modulen	Voraussetzung für die Module MU2 und MU3	
Literaturempfehlungen	Bücher: Bruhn, M.: Marketing: Grundlagen für Studium und Praxis, 6. Auflage, Wiesbaden, 2002. Kotler, P.: Grundlagen des Marketing, 2. Auflage, München, 2001. Malhotra, N.K. u. D.F. Birks: Marketing Research: An Applied Approach. New Jersey, 1999.	
	Fachzeitschriften: Zeitschrift für Planung und Unternehmenssteuerung; Zeitschrift für Personalpsychologie; Information Systems and e-Business Management; International Entrepreneurship and Management Journal; Zeitschrift für Personalforschung; Betriebswirtschaftliche Forschung und Praxis; Review of Managerial Science; Betriebswirtschaftliche Forschung und Praxis; Accounting and Business Research; Academy of Management Perspectives; Accounting Review; American Psychologist; Behavioral Research in Accounting; Decision Support Systems; Entrepreneurship, Theory and Practice; Financial Management; Harvard Business Review; Human Resource Management; International Business Review; Journal of Business; Journal of International Marketing; Journal of Management; Journal of Marketing; Strategic Management Journal; Zeitschrift für Betriebswirtschaft; Zeitschrift für betriebswirtschaftliche Forschung	
Kompetenzerwerb	Die Absolventin/der Absolvent besitzt grundlegende Kenntnisse zur marktorientierten Unternehmensführung, erlernt die wesentlichen Problemstellungen und Lösungsansätze des Marketing-Managements, insbesondere die Marketing-Mix-Instrumente.	
Titel der Lehrveranstaltung	Marketing-Management	
Umfang	4 ECTS	
Lage im Curriculum	1. Semester	
Lehr- und Lernformen	4 ECTS; ILV	
Prüfungsmodalitäten	ILV: LV-abschließende Prüfung	
Lehrinhalte	Vermittlung von Grundlagen des Marketing (Definition und Einsatzbereiche des Marketing, Dynamik des Marketing-Umfeldes, Märkte und Branchen Mechanismen, Konsumentenverhalten, Zielgruppen-Identifikation, Marktsegmentierung, Strategisches Marketing, Marketing-Mix und Grundlagen von E-Marketing Methoden) durch Theorie und anhand von Fallstudien. Aktuelle Trends und historische und aktuelle Entwicklungen der Marketing-Wissenschaften. Marketing als marktorientierte Unternehmensführung bedeutet heute die Kenntnis von Märkten und deren Mechanismen, Kundenbindungs-Instrumenten, Qualitätsmessungen und von Value-Added Services. Im Rahmen der Lehrveranstaltung Marketing wird auch auf die Mechanismen von Konvergenzbildung an Märkten und modernen Methoden des Marketing, wie Potentialorientierung und kybernetischen, wie spieltheoretischen Betrachtungen des Marketing-Instrumentariums eingegangen.	

Modulbeschreibung
Methodenkompetenz 1

Modulnummer:	Modultitel:	Umfang:
ME1	Methodenkompetenz 1	6 ECTS
Studiengang	Unternehmensführung	
Lage im Curriculum	1. Semester	
Zuordnung zu den Teilgebieten	Wissenschaftliche Grundlagen und Methoden	
Niveaustufe	Einführung	
Vorkenntnisse	Keine	
Geblockt	Nein	
Kreis d. TeilnehmerInnen	AnfängerInnen	
Beitrag zu nachfolgenden Modulen	Voraussetzung für die Module WE1-3; BAS; UGR	
Literaturempfehlungen	<p>Bücher: Bleymüller, J., Gehlert, G., Gülicher, H.: Statistik für Wirtschaftswissenschaftler, 13. Auflage, München, 2002. Bofinger, P.: Grundzüge der Volkswirtschaftslehre, München, 2003. Fitz, H., Gamerith, H.: Handelsrecht – Wettbewerbsrecht: Un-lauterer Wettbewerb und Kartelle, 4. Auflage, Wien, 2003. Fritz, C.: Gesellschafts- und Unternehmensformen: Handbuch der wichtigsten Fragen – Gründung, Haftung, Auflösung, Steuerrecht, 2. Auflage, Wien, 2002. Keller, G. u. B. Warrack: Statistics for Management and Economics, 6th ed., Pacific Grove, 2003. Krejci, H.: Privatrecht, 5. Auflage, Wien, 2002. Pfeifer, A.: Praktische Finanzmathematik, Frankfurt am Main, 2000. Salomon, E. u. W. Poguntke: Wirtschaftsmathematik, 2. Auflage, Köln, 2001. Samuelson, P. A. and W. D. Nordhaus: Economics, 17th ed., Boston, 2001. Schira, J.: Statistische Methoden der VWL und BWL. München. 2003. Schwarze, J.: Mathematik für Wirtschaftswissenschaftler. Band 1-3, 11. Auflage, Berlin, 2000. Schwimann, M.: Bürgerliches Recht für Anfänger, 5. Auflage, Wien, 2003. Theisen, M.: Wissenschaftliches Arbeiten: Technik, Methodik, Form, 11. Auflage, München, 2002. Tietze, J.: Einführung in die angewandte Wirtschaftsmathematik, 9. Auflage, Braunschweig, Wiesbaden, 2000. Tietze, J.: Einführung in die Finanzmathematik, 4. Auflage, Braunschweig, Wiesbaden, 2001.</p>	
	<p>Fachzeitschriften: Fachzeitschriften: Zeitschrift für Planung und Unternehmenssteuerung; Zeitschrift für Personalpsychologie; Information Systems and e-Business Management; International Entrepreneurship and Management Journal; Zeitschrift für Personalforschung; Betriebswirtschaftliche Forschung und Praxis; Review of Managerial Science; Betriebswirtschaftliche Forschung und Praxis; Accounting and Business Research; Academy of Management Perspectives; Accounting Review; American Psychologist; Behavioral Research in Accounting; Decision Support Systems; Entrepreneurship, Theory and Practice; Financial Management; Harvard Business Review; Human Resource Management; International Business Review; Journal of Business; Journal of International Marketing; Journal of Management; Journal of Marketing; Strategic Management Journal; Zeitschrift für Betriebswirtschaft; Zeitschrift für betriebswirtschaftliche Forschung</p>	
Kompetenzerwerb	<p>Die Absolventin/der Absolvent besitzt grundlegende Kenntnisse über quantitative Methoden der Wirtschaftswissenschaften und ist in der Lage die inhaltlichen, formalen und quantitativ-methodischen Anforderungen an wissenschaftliche Arbeiten IT-gestützt zu erfüllen.</p>	

Titel der Lehrveranstaltung	Wirtschaftsmathematik
Umfang	2 ECTS
Lage im Curriculum	1. Semester
Lehr- und Lernformen	2 ECTS; VO
Prüfungsmodalitäten	VO: LV-abschließende Prüfung
Lehrinhalte	Vorstellung der Grundlagen sowie der darauf aufbauenden, in ökonomischen Fragestellungen anwendbaren Methoden der Mathematik aus folgenden Bereichen: Mathematische Grundlagen, Funktionen, Differentialrechnung, Funktionen mehrerer unabhängiger Variablen, Integralrechnung. Hierbei wird stets berücksichtigt, dass die Mathematik für Ökonomen Handwerkszeug und nicht Selbstzweck ist.
Titel der Lehrveranstaltung	Wissenschaftliches Arbeiten und Schreiben
Umfang	2 ECTS
Lage im Curriculum	1. Semester
Lehr- und Lernformen	2 ECTS; ILV
Prüfungsmodalitäten	ILV: LV-immanenter Prüfungscharakter
Lehrinhalte	Vermittlung der grundlegenden Regeln des wissenschaftlichen Arbeitens. Formale, strukturelle und inhaltliche Anforderungen an die Erstellung von wissenschaftlichen Arbeiten, insbesondere Bachelor- und Hausarbeiten, die im Rahmen des Studiums erbracht werden müssen. Zur Umsetzung der theoretischen Grundlagen wird vorlesungsbegleitend eine wissenschaftliche Hausarbeit zu einem frei gewählten Thema erstellt.
Titel der Lehrveranstaltung	Informationstechnologie 1 (Grundlagen)
Umfang	2 ECTS
Lage im Curriculum	1. Semester
Lehr- und Lernformen	2 ECTS
Prüfungsmodalitäten	ILV: LV-immanenter Prüfungscharakter
Lehrinhalte	Anwendungsorientierte Grundbegriffe der Wirtschaftsinformatik. Grundkenntnisse der Daten- und Dateiverwaltung. Grundkenntnisse in Standard Anwendungen der individuellen Datenverarbeitung wie Textverarbeitungs- und Tabellenkalkulationssysteme. Vermittlung von Grundkenntnissen elektronischer Medien und elektronischer Kommunikation.

Modulbeschreibung
Sozialkompetenzen und Sprachen 1

Modulnummer:	Modultitel:	Umfang:
SS1	Sozialkompetenzen und Sprachen 1	4 ECTS
Studiengang	Unternehmensführung	
Lage im Curriculum	1. Semester	
Zuordnung zu den Teilgebieten	Fachübergreifende Qualifikationen	
Niveaustufe	Einführung	
Vorkenntnisse	Keine	
Geblockt	Nein	
Kreis d. TeilnehmerInnen	AnfängerInnen	
Beitrag zu nachfolgenden Modulen	Voraussetzung für die Module SS2 - SS4; ABM; AAL und ASS	
Literaturempfehlungen	Bücher: MacKenzie, I.: English for Business Studies, 2nd ed., Cambridge, 2002. Brieger, N., Sweeney, S.: The Language of Business English, Hemel Hempstead, 1994. Crowther-Alwyn, J.: Business Roles, Cambridge, 1997. Crowther-Alwyn, J.: Business Roles 2, Cambridge, 1999.	
	Fachzeitschriften: --	
Kompetenzerwerb	Grundlagen der Sozialkompetenz, Sprech-, Lese- und Schreib- und Präsentationsfähigkeit in Englisch. Landeskundliche Kenntnisse aus Wirtschaft, Politik, Kultur und Geschichte, interkulturelle Kompetenz. Fähigkeit, das Studium erfolgreich im Ausland durchzuführen. Diskussionsfähigkeit und Präsentation spezifischer wirtschaftswissenschaftlicher Themen in englischer Sprache.	

Titel der Lehrveranstaltung	Präsentations- und Kommunikationstechniken
Umfang	3 ECTS
Lage im Curriculum	1. Semester
Lehr- und Lernformen	3 ECTS; UE
Prüfungsmodalitäten	UE: LV-immanenter Prüfungscharakter
Lehrinhalte	Präsentationen zu Inhalten des Studiengangs. Recherchetechniken, Struktur und Gliederung von Präsentationen, Medieneinsatz für Präsentationen, Vortragstechnik. Wirkung der verbalen und nonverbalen Kommunikation von anderen und sich selbst. Die Inhalte sind u. a. Mimik, Gestik, Rhetorik, Körpersprache, Verhandlungstechnik, Gesprächstechnik usw.
Titel der Lehrveranstaltung	Business English 1
Umfang	2 ECTS
Lage im Curriculum	1. Semester
Lehr- und Lernformen	2 ECTS; UE
Prüfungsmodalitäten	UE: LV-immanenter Prüfungscharakter
Lehrinhalte	Wiederholung der Grammatik, Businessvokabular, Zeitungsartikel zu ausgewählten aktuellen Themen aus Wirtschaft, Politik und Kultur, Einführung in die englische Geschäftskultur, selbständige Ausarbeitung von Essays und Präsentationen in Englisch.

Modulbeschreibung
Unternehmensgründung

Modulnummer:	Modultitel:	Umfang:
UGR	Unternehmensgründung	5 ECTS
Studiengang	Unternehmensführung	
Lage im Curriculum	2. Semester	
Zuordnung zu den Teilgebieten	Entrepreneurship und Gründungsmanagement	
Niveaustufe	Einführung	
Vorkenntnisse	Modul ABW	
Geblockt	Nein	
Kreis d. TeilnehmerInnen	AnfängerInnen	
Beitrag zu nachfolgenden Modulen	Voraussetzung für das Modul ENT	
Literaturempfehlungen	<p>Bücher: Dowling, M. / Drumm, H.-J. (2003): Gründungsmanagement, 2., Auflage, Berlin, Heidelberg, New York. Gruber, M. / Henkel, J. / Witzler, R. (2002): Gründungsmanagement, Frankfurt / Main. Klandt, H. (2006): Gründungsmanagement: Der integrierte Unternehmensplan, 2. Auflage, München / Wien. Nathusius, K. (2001): Grundlagen der Gründungsfinanzierung, Wiesbaden. Razik, St. (2002): Spin-Off-Gründungen: Bausteine eines marktorientierten Gründungsmanagements, Osnabrück. Rüggeberg, Harald (2003): Marketing für Unternehmensgründer, Wiesbaden. Kessler, H./ Winkelhofer, G. (2004): Projektmanagement Corsten, H. (2000): Projektmanagement : Einführung</p>	
	<p>Fachzeitschriften: Fachzeitschriften: Zeitschrift für Planung und Unternehmenssteuerung; Zeitschrift für Personalpsychologie; Information Systems and e-Business Management; International Entrepreneurship and Management Journal; Zeitschrift für Personalforschung; Betriebswirtschaftliche Forschung und Praxis; Review of Managerial Science; Betriebswirtschaftliche Forschung und Praxis; Accounting and Business Research; Academy of Management Perspectives; Accounting Review; American Psychologist; Behavioral Research in Accounting; Decision Support Systems; Entrepreneurship, Theory and Practice; Financial Management; Harvard Business Review; Human Resource Management; International Business Review; Journal of Business; Journal of International Marketing; Journal of Management; Journal of Marketing; Strategic Management Journal; Zeitschrift für Betriebswirtschaft; Zeitschrift für betriebswirtschaftliche Forschung</p>	
Kompetenzerwerb	<p>Die Studierenden sollen mit den grundlegenden Begrifflichkeiten und Besonderheiten des Gründungsmanagements im Allgemeinen und der Gründungsplanung im speziellen vertraut gemacht werden. Sie haben Kenntnis über die Bausteine der Gründungsplanung. Sie sind in der Lage, für die typischen Engpassbereiche von Unternehmensgründungen, Standort, Rechtsform, Marketing, Finanzierung, Lösungsstrategien zu entwickeln.</p>	

Titel der Lehrveranstaltung	Gründungsmanagement & Businessplan
Umfang	4 ECTS
Lage im Curriculum	2. Semester
Lehr- und Lernformen	4 ECTS; ILV
Prüfungsmodalitäten	ILV: LV-immanenter Prüfungscharakter
Lehrinhalte	Einführung in die Thematik Begriffliche inhaltliche Grundlagen Geschäftsmodell und Zieldefinition als Teil der Gründungsplanung Informatorische Fundierung Grundsatzentscheidungen als Teil der Gründungsplanung: o Standort o Rechtsform und Formalia o Marketing o Finanzierung Der Business Plan als Dokument der Gründungsplanung Fallstudien
Titel der Lehrveranstaltung	Projekt- und Zeitmanagement
Umfang	1 ECTS
Lage im Curriculum	2. Semester
Lehr- und Lernformen	1 ECTS; VO
Prüfungsmodalitäten	VO: LV-abschließende Prüfung
Lehrinhalte	Bedeutung des Projektmanagements; Projekteigenschaften; Projektmanagementdefinition und -aufgaben; Projektstart; Projektplanung und -organisation, Projektdurchführung; Projektcontrolling und Projektabschluss; Diese Lehrveranstaltung dient zur Vorbereitung auf die Studienprojekte im Rahmen der integrativen Fallstudien der folgenden Semester.

Modulbeschreibung
Wertorientierte Unternehmensführung 1

Modulnummer:	Modultitel:	Umfang:
WE1	Wertorientierte Unternehmensführung 1	5 ECTS
Studiengang	Unternehmensführung	
Lage im Curriculum	2. Semester	
Zuordnung zu den Teilgebieten	Intrapreneurship und Unternehmensführung	
Niveaustufe	Einführung	
Vorkenntnisse	Modul ABW	
Geblockt	Nein	
Kreis d. TeilnehmerInnen	AnfängerInnen	
Beitrag zu nachfolgenden Modulen	Voraussetzung für Modul Data Engineering I bis II	
Literaturempfehlungen	<p>Bücher: Baetge, J. / Kirsch, H.-J. / Thiele, S. : Bilanzanalyse, 2., vollständig überarbeitete und erweiterte Auflage, Stuttgart 2004. Coenenberg, A. et. al. (2009): Jahresabschluss und Jahresabschlussanalyse, 21., überarbeitete Auflage, Stuttgart. Fickert, R. / Geuppert, F. / Künzle, A.: Finanzcontrolling, Bern / Stuttgart / Wien 2003 Kaplan, R.S. / Norton, D.P. : Balanced Scorecard, Stuttgart 1997. Kütung, K. / Weber, C.-P.: Bilanzanalyse, 7., erweiterte und aktualisierte Auflage, Stuttgart 2004. Achleitner, A.-K. (2002): Handbuch Investment Banking, Wiesbaden. Gräfer, H., Beike, R, Scheid, G.: Finanzierung, 5., neu bearbeitete Auflage, Berlin 2001 Perridon, L.; Steiner, M.: Finanzwirtschaft der Unternehmung, 13. Aufl., München 2004 Seicht, G. (2001): Investition und Finanzierung, 10. Auflage, Wien Wöhe, G.: Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, 22. Auflage, München 2005</p>	
	<p>Fachzeitschriften: Fachzeitschriften: Zeitschrift für Planung und Unternehmenssteuerung; Zeitschrift für Personalpsychologie; Information Systems and e-Business Management; International Entrepreneurship and Management Journal; Zeitschrift für Personalforschung; Betriebswirtschaftliche Forschung und Praxis; Review of Managerial Science; Betriebswirtschaftliche Forschung und Praxis; Accounting and Business Research; Academy of Management Perspectives; Accounting Review; American Psychologist; Behavioral Research in Accounting; Decision Support Systems; Entrepreneurship, Theory and Practice; Financial Management; Harvard Business Review; Human Resource Management; International Business Review; Journal of Business; Journal of International Marketing; Journal of Management; Journal of Marketing; Strategic Management Journal; Zeitschrift für Betriebswirtschaft; Zeitschrift für betriebswirtschaftliche Forschung</p>	
Kompetenzerwerb	<p>Die Studentinnen und Studenten verstehen, wie das Unternehmensgeschehen im Jahresabschluss abgebildet wird. Sie sind mit den Aufgaben und Methoden der Jahresabschlussanalyse vertraut und können dieses Wissen auf praktische Problemstellungen anwenden.</p>	

Titel der Lehrveranstaltung	Jahresabschluss und Bilanzanalyse
Umfang	3 ECTS
Lage im Curriculum	2. Semester
Lehr- und Lernformen	3 ECTS; ILV
Prüfungsmodalitäten	ILV: LV-immanenter Prüfungscharakter
Lehrinhalte	<p>Gesetzliche Bausteine des Jahresabschlusses nach Handels- und Steuerrecht</p> <p>Grundsätze ordnungsgemäßer Bilanzierung</p> <p>Bilanzierungsgebote, -verbote, Wahlrechte</p> <p>Bilanzgliederungs- und Bilanzausweisvorschriften</p> <p>Bilanzierung und Bewertung des Anlagevermögens, von Vorräte, von Forderungen, des Eigenkapitals, von Rückstellungen und Verbindlichkeiten, Rechnungsabgrenzungsposten</p> <p>Arten der Gewinn- und Verlustrechnung</p> <p>Anhang und Lagebericht</p> <p>Offenlegung und Prüfung</p> <p>Grundzüge der internationalen Rechnungslegung</p> <p>Grundzüge der Jahresabschlussanalyse</p>
Titel der Lehrveranstaltung	Investition und Finanzierung
Umfang	2 ECTS
Lage im Curriculum	2. Semester
Lehr- und Lernformen	2 ECTS; ILV
Prüfungsmodalitäten	ILV: LV-immanenter Prüfungscharakter und abschließende Prüfung
Lehrinhalte	<p>Einblick in Fragestellungen der Investition und Finanzierung. Die Inhalte der Veranstaltung sind: Finanzwirtschaftliche Zielsetzungen und Entscheidungskriterien, Aufgaben und Inhalt der Investitionsplanung, statische Investitionsrechenverfahren, dynamische Investitionsrechenverfahren, Problematik der Unsicherheit bei Investitionsentscheidungen, Finanzierungsformen und Systematisierung, langfristige Kreditfinanzierung, kurzfristige Fremdfinanzierung, Beteiligungsfinanzierung. Die Themen werden mit praktischen Fallbeispielen illustriert und untermauert.</p>

Modulbeschreibung
Ressourcenorientierte Unternehmensführung

Modulnummer:	Modultitel:	Umfang:
RES	Ressourcenorientierte Unternehmensführung	5 ECTS
Studiengang	Unternehmensführung	
Lage im Curriculum	2. Semester	
Zuordnung zu den Teilgebieten	Wissenschaftliche Grundlagen und Methoden	
Niveaustufe	Einführung	
Vorkenntnisse	Modul ABW	
Geblockt	Nein	
Kreis d. TeilnehmerInnen	AnfängerInnen	
Beitrag zu nachfolgenden Modulen	Voraussetzung für die Module ENT; IBU und PTR	
Literaturempfehlungen	<p>Bücher: Thaler, K. (2003): Supply Chain Management - Prozessoptimierung in der logistischen Kette, Fortis Corsten, H./ Gössinger, R. (2001): Einführung in das Supply Chain Management, Oldenbourg Werner, H. (2002): Supply Chain Management - Grundlagen, Strategien, Instrumente und Controlling, Gabler Wannenwetsch, H. (Hrsg.) (2002): E-Supply-Chain-Management - Grundlagen - Praxisanwendungen -Strategien, Gabler Gronalt, M. (2001): Logistikmanagement, Gabler Piontek, J. (2003): Bausteine des Logistikmanagements - Supply Chain Management, E-Logistics, Logistikcontrolling, Verlag Neue Wirtschafts-Briefe Voigt, K.-I. (2008): Industrielles Management: Industriebetriebslehre aus prozessorientierter Sicht. - Springer, Berlin Wannenwetsch, H. (Hrsg.) (2002): E-Logistik und E-Business, Kohlhammer Waters, D. (Hrsg.) (2006): Global Logistics: New Directions in Supply Chain Management, Kogan Page; Beckmann, H. (2004)(Hrsg.): Supply Chain Management; Busch, A./ Dangelmaier, W. (Hrsg.) (2004): Integrierte Supply Chain Management</p>	
	<p>Fachzeitschriften: Fachzeitschriften: Zeitschrift für Planung und Unternehmenssteuerung; Zeitschrift für Personalpsychologie; Information Systems and e-Business Management; International Entrepreneurship and Management Journal; Zeitschrift für Personalforschung; Betriebswirtschaftliche Forschung und Praxis; Review of Managerial Science; Betriebswirtschaftliche Forschung und Praxis; Accounting and Business Research; Academy of Management Perspectives; Accounting Review; American Psychologist; Behavioral Research in Accounting; Decision Support Systems; Entrepreneurship, Theory and Practice; Financial Management; Harvard Business Review; Human Resource Management; International Business Review; Journal of Business; Journal of International Marketing; Journal of Management; Journal of Marketing; Strategic Management Journal; Zeitschrift für Betriebswirtschaft; Zeitschrift für betriebswirtschaftliche Forschung</p>	
Kompetenzerwerb	<p>Die Absolventin/der Absolvent besitzt detaillierte Kenntnisse über die Aufgaben, Methoden und Prozesse im Funktions- und Ressourcenerwerb Personal mit dem Schwerpunkt der Humanressourcensteuerung und -führung sowie grundlegende Kenntnisse des Ressourcensteuerungsprozesses in den Bereichen Beschaffung, Produktion und Logistik.</p>	

Titel der Lehrveranstaltung	Personalmanagement und-führung
Umfang	3 ECTS
Lage im Curriculum	2. Semester
Lehr- und Lernformen	3 ECTS; ILV
Prüfungsmodalitäten	ILV: LV-immanenter Prüfungscharakter
Lehrinhalte	Vermittlung der Grundlagen der Personalwirtschaftslehre und des Personalmanagements (Entwicklungsphasen der Personalwirtschaft, Aufgaben und Träger der Personalarbeit, Personalplanung, Ermittlung des Personalbedarfs, stellungsbundene Einflussfaktoren bei der Personaleinsatzplanung, Personalkosten und Kennzahlen, Beteiligungsmodelle, Entgelt- und Vergütungsformen, Entgelterhebung, Formen der Personalbeurteilung, Techniken der Personalauswahl, ausgewählte Motivations- und Führungstheorien, Einführung und Einarbeitung, Fluktuationskosten, Personalentwicklung, Arbeitszeitmodelle). Vermittlung der Grundlagen zur Personalführung (Führungskonzepte und -stile, Verfahren und Methoden der Mitarbeiterführung, Fallbeispiele zum individuellen und teamorientierten Führungsverhalten)
Titel der Lehrveranstaltung	Supply Chain Management
Umfang	2 ECTS
Lage im Curriculum	2. Semester
Lehr- und Lernformen	2 ECTS; ILV
Prüfungsmodalitäten	ILV: LV-immanenter Prüfungscharakter
Lehrinhalte	Historie und Begriff; Konzept SCM; Strategien des SCM: Versorgung: CRM, Postponement, Sourcing Strategien, Beschaffungsstrategien, E-Supply Chain und Entsorgung; Instrumente des SCM: Bestandsreduzierung, Frachtkostenreduktion, Informationsgewinnung, Qualitätssicherung; Controlling der Supply Chain.

Modulbeschreibung
Marktorientierte Unternehmensführung 2

Modulnummer:	Modultitel:	Umfang:
MU2	Marktorientierte Unternehmensführung 2	5 ECTS
Studiengang	Unternehmensführung	
Lage im Curriculum	2. Semester	
Zuordnung zu den Teilgebieten	Intrapreneurship und Unternehmensführung	
Niveaustufe	Vertiefung	
Vorkenntnisse	Modul ABW und MU1	
Geblockt	Nein	
Kreis d. TeilnehmerInnen	AnfängerInnen	
Beitrag zu nachfolgenden Modulen	Voraussetzung für Modul MU3	
Literaturempfehlungen	Bücher: Bergmann, Meurer (Hrsg.): Best Patterns Marketing, Luchterhand, 2003. Birkigt, Stadler, Funck: Corporate Identity, MI Verlag, 2001. Fill, Ch.: Marketing-Kommunikation, Pearson Studium, 2001. Fisher, R., Ury, W., Patten, B.: Das Harvard Konzept – Sachgerecht verhandeln, erfolgreich verhandeln, campus, 2003. Green, R.: Die 24 Gesetze der Verführung, dtv, 2004. Hayes, M.: Persönliches Zeitmanagement, 2. Auflage, Ueberreuter, 2003. Höglinger, A.: Zeit haben heißt Nein sagen, 3. Auflage, Höglinger, 2003. Keuper F. (Hrsg.): E-Business, M-Business und T-Business, Gabler, 2003. Manschwetus, U., Rumler, A. (Hrsg.): Strategisches Internetmarketing, Gabler, 2002. Meffert, H., Bruhn, M.: Dienstleistungsmarketing, 4. Auflage, Gabler, 2003. Merten, K., Zimmermann R. (Hrsg.): Das Handbuch der Unternehmenskommunikation, Luchterhand, 2000. Solomon, M., Bamossy, G., Askegaard, S.: Konsumentenverhalten, Pearson Studium, 2001. Thiele, A.: Professionelle Verkaufspräsentation, Gabler, 2000.	
	Fachzeitschriften: Fachzeitschriften: Zeitschrift für Planung und Unternehmenssteuerung; Zeitschrift für Personalpsychologie; Information Systems and e-Business Management; International Entrepreneurship and Management Journal; Zeitschrift für Personalforschung; Betriebswirtschaftliche Forschung und Praxis; Review of Managerial Science; Betriebswirtschaftliche Forschung und Praxis; Accounting and Business Research; Academy of Management Perspectives; Accounting Review; American Psychologist; Behavioral Research in Accounting; Decision Support Systems; Entrepreneurship, Theory and Practice; Financial Management; Harvard Business Review; Human Resource Management; International Business Review; Journal of Business; Journal of International Marketing; Journal of Management; Journal of Marketing; Strategic Management Journal; Zeitschrift für Betriebswirtschaft; Zeitschrift für betriebswirtschaftliche Forschung	
Kompetenzerwerb	Die Absolventin/der Absolvent besitzt detaillierte Kenntnisse über die Funktionsweisen von Volkswirtschaften und Märkten, in denen die Markenbildung und -führung und ein komplementäres Sales Management auf der Basis einer erfolgsversprechenden Marketing-Konzeption den Markterfolg sichern kann.	

Titel der Lehrveranstaltung	Volkswirtschaftslehre 2: Angewandte Makroökonomie und Märkte
Umfang	2 ECTS
Lage im Curriculum	2. Semester
Lehr- und Lernformen	2 ECTS; ILV
Prüfungsmodalitäten	ILV: LV-immanenter Prüfungscharakter
Lehrinhalte	Einführung in die Makroökonomik und in die Industrieökonomik. Vorstellung der notwendigen theoretischen Konzepte und Modelle, um makroökonomische Themen innerhalb und zwischen Volkswirtschaften und Märkten zu analysieren. Diese theoretischen Konzepte und Modelle werden zur Untersuchung wichtiger aktueller Probleme herangezogen, die für Nationalstaaten, die EU oder die Weltwirtschaft von Bedeutung sind.
Titel der Lehrveranstaltung	Brand Management
Umfang	1 ECTS
Lage im Curriculum	2. Semester
Lehr- und Lernformen	1 ECTS; VO
Prüfungsmodalitäten	VO: LV-abschließende Prüfung
Lehrinhalte	Die Bedeutung der Marken und der Markenstrategien von Unternehmen und hier besonders der Aufbau, die Pflege und effektive Nutzung von Marken im Mittelstand sind Schwerpunkt dieser Lehrveranstaltung. Auf Grundlage des Marken-Cockpits von einfachen und komplexen Markenstrategien wird anhand von Fallstudien und aktuellen Beispielen die Methodik vermittelt, wie ein Unternehmer zu Beginn des 21. Jahrhunderts dies anwenden kann, um eine Wertorientierung seines Portfolios zu garantieren und langfristig erfolgreich zu sein: Dachmarken- und Multimarkenstrategien, Erfolgsfaktoren der Markenführung, Markenkern, Markenwerte und Markenpersönlichkeit, monetäre Markenwertmessung, Brand Controlling, Markeninszenierung und Markenkommunikation.
Titel der Lehrveranstaltung	Sales Management & Training
Umfang	2 ECTS
Lage im Curriculum	2. Semester
Lehr- und Lernformen	2 ECTS; ILV
Prüfungsmodalitäten	ILV: LV-immanenter Prüfungscharakter
Lehrinhalte	Marketing und Vertrieb greifen heute in modernen Unternehmen ineinander. Sales Management bedeutet eine optimale Ausrichtung des Vertriebes auf Kundenwünsche und einen hohen Grad an Serviceorientierung. Diese Lehrveranstaltung vermittelt die Werkzeuge und Methoden, um dies erfolgreich in einem Unternehmen zu implementieren. Hierzu werden Fallstudien und integrative Betrachtungsweisen in die Lehrveranstaltung eingebaut, die insbesondere den Verkaufs- und Verhandlungsprozess im Vertrieb darstellen und moderne Kundenakquise und Kundenbindungsinstrumente vorstellen und diskutieren. Ferner werden vertriebspolitische Zielsetzungen und Strategien sowie die Gestaltung und Optimierung von Vertriebsstrukturen behandelt.

Modulbeschreibung
Methodenkompetenz 2

Modulnummer:	Modultitel:	Umfang:
ME2	Methodenkompetenz 2	6 ECTS
Studiengang	Unternehmensführung	
Lage im Curriculum	2. Semester	
Zuordnung zu den Teilgebieten	Wissenschaftliche Grundlagen und Methoden	
Niveaustufe	Einführung	
Vorkenntnisse	Keine	
Geblockt	Nein	
Kreis d. TeilnehmerInnen	AnfängerInnen	
Beitrag zu nachfolgenden Modulen	Voraussetzung für die Module BAS; SUF und WE2	
Literaturempfehlungen	<p>Bücher: Keller, G. u. B. Warrack: Statistics for Management and Economics, 6th ed., Pacific Grove, 2003. Krejci, H.: Privatrecht, 5. Auflage, Wien, 2002. Pfeifer, A.: Praktische Finanzmathematik, Frankfurt am Main, 2000. Salomon, E. u. W. Poguntke: Wirtschaftsmathematik, 2. Auflage, Köln, 2001. Samuelson, P. A. and W. D. Nordhaus: Economics, 17th ed., Boston, 2001. Schira, J.: Statistische Methoden der VWL und BWL. München. 2003.</p>	
	<p>Fachzeitschriften: Fachzeitschriften: Zeitschrift für Planung und Unternehmenssteuerung; Zeitschrift für Personalpsychologie; Information Systems and e-Business Management; International Entrepreneurship and Management Journal; Zeitschrift für Personalforschung; Betriebswirtschaftliche Forschung und Praxis; Review of Managerial Science; Betriebswirtschaftliche Forschung und Praxis; Accounting and Business Research; Academy of Management Perspectives; Accounting Review; American Psychologist; Behavioral Research in Accounting; Decision Support Systems; Entrepreneurship, Theory and Practice; Financial Management; Harvard Business Review; Human Resource Management; International Business Review; Journal of Business; Journal of International Marketing; Journal of Management; Journal of Marketing; Strategic Management Journal; Zeitschrift für Betriebswirtschaft; Zeitschrift für betriebswirtschaftliche Forschung</p>	
Kompetenzerwerb	<p>Die Absolventin/der Absolvent besitzt grundlegende Kenntnisse über statistische Methoden und Verfahren zur Analyse von (Wirtschafts-)Daten, grundlegende Kenntnisse des Datenbank-Managements und beherrscht die wichtigsten normativen, deskriptiven und präskriptiven Konzepte der managementorientierten Entscheidungs- und Planungslehre.</p>	

Titel der Lehrveranstaltung	Statistik
Umfang	2 ECTS
Lage im Curriculum	2. Semester
Lehr- und Lernformen	2 ECTS; ILV
Prüfungsmodalitäten	ILV: LV-abschließende Prüfung
Lehrinhalte	Vermittlung eines soliden Basiswissens grundlegender statistischer Konzepte. Befähigung, statistische Daten auszuwerten und zu interpretieren. Vorstellung grundlegender Konzepte der Statistik: Empirische Verteilungen, Mittelwerte, Streuungsmaße, Wahrscheinlichkeitsrechnung, Zufallsvariable.
Titel der Lehrveranstaltung	Planung und Entscheidung im Management
Umfang	2 ECTS
Lage im Curriculum	2. Semester
Lehr- und Lernformen	2 ECTS; ILV
Prüfungsmodalitäten	ILV: LV-immanenter Prüfungscharakter
Lehrinhalte	Relevanz von Entscheidungs und Planungsmodellen für die Unternehmensführung Psychologische Entscheidungsforschung (Werte und Normen; Unsicherheit/Risiko; Motivation; Emotion; Rechtfertigung) Einzelentscheidung vs. Gruppenentscheidung (Effizienzaspekt; Risikoaspekt; Rechtfertigungsaspekt) Verhaltensorientierte Entscheidungstheorie Entscheidungsrationalität und Kognition Psychologische Entscheidungsforschung Entscheidungs- und Informationsverhaltensverhalten unter besonderen Umweltbedingungen (z.B. Stress, Zeitdruck, Konflikt) Empirische und experimentelle Untersuchungen zum Entscheidungsverhalten von Managern Entscheidungsanomalien in prekären Entscheidungssituationen Gruppenentscheidungsprozesse und Planungsprozesse Gestaltungsempfehlungen zur Entscheidungsfindung und Planung Entscheidungsunterstützungssysteme (Decision Support Systems)
Titel der Lehrveranstaltung	Informationstechnologie 2 (Datenbanken)
Umfang	2 ECTS
Lage im Curriculum	2. Semester
Lehr- und Lernformen	2 ECTS; UE
Prüfungsmodalitäten	UE: LV-immanenter Prüfungscharakter
Lehrinhalte	Grundkonzept der Datenbankorganisation / Fachbegriffe, Datenmodellierung, 3 - Schema - Konzept, Tabellen und Relationen, Abfragen und Abfragetypen, Funktionsmodell - Pflichtenheft. Erstellen eines kleinen Datenbank-Projektes anhand eines praktischen Beispiels mit Formularen, einfachen Automatisierungsvorgängen und Berichten.

Modulbeschreibung
Sozialkompetenzen und Sprachen 2

Modulnummer:	Modultitel:	Umfang:
SS2	Sozialkompetenzen und Sprachen 2	4 ECTS
Studiengang	Unternehmensführung	
Lage im Curriculum	2. Semester	
Zuordnung zu den Teilgebieten	Fachübergreifende Qualifikationen	
Niveaustufe	Erweiterung	
Vorkenntnisse	Modul SS1	
Geblockt	Nein	
Kreis d. TeilnehmerInnen	AnfängerInnen	
Beitrag zu nachfolgenden Modulen	Voraussetzung für die Module SS3; SS4; AAL; ABM; ASS	
Literaturempfehlungen	Bücher: Bergmann, Meurer (Hrsg): Best Patterns Marketing, Luchterhand, 2003 Manfred Faßler, Was ist Kommunikation?, 2. Auflage, UTB, 1997 Werner Pegels, Kommunikations-Management, Schäffer Poeschel, 4. Auflage, 2001 Manfred Bruhn, Integrierte Unternehmens- und Markenkommunikation, 2. Auflage, 2001 Chris Fill, Marketing-Kommunikation, Pearson Studium, 2001 Manfred Piwinger, Handbuch Unternehmenskommunikation, Gabler, 2007 Kümmel, Scholz, Schumacher, Einführung in die Geschichte der Medien, UTB,2004	
	Fachzeitschriften: Fachzeitschriften:Zeitschrift für Planung und Unternehmenssteuerung; Zeitschrift für Personalpsychologie; Information Systems and e-Business Management; International Entrepreneurship and Management Journal; Zeitschrift für Personalforschung; Betriebswirtschaftliche Forschung und Praxis; Review of Managerial Science; Betriebswirtschaftliche Forschung und Praxis; Accounting and Business Research; Academy of Management Perspectives; Accounting Review; American Psychologist; Behavioral Research in Accounting; Decision Support Systems; Entrepreneurship, Theory and Practice; Financial Management; Harvard Business Review; Human Resource Management; International Business Review; Journal of Business; Journal of International Marketing; Journal of Management; Journal of Marketing; Strategic Management Journal; Zeitschrift für Betriebswirtschaft; Zeitschrift für betriebswirtschaftliche Forschung	
Kompetenzerwerb	Erweiterung der Sozialkompetenz, Sprech-, Lese- und Schreib- und Präsentationsfähigkeit in Englisch. Erweiterung landeskundlicher Kenntnisse aus Wirtschaft, Politik, Kultur und Geschichte, Erweiterung interkulturelle Kompetenz. Fähigkeit, das Studium erfolgreich im Ausland durchzuführen. Diskussionsfähigkeit und Präsentation spezifischer wirtschaftswissenschaftlicher Themen in englischer Sprache. Anwendung im Bereich der Unternehmenskommunikation.	

Titel der Lehrveranstaltung	Instrumente der Unternehmenskommunikation
Umfang	2 ECTS
Lage im Curriculum	2. Semester
Lehr- und Lernformen	2 ECTS; ILV
Prüfungsmodalitäten	ILV: LV-immanenter Prüfungscharakter
Lehrinhalte	Die Lehrveranstaltung vermittelt die Grundlagen der Kommunikationstheorie in Bezug auf Ihre Anwendungsmöglichkeiten im Marketing. Durch die immer größere Bedeutung vom Kommunikations-Mix in einer digitalisierten Umwelt werden Theorie und aktuelle Fallstudien im Rahmen der Vorlesung dahingehend entwickelt, dass der StudentIn nach erfolgreichen Abschluss der Lehrveranstaltung sowohl in Theorie, wie in Praxis einen modernen Kommunikations-Mix analysieren und entwickeln kann. Im Rahmen der Lehrveranstaltung wird auch auf die Bedeutung des Public Relations und des Sponsorings eingegangen.
Titel der Lehrveranstaltung	Business English 2
Umfang	2 ECTS
Lage im Curriculum	2. Semester
Lehr- und Lernformen	2 ECTS; UE
Prüfungsmodalitäten	UE: LV-immanenter Prüfungscharakter
Lehrinhalte	Selbständige Ausarbeitung von spezifischen Einzelpräsentati-onen aus einem Fachbereich der Betriebswirtschaft, Gruppen-präsentation über den Sprachraum der zweiten gewählten Fremdsprache, Analyse und Besprechung aktueller Zeitungs-artikel aus Wirtschaft, Politik und Kultur, Ausarbeitung von Essays zu fachspezifischen Themen der Wirtschaftswissen-schaften, Einführung in die englische Literatur, Analyse von Fallstudien über interaktive Rollenspiele.

Modulbeschreibung
Strategische Unternehmensführung

Modulnummer:	Modultitel:	Umfang:
SUF	Strategische Unternehmensführung	6 ECTS
Studiengang	Unternehmensführung	
Lage im Curriculum	3. Semester	
Zuordnung zu den Teilgebieten	Intrapreneurship und Unternehmensführung	
Niveaustufe	Vertiefung	
Vorkenntnisse	Module ABW, GUF und UFI	
Geblockt	Nein	
Kreis d. TeilnehmerInnen	Fortgeschrittene	
Beitrag zu nachfolgenden Modulen	Voraussetzung für Modul PR2	
Literaturempfehlungen	<p>Bücher: Burschel, C. / Losen, D./ Wiendl, A. (2004): Betriebswirtschaftslehre der nachhaltigen Unternehmung; Dyckhoff, H./ Souren, R. (2007): Nachhaltige Unternehmensführung; Grunwald, A./ Kopfmüller, J. (2006): Nachhaltigkeit; Linne, G./ Schwarz, M. (2003): Handbuch nachhaltige Entwicklung;</p> <p>Felderer, B./ Homburg, S. (2005): Makroökonomik und neue Makroökonomik Albers, S. (2008). Kursbuch Strategieentwicklung: Analyse, Planung, Umsetzung</p> <p>Flacha, K./ Hanisch, M./ Hartmann (2008): Strategieentwicklung. Grundlagen, Konzepte, Umsetzung</p> <p>Prammer, H. (2010): Corporate Sustainability</p>	
	<p>Fachzeitschriften: Fachzeitschriften: Zeitschrift für Planung und Unternehmenssteuerung; Zeitschrift für Personalpsychologie; Information Systems and e-Business Management; International Entrepreneurship and Management Journal; Zeitschrift für Personalforschung; Betriebswirtschaftliche Forschung und Praxis; Review of Managerial Science; Betriebswirtschaftliche Forschung und Praxis; Accounting and Business Research; Academy of Management Perspectives; Accounting Review; American Psychologist; Behavioral Research in Accounting; Decision Support Systems; Entrepreneurship, Theory and Practice; Financial Management; Harvard Business Review; Human Resource Management; International Business Review; Journal of Business; Journal of International Marketing; Journal of Management; Journal of Marketing; Strategic Management Journal; Zeitschrift für Betriebswirtschaft; Zeitschrift für betriebswirtschaftliche Forschung</p>	
Kompetenzerwerb	<p>Die Absolventin/der Absolvent besitzt detaillierte Kenntnisse über haftungsrechtliche Aspekte der Unternehmensführung, Strafbarkeitsrisiken des Managements, die auch bei der Entwicklung und Implementierung unternehmens-, bereichs-, oder funktionsbezogener Strategien relevant sind. Konzepte der Strategieentwicklung werden im Kontext der Unternehmenssicherung mit dem Ziel des nachhaltigen Unternehmenserfolgs vermittelt</p>	

Titel der Lehrveranstaltung	Haftungsrechtliche Aspekte des Managements
Umfang	2 ECTS
Lage im Curriculum	3. Semester
Lehr- und Lernformen	2 ECTS; ILV
Prüfungsmodalitäten	ILV: LV-immanenter Prüfungscharakter und abschließende Prüfung
Lehrinhalte	Überblick über das Unternehmensstrafrecht, die öffentlich-rechtliche und strafrechtliche Verantwortlichkeit, Haftungs- und Versicherungsfragen, Haftungsvermeidung und wettbewerbs- sowie gesellschaftsrechtliche Aspekte.
Titel der Lehrveranstaltung	Strategic Management & Development
Umfang	2 ECTS
Lage im Curriculum	3. Semester
Lehr- und Lernformen	2 ECTS; ILV
Prüfungsmodalitäten	ILV: LV-immanenter Prüfungscharakter
Lehrinhalte	Unternehmensstrategien (Angriffs- und Verteidigungsstrategien); Entwicklungsstrategien (Kooperationsstrategien, Coopetition, Internationalisierungsstrategien); Bereichsstrategien (Beschaffungs-, Produktions-, Marketing-, Personal-, Finanz-, und F&E-Strategien); Inhaltliche Schritte des strategischen Managementprozess; Strategische Analyse.
Titel der Lehrveranstaltung	Unternehmenssicherung und Nachhaltigkeit
Umfang	2 ECTS
Lage im Curriculum	3. Semester
Lehr- und Lernformen	2 ECTS;
Prüfungsmodalitäten	VO: LV-abschließende Prüfung
Lehrinhalte	Konzeptionelle Grundlagen des Nachhaltigkeitsmanagements; Normatives und strategisches Umweltmanagement; umweltorientierte Personalmanagement; umweltorientiertes Marketing; umweltgerechte Produktion und Logistik; Grundlagen des Öko-Controlling

Modulbeschreibung
Wertorientierte Unternehmensführung 2

Modulnummer:	Modultitel:	Umfang:
WE2	Wertorientierte Unternehmensführung 2	4 ECTS
Studiengang	Unternehmensführung	
Lage im Curriculum	3. Semester	
Zuordnung zu den Teilgebieten	Intrapreneurship und Unternehmensführung	
Niveaustufe	Erweiterung und Vertiefung	
Vorkenntnisse	Module ABW und WE1	
Geblockt	Nein	
Kreis d. TeilnehmerInnen	Fortgeschrittene	
Beitrag zu nachfolgenden Modulen	Voraussetzung für Modul Data Engineering I bis II	
Literaturempfehlungen	<p>Bücher: Coenenberg, A.: Kostenrechnung und Kostenanalyse, 5. Auflage, Stuttgart 2003. Olfert, K.: Kostenrechnung, 13. Aufl., Ludwigshafen 2003 Schmidt, A.: Kostenrechnung, 3. Auflage, Stuttgart 2001. Baum, H.-G. / Coenenberg, A.G. / Günther, Th.: Strategisches Controlling, 3., überarbeitete und erweiterte Auflage, Stuttgart 2004. Coenenberg, A.G. / Salfeld R.: Wertorientierte Unternehmensführung, 2., überarbeitete Auflage, Stuttgart 2007 Fickert, R. / Geuppert, F. / Künzle, A.: Finanzcontrolling, Bern/Stuttgart/Wien 2003 Müller-Stewens, G. / Lechner, C.: Strategisches Management: Wie strategische Initiativen zum Wandel führen, Stuttgart 2001 Olfert, K. / Pischulti (1999): Kompakt-Training Unternehmensführung, Ludwigshafen 1999. Scheider, D : Unternehmensführung und strategisches Controlling. Überlegene Instrumente und Methoden, 4. Auflage, Darmstadt 2005</p>	
	<p>Fachzeitschriften: Fachzeitschriften: Zeitschrift für Planung und Unternehmenssteuerung; Zeitschrift für Personalpsychologie; Information Systems and e-Business Management; International Entrepreneurship and Management Journal; Zeitschrift für Personalforschung; Betriebswirtschaftliche Forschung und Praxis; Review of Managerial Science; Betriebswirtschaftliche Forschung und Praxis; Accounting and Business Research; Academy of Management Perspectives; Accounting Review; American Psychologist; Behavioral Research in Accounting; Decision Support Systems; Entrepreneurship, Theory and Practice; Financial Management; Harvard Business Review; Human Resource Management; International Business Review; Journal of Business; Journal of International Marketing; Journal of Management; Journal of Marketing; Strategic Management Journal; Zeitschrift für Betriebswirtschaft; Zeitschrift für betriebswirtschaftliche Forschung</p>	
Kompetenzerwerb	<p>Die Studierenden verstehen, wie das Unternehmensgeschehen im Rechnungswesen abgebildet wird. Sie kennen die Zusammenhänge zwischen internem und externem Rechnungswesen. Sie sind mit den Begriffen Aufgaben und Methoden des internen Rechnungswesens vertraut. Sie sind in der Lage, dieses erworbene Wissen auf Problemstellungen des Rechnungswesens anzuwenden.</p>	

Titel der Lehrveranstaltung	Kostenrechnung und Budgetierung
Umfang	2 ECTS
Lage im Curriculum	3. Semester
Lehr- und Lernformen	2 ECTS; ILV
Prüfungsmodalitäten	ILV: LV-abschließende Prüfung
Lehrinhalte	Internes Rechnungswesen; Kosten- und Leistungsrechnung; Einführung: Begriffe und Aufgaben der Kosten- und Leistungsrechnung Bereiche der Kosten- und Leistungsrechnung: Kostenarten-, Kostenstellen- und Kostenträgerrechnung; Systeme der Kosten- und Leistungsrechnung: Teil- und Vollkostenrechnungen
Titel der Lehrveranstaltung	Wertorientierte Unternehmenssteuerung
Umfang	2 ECTS
Lage im Curriculum	3. Semester
Lehr- und Lernformen	2 ECTS; ILV
Prüfungsmodalitäten	ILV: LV-immanenter Prüfungscharakter
Lehrinhalte	Ansatz der wertorientierten Unternehmensführung, Aufgaben, Objekte und Organisation, Wertschöpfungsanalyse, Operatives Controlling, Finanzrechnung, Kapitalbedarfsplanung, Liquiditäts- und Finanzplanung, Liquiditätsmanagement, Kapitalflussrechnung, Deckungsbeitragsrechnung, Prozesskostenrechnung, Projekt- / Investitionscontrolling, Strategisches Controlling, Projektcontrolling.

Modulbeschreibung
Prozessorientierte Unternehmensführung 1

Modulnummer:	Modultitel:	Umfang:
PR1	Prozessorientierte Unternehmensführung 1	5 ECTS
Studiengang	Unternehmensführung	
Lage im Curriculum	3. Semester	
Zuordnung zu den Teilgebieten	Intrapreneurship und Unternehmensführung	
Niveaustufe	Vertiefung	
Vorkenntnisse	Module ABW; MU1; GUF	
Geblockt	Nein	
Kreis d. TeilnehmerInnen	Fortgeschrittene	
Beitrag zu nachfolgenden Modulen	Voraussetzung für Modul PR2	
Literaturempfehlungen	Bücher: Mertens, P.: Integrierte Informationsverarbeitung 1: Operative Systeme in der Industrie, Wiesbaden, 2004. Mertens, P.: Integrierte Informationsverarbeitung 2: Planungs- und Kontrollsysteme in der Industrie, Wiesbaden, 2002.	
	Fachzeitschriften: Fachzeitschriften: Zeitschrift für Planung und Unternehmenssteuerung; Zeitschrift für Personalpsychologie; Information Systems and e-Business Management; International Entrepreneurship and Management Journal; Zeitschrift für Personalforschung; Betriebswirtschaftliche Forschung und Praxis; Review of Managerial Science; Betriebswirtschaftliche Forschung und Praxis; Accounting and Business Research; Academy of Management Perspectives; Accounting Review; American Psychologist; Behavioral Research in Accounting; Decision Support Systems; Entrepreneurship, Theory and Practice; Financial Management; Harvard Business Review; Human Resource Management; International Business Review; Journal of Business; Journal of International Marketing; Journal of Management; Journal of Marketing; Strategic Management Journal; Zeitschrift für Betriebswirtschaft; Zeitschrift für betriebswirtschaftliche Forschung	
Kompetenzerwerb	Die Absolventin/der Absolvent besitzt detaillierte Kenntnisse über Unternehmensgründungsprozesse und ERP-Informationssysteme zur Planung und Steuerung unternehmerischer Ressourcen und Prozesse.	

Titel der Lehrveranstaltung	Integrative Fallstudie zur Unternehmensgründung & Gründungsplanspiel
Umfang	3 ECTS
Lage im Curriculum	3. Semester
Lehr- und Lernformen	3 ECTS; PT
Prüfungsmodalitäten	PT: LV-immanenter Prüfungscharakter
Lehrinhalte	Simulation von komplexen Unternehmensumfeldern, Szenariotechnik als Basis nachhaltiger und innovativer Entscheidungsfindung des Unternehmensführers bilden die Basis für diese Lehrveranstaltung. Dabei stehen integrative Fallstudien zur Verfügung, um frühzeitig Fehlentwicklungen in und nach der Gründungsphase zu erkennen. Praktische Umsetzung eines Businessplans mit anschließender kritischer Würdigung durch eine Jury.
Titel der Lehrveranstaltung	Informationssysteme: ERP-Systeme
Umfang	2 ECTS
Lage im Curriculum	3. Semester
Lehr- und Lernformen	2 ECTS; ILV
Prüfungsmodalitäten	ILV: LV-immanenter Prüfungscharakter
Lehrinhalte	Betriebliche Anforderungen im Informationsmanagement operativer und planender Aufgaben; Überblick über den Aufbau und den Funktionsumfang typischer ERP-Systeme (Buchungskreise, Geschäftsbereiche, Prozesse); Vorgehen zum Customizing eines betrieblichen Informationssystems; Werkzeugunterstützung. Praktisches Üben an einem ERP-System.

Modulbeschreibung
Marktorientierte Unternehmensführung 3

Modulnummer:	Modultitel:	Umfang:
MU3	Marktorientierte Unternehmensführung 3	4 ECTS
Studiengang	Unternehmensführung	
Lage im Curriculum	3. Semester	
Zuordnung zu den Teilgebieten	Intrapreneurship und Unternehmensführung	
Niveaustufe	Vertiefung	
Vorkenntnisse	Module MU1 und MU2	
Geblockt	Nein	
Kreis d. TeilnehmerInnen	Fortgeschrittene	
Beitrag zu nachfolgenden Modulen	Keine	
Literaturempfehlungen	Bücher: Robert Scoble, The new rules of Marketing & PR, D. M. Scott, 2007 A. Charlesworth, Internet Marketing, Elsevier, 2009 U. Manschwetus, A. Rumler (Hrsg) Strategisches Internet Marketing, Gabler, 2002 D. Chaffey, E-Business and E-Commerce Management, Prentice Hall, 2007 E. Qualman, Socialnomics, mitp, 2009 Kevin Kelly, NetEconomy, Econ, 1998 Don Tapscott, Anthony D. Williams, Wikinomics, dtv, 2010 Chris Anderson, The Long Tail, dtv, 2010 Lon Safko, The Social Media Bible, John Wiley & Son, 2010 Tamara Weinberg, Social Media Marketing, O´Reilly, 2010 B. Jodeleit, Social Media Relations: Leitfaden für erfolgreiche PR-Strategien und Öffentlichkeitsarbeit im Web 2.0, Dpunkt, 2010 Michael Mallek, Social Media Marketing auf Business-to-Business Märkten, Grin Verlag, 2010	
	Fachzeitschriften: Fachzeitschriften: Zeitschrift für Planung und Unternehmenssteuerung; Zeitschrift für Personalpsychologie; Information Systems and e-Business Management; International Entrepreneurship and Management Journal; Zeitschrift für Personalforschung; Betriebswirtschaftliche Forschung und Praxis; Review of Managerial Science; Betriebswirtschaftliche Forschung und Praxis; Accounting and Business Research; Academy of Management Perspectives; Accounting Review; American Psychologist; Behavioral Research in Accounting; Decision Support Systems; Entrepreneurship, Theory and Practice; Financial Management; Harvard Business Review; Human Resource Management; International Business Review; Journal of Business; Journal of International Marketing; Journal of Management; Journal of Marketing; Strategic Management Journal; Zeitschrift für Betriebswirtschaft; Zeitschrift für betriebswirtschaftliche Forschung	
Kompetenzerwerb	Die Absolventin/der Absolvent besitzt detaillierte Kenntnisse über neue Methoden des E-Business-Managements in Form von modernen Methoden des sog. E-Competence-Managements.	

Titel der Lehrveranstaltung	E-Competence-Management
Umfang	2 ECTS
Lage im Curriculum	3. Semester
Lehr- und Lernformen	2 ECTS; ILV
Prüfungsmodalitäten	ILV: LV-immanenter Prüfungscharakter
Lehrinhalte	Diese Lehrveranstaltung zeigt moderne Methoden des E-Marketing und Social Media Marketings in Anwendung auf, analysiert diese Methoden und zeigt deren theoretischen Hintergrund auf. Lehrinhalte beziehen sich auf Webportal-Strategien und deren Anwendung heutiger Unternehmen und bewertet diese Methoden. Der StudentIn wird im Rahmen dieser Lehrveranstaltung ein Webportal mit allen modernen Ausprägungen konzipieren und entwickeln.
Titel der Lehrveranstaltung	Social Media Marketing
Umfang	2 ECTS
Lage im Curriculum	3. Semester
Lehr- und Lernformen	2 ECTS; VO
Prüfungsmodalitäten	VO: LV-abschließende Prüfung
Lehrinhalte	Social Networks und Social Media Marketing gilt als die zukünftige Marketing-Methode, Kundenakquise und Kundenbindung erfolgreich als Unternehmer umzusetzen. Die Lehrveranstaltung vermittelt sowohl theoretische, wie auch praktische Kenntnisse im Bereich der Social Networks und des Social Media Marketings (Definition, Methoden und Mittel der Social Networks und des Social Media Marketings, Controlling und Monitoring von solchen sozialen Netzwerken). Themenfelder im Rahmen der Lehrveranstaltung sind: Portaltechnologien, Webdesign und Kommunikationselemente von solchen sozialen Netzwerken, Blogs, Microblogging-Methoden, Personalisierung und Bindung in sozialen Netzwerken, YouTube Channels, Wiki-Systeme, Advertising Strategien, Lokalisierungsdienste und Audio und Videochannels). Dabei wird die Erweiterung des Marketing-Mixes und dessen Anwendung in Theorie und Praxis ebenso behandelt, wie an Fallbeispielen und Best Cases dargestellt. Eine Praxisanwendung rundet die Lehrveranstaltung ab.

Modulbeschreibung Bachelorarbeiten

Modulnummer:	Modultitel:	Umfang:
BAS	Bachelorarbeiten	12 ECTS
Studiengang	Unternehmensführung	
Lage im Curriculum	3. und 6. Semester	
Zuordnung zu den Teilgebieten	Fachübergreifende Qualifikationen	
Niveaustufe	Vertiefung des wirtschaftswissenschaftlichen Wissens durch integrative Betrachtung von Praxis- und Theoriewissen	
Vorkenntnisse	Bachelorseminar 1: abgeschlossenes 2. Semester bzw. Bachelorseminar 2: abgeschlossenes 5. Semester	
Geblockt	Nein	
Kreis d. TeilnehmerInnen	Fortgeschrittene; Bacheloranwärter	
Beitrag zu nachfolgenden Modulen	Keine	
Literaturempfehlungen	Bücher: Bänisch, Axel: Wissenschaftliches Arbeiten: Seminar- und Diplomarbeiten. - 7. Auflage. - München [u.a.]: Oldenbourg, 2002 Eco, Umberto: Wie man eine wissenschaftliche Abschlussarbeit schreibt.- Heidelberg: Müller, 2002 ÖNORM, A 2658: Zitierregeln.- Wien: ÖNORM, 1989 ÖNORM, A 2662: Äußere Gestaltung von Hochschulschriften.- Wien: ÖNORM, 1993 Chalmers, Alan: Wege der Wissenschaft.- Berlin; Heidelberg: Springer, 2001 Leopold-Wildburger, U.; Schütze, J.: Verfassen und Vortragen: Wissenschaftliche Arbeiten und Vorträge leicht gemacht. - Berlin [u.a.]: Springer, 2002	
	Fachzeitschriften: --	
Kompetenzerwerb	Fähigkeit der Anwendung theoretischen Wissens aus dem Studium in den Bachelorarbeiten, Analyse- und wissenschaftliche Reflexionskompetenz für unternehmensspezifische Problemstellungen.	
Titel der Lehrveranstaltung	Bachelorarbeit 1	
Umfang	6 ECTS	
Lage im Curriculum	3. Semester	
Lehr- und Lernformen	6 ECTS; SE	
Prüfungsmodalitäten	SE: LV-abschließende Prüfung (Bachelorarbeit 1)	
Lehrinhalte	Im Bachelorseminar 1 werden die Studierenden inhaltlich und methodisch bei der Erstellung ihrer ersten Bachelorarbeit betreut. Die erste Bachelorarbeit ist inhaltlich mit einer Lehrveranstaltung im 3. Semester verbunden. Die Studierenden berichten, die Bachelorarbeit 1 begleitend, regelmäßig über den Fortgang ihrer ersten Bachelorarbeit. Die Studierenden erhalten Anweisungen und Vorlagen zur Erstellung der ersten Bachelorarbeit und damit eine entsprechende begleitende, wissenschaftliche Betreuung.	
Titel der Lehrveranstaltung	Bachelorarbeit 2	
Umfang	6 ECTS	
Lage im Curriculum	6. Semester	
Lehr- und Lernformen	6 ECTS; SE	
Prüfungsmodalitäten	SE: LV-abschließende Prüfung (Bachelorarbeit 2)	
Lehrinhalte	Im Bachelorseminar 2 werden die Studierenden inhaltlich und methodisch bei der Erstellung ihrer zweiten Bachelorarbeit betreut. Die erste Bachelorarbeit ist inhaltlich mit dem Berufspraktikum verbunden. Die Studierenden berichten, die Bachelorarbeit 2 begleitend, regelmäßig über den Fortgang ihrer ersten Bachelorarbeit. Die Studierenden erhalten Anweisungen und Vorlagen zur Erstellung der ersten Bachelorarbeit und damit eine entsprechende begleitende, wissenschaftliche Betreuung.	

Modulbeschreibung
Sozialkompetenzen und Sprachen 3

Modulnummer:	Modultitel:	Umfang:
SS3	Sozialkompetenzen und Sprachen 3	5 ECTS
Studiengang	Unternehmensführung	
Lage im Curriculum	3. Semester	
Zuordnung zu den Teilgebieten	Fachübergreifende Qualifikationen	
Niveaustufe	Erweiterung	
Vorkenntnisse	Module SS1 und SS2	
Geblockt	Nein	
Kreis d. TeilnehmerInnen	AnfängerInnen (2. Fremdsprache) und Fortgeschrittene (Business English)	
Beitrag zu nachfolgenden Modulen	Voraussetzung für die Module SS4; AAL; ABM; ASS	
Literaturempfehlungen	<p>Bücher: Brieger, N., Sweeney, S.: The Language of Business English, Hemel Hempstead, 1994. Crowther-Alwyn, J.: Business Roles, Cambridge, 1997. MacKenzie, I.: English for Business Studies, 2nd ed., Cambridge, 2002. Spanisch: Dreke, M., Prestes Salguiero, S: Espanol en pareja, Berlin, 2004. Fernandez, N., Lohmann, M., Saco, L.S: Mirada. Ismaning, 2000. Lohmann, M., Farah, G., Bigorra, I., Sala, L.: Bien mirado. Ismaning, 2000. Mateo Sanz, M.: Albanico espanol. München, 1995. Französisch: Cruzille, C.: La Provence. Collection Lecture facile (Niveau 2), Berlin, 2002. Descombes, L.: Le marketing des 18-30 ans. Colombelles, 2002. Hesnard, C., Bas, L.: La correspondance commerciale francaise, Paris, 2002. Muglioni, C.: L' expansion, Paris, 1992. Papillon, J-C: 10 fondateurs d'empires, Colombelles, 2002. Stoppel, K. (Hrsg.): La France: regards sur un pays voisin, Stuttgart, 2000. Waddington, M.: Paris. Collection Lecture facile (Niveau 2), Berlin, 1994. Arabisch: Osman, N.: Usrati - kurzgefaßte arabische Verblehre, München, 1998. Youssef, Z., Arnold, W.: Konversationskurs Arabisch, Wiesbaden, 2000.</p>	
	Fachzeitschriften: --	
Kompetenzerwerb	<p>Erweiterung (Grundlagen) der Sozialkompetenz, Sprech-, Lese- und Schreib- und Präsentationsfähigkeit in Englisch (zweite Fremdsprache). Erweiterung landeskundlicher Kenntnisse aus Wirtschaft, Politik, Kultur und Geschichte, Erweiterung interkulturelle Kompetenz. Fähigkeit, das Studium erfolgreich im Ausland durchzuführen. Diskussionsfähigkeit und Präsentation spezifischer wirtschaftswissenschaftlicher Themen in beiden Fremdsprachen.</p>	

Titel der Lehrveranstaltung	Business English 3
Umfang	2 ECTS
Lage im Curriculum	3. Semester
Lehr- und Lernformen	2 ECTS; UE
Prüfungsmodalitäten	UE: LV-immanenter Prüfungscharakter
Lehrinhalte	Vertiefte Auseinandersetzung mit Großbritannien über Filme, Literatur, Dokumentationen und Zeitungsartikel, Analyse einer Fallstudie, Ausarbeitung einer eigenen Fallstudie zu einem aktuellen Thema aus Wirtschaft, Politik oder Kultur Englands und Umsetzung der Fallstudie in der Gruppe.
Titel der Lehrveranstaltung	2. Fremdsprache 1
Umfang	3 ECTS
Lage im Curriculum	3. Semester
Lehr- und Lernformen	3 ECTS; UE
Prüfungsmodalitäten	UE: LV-immanenter Prüfungscharakter
Lehrinhalte	Intensive Erarbeitung der Grammatik und des Grundwortschatzes mit besonderem Schwerpunkt auf der Interaktion, Übungen zum Hörverständnis über Musik und Filme, erste Lektüre von Literatur und Zeitungsartikeln.

Modulbeschreibung
Vertiefung Entrepreneurship

Modulnummer:	Modultitel:	Umfang:
ENT	Vertiefung Entrepreneurship	7 ECTS
Studiengang	Unternehmensführung	
Lage im Curriculum	4. Semester	
Zuordnung zu den Teilgebieten	Entrepreneurship und Gründungsmanagement	
Niveaustufe	Fortgeschrittene	
Vorkenntnisse	Module GUF und UGR	
Geblockt	Nein	
Kreis d. TeilnehmerInnen	AnfängerInnen	
Beitrag zu nachfolgenden Modulen	Keine	
Literaturempfehlungen	Bücher: Schmeisser W./ Krimphove, D./ Nathusius, K. (Hrsg.) (2003): Handbuch der Unternehmensnachfolge; Wirtschaftskammern Österreichs Gründer-Service (2005) (Hrsg.): Leitfaden zur Betriebsnachfolge, 6. Auflage (download unter gruenderservice.net); Hannes, F./ Kuhn, T./ Brückmann, M. (2008): Familienunternehmen: Recht, Steuern, Beratung; Mätzener, M./ Schwarz, G. (2008): Erfolgreiche Betriebsübernahme in Familienunternehmen; Habig, H./ Berninghaus, J. (2008): Die Nachfolge in Familienunternehmen ganzheitlich regeln; Hisrich, R./ Peters, P./ Sheperd, D. (2009): Entrepreneurship Freiling, J. (2006): Entrepreneurship - Theoretische Grundlagen und unternehmerische Praxis Vocke, T. (2009): Grundlagen und Herausforderungen von Entrepreneurship	
	Fachzeitschriften: Academy of Management Review Betriebswirtschaftliche Forschung und Praxis IGA-Zeitschrift für Klein- und Mittelunternehmen International Journal of Entrepreneurship and Innovation Management Journal of Enterprising Culture Journal of International Entrepreneurship Journal of Small Business and Enterprise Development Management Science Wirtschaftspolitische Blätter ZfKE - Zeitschrift für KMU und Entrepreneurship	
Kompetenzerwerb	Die Studierenden sollen mit den grundlegenden Begrifflichkeiten und Besonderheiten von Übernahmegründungen als Variante der beruflichen Selbständigkeit vertraut gemacht werden. Sie haben Kenntnis über die Phasen des Nachfolgeprozesses. Sie sind in der Lage, Faktoren erfolgreicher Nachfolgeprozesse praktischer Beispiele zu erkennen und zu diskutieren.	

Titel der Lehrveranstaltung	Unternehmensübernahme und -nachfolge
Umfang	3 ECTS
Lage im Curriculum	4. Semester
Lehr- und Lernformen	3 ECTS; ILV
Prüfungsmodalitäten	ILV: LV-immanenter Prüfungscharakter
Lehrinhalte	Einführung in die Thematik: Quantitative und qualitative Bedeutung von Übernahmegründungen Begriffliche und inhaltliche Grundlagen Problemfelder im Nachfolgeprozesses Der Nachfolgeprozess: Ziel und Planung aus Sicht des Übergebers Der Nachfolgeprozess: Ziel und Planung aus Sicht des Übernehmers Praxisbeispiele
Titel der Lehrveranstaltung	Arbeitsrecht und Arbeitsvertragsgestaltung
Umfang	2 ECTS
Lage im Curriculum	4. Semester
Lehr- und Lernformen	2 ECTS; ILV
Prüfungsmodalitäten	ILV: LV-abschließende Prüfung
Lehrinhalte	Überblick über verschiedene Unternehmensformen (GmbH, OHG, KG, GesbR, EWIV, Genossenschaft, Stiftung) und ihre Vor- und Nachteile bzgl. Gestaltung von Arbeitsverträgen und Arbeitnehmerrechte: Mitbestimmung. Kündigung. Kündigungsschutz
Titel der Lehrveranstaltung	Führung von Familienunternehmen
Umfang	2 ECTS
Lage im Curriculum	4. Semester
Lehr- und Lernformen	2 ECTS; SE
Prüfungsmodalitäten	SE: LV-immanenter Prüfungscharakter
Lehrinhalte	Bedeutung und Definition von Familienunternehmen; Stärken und Schwächen von Familienunternehmen; Dynamiken zwischen Familien und Unternehmen; Positionierung und Strategie; Führungsverhalten in Familienunternehmen; Ausgewählte Praxisbeispiele und Reflexion

Modulbeschreibung
Wertorientierte Unternehmensführung 3

Modulnummer:	Modultitel:	Umfang:
WE3	Wertorientierte Unternehmensführung 3	6 ECTS
Studiengang	Unternehmensführung	
Lage im Curriculum	4. Semester	
Zuordnung zu den Teilgebieten	Intrapreneurship und Unternehmensführung	
Niveaustufe	Vertiefung	
Vorkenntnisse	Module WE1 und WE2	
Geblockt	Nein	
Kreis d. TeilnehmerInnen	Fortgeschrittene	
Beitrag zu nachfolgenden Modulen	Keine	
Literaturempfehlungen	<p>Bücher: Horváth, P. (2009): Controlling, 11., vollständig überarbeitete Auflage, München. Kaplan, R.S. / Norton, D.P. (1997): Balanced Scorecard, Stuttgart. Kremin-Buch, B. (2007). Strategisches Kostenmanagement, 4., überarbeitete Auflage, Wiesbaden. Steinle, C. / Daum, A. (Hrsg.) (2007): Controlling: Kompendium für Ausbildung und Praxis, 4., überarbeitete Auflage, Stuttgart. Weber, J. / Schäffer, U. (2008): Einführung in das Controlling, 12., überarbeitete und aktualisierte Auflage, Stuttgart. Weber, J. et. al. (2004): Wertorientierte Unternehmenssteuerung: Konzepte, Implementierung, Praxisstatements, Wiesbaden. Weber, J. et. al. (2008): Neugestaltung der Budgetierung mit Better und Beyond Budgeting?, Reihe Advanced Controlling, Band 34, Weinheim. Sas; S. (2006): Risk Management Frenkel, M./ Hommel, U./ Dufey, G. (2005): Risk Management: Challenges and Opportunities Wolke, T. (2008): Risikomanagement Gleißner, W./ Romeike, K. (2005): Risikomanagement</p>	
	<p>Fachzeitschriften: Zeitschrift für Planung und Unternehmenssteuerung; Zeitschrift für Personalpsychologie; Information Systems and e-Business Management; International Entrepreneurship and Management Journal; Zeitschrift für Personalforschung; Betriebswirtschaftliche Forschung und Praxis; Review of Managerial Science; Betriebswirtschaftliche Forschung und Praxis; Accounting and Business Research; Academy of Management Perspectives; Accounting Review; American Psychologist; Behavioral Research in Accounting; Decision Support Systems; Entrepreneurship, Theory and Practice; Financial Management; Harvard Business Review; Human Resource Management; International Business Review; Journal of Business; Journal of International Marketing; Journal of Management; Journal of Marketing; Strategic Management Journal; Zeitschrift für Betriebswirtschaft; Zeitschrift für betriebswirtschaftliche Forschung</p>	
Kompetenzerwerb	<p>Die Studentinnen und Studenten kennen die Bedeutung des Controllings im Kontext des operativen und strategischen Managements. Sie sind mit den spezifischen Methoden und Instrumenten des Kostenmanagements und der Unternehmenssteuerung als Teile des Controllings vertraut.</p>	

Titel der Lehrveranstaltung	Controlling
Umfang	3 ECTS
Lage im Curriculum	4. Semester
Lehr- und Lernformen	3 ECTS; ILV
Prüfungsmodalitäten	ILV: LV-immanenter Prüfungscharakter
Lehrinhalte	<p>Grundlagen des Controllings: Begriff, Arten und Aufgaben des Controllings, Organisationsformen des Controllings und Controllinginfrastruktur, Besonderheiten des Controllings in Abhängigkeit von Branche und Unternehmensgröße.</p> <p>Unternehmenssteuerung: Die Unternehmenssteuerung im Kontext der Controllingfunktionen, operative und strategische Instrumente der Unternehmenssteuerung: Planungs-, Informations- und Berichtssysteme, Budgetierung, „better budgeting“, „beyond budgeting“, Kennzahlen und Kennzahlensysteme (Du Pont, Balanced Scorecard), Anreizsysteme.</p> <p>Kostenmanagement: Kostenmanagement als Aufgabe des Controllings, Instrumente und Methoden des Kostenmanagements: Prozesskostenrechnung, Target Costing, Life Cycle Costing</p>
Titel der Lehrveranstaltung	Risk Management
Umfang	3 ECTS
Lage im Curriculum	4. Semester
Lehr- und Lernformen	3 ECTS; ILV
Prüfungsmodalitäten	ILV: LV-immanenter Prüfungscharakter und abschließende Prüfung
Lehrinhalte	<p>Einführung und Betrieb des Risikomanagements in Unternehmen. Gliederung und Aufteilung von Risiken. Vermeiden, absichern, ausschließen und übernehmen von Risiken. Notfallpläne, gesetzliche Anforderungen, Risk-Assessment, Risikochecklisten. Organisatorische und technische Maßnahmen des Risikomanagements vom Katastrophenszenario bis zur Unternehmenssanierung.</p>

Modulbeschreibung
Prozessorientierte Unternehmensführung 2

Modulnummer:	Modultitel:	Umfang:
PR2	Prozessorientierte Unternehmensführung 2	5 ECTS
Studiengang	Unternehmensführung	
Lage im Curriculum	4. Semester	
Zuordnung zu den Teilgebieten	Intrapreneurship und Unternehmensführung	
Niveaustufe	Vertiefung	
Vorkenntnisse	Module	
Geblockt	Nein	
Kreis d. TeilnehmerInnen	AnfängerInnen	
Beitrag zu nachfolgenden Modulen	Voraussetzung für Modul Data Engineering I bis II	
Literaturempfehlungen	Bücher: Schmelzer, H./ Sesselmann, W. (2007): Geschäftsmodellmanagement in der Praxis Wolters, M./ Kaschny, M. (2010): Geschäftsmodellmanagement in KMU Gadatsch, A. (2009): Grundkurs geschäftsmodell-Management	
	Fachzeitschriften: Fachzeitschriften: Zeitschrift für Planung und Unternehmenssteuerung; Zeitschrift für Personalpsychologie; Information Systems and e-Business Management; International Entrepreneurship and Management Journal; Zeitschrift für Personalforschung; Betriebswirtschaftliche Forschung und Praxis; Review of Managerial Science; Betriebswirtschaftliche Forschung und Praxis; Accounting and Business Research; Academy of Management Perspectives; Accounting Review; American Psychologist; Behavioral Research in Accounting; Decision Support Systems; Entrepreneurship, Theory and Practice; Financial Management; Harvard Business Review; Human Resource Management; International Business Review; Journal of Business; Journal of International Marketing; Journal of Management; Journal of Marketing; Strategic Management Journal; Zeitschrift für Betriebswirtschaft; Zeitschrift für betriebswirtschaftliche Forschung	
Kompetenzerwerb	Die Absolventin/der Absolvent besitzt detaillierte Kenntnisse über die Möglichkeiten der Modellierung, Planung, Steuerung und Implementierung von alternativen Geschäftsmodellen. Diese Kenntnisse werden im Rahmen einer integrativen Fallstudie vertieft.	

Titel der Lehrveranstaltung	Geschäftsmodelle und -prozesse
Umfang	2 ECTS
Lage im Curriculum	4. Semester
Lehr- und Lernformen	2 ECTS; ILV
Prüfungsmodalitäten	ILV: LV-immanenter Prüfungscharakter
Lehrinhalte	Funktionsorientierte versus prozessorientierte Organisation, alternative Geschäftsmodelle im Vergleich (Branchen, Unternehmensgrößenklassen, Erfolgswirksamkeit), Bedeutung einer prozessorientierten Sichtweise, Grundlagen der Prozessorientierung im Unternehmen, Beschreibung von Geschäftsprozessen, Methoden, Werkzeuge des Geschäftsprozessmanagements, Planung und Steuerung von Geschäftsprozessen, Vorgehensmodell der Prozessgestaltung bzw. -verbesserung, Probleme der Prozessgestaltung, Prozess-Messgrößen, Prozess-Controlling.
Titel der Lehrveranstaltung	Integrative Fallstudie zur Unternehmensführung
Umfang	3 ECTS
Lage im Curriculum	4. Semester
Lehr- und Lernformen	3 ECTS; PT
Prüfungsmodalitäten	PT:: LV-abschließende Prüfung und LV-immanenter Prüfungscharakter
Lehrinhalte	Im Rahmen dieser Lehrveranstaltung werden aktuelle und unternehmensbezogene Fallstudien aus dem Bereich der Unternehmensführung in Kooperation mit insbesondere kleinen und mittleren Unternehmen aufgegriffen. Die Studierenden entwickeln selbständig Problemlösungsansätze und -strategien für führungsrelevante Problemstellungen aus der Wirtschaftspraxis. Mögliche Problemkreise sind: Finanzwirtschaftliche und leistungswirtschaftliche Problemstellungen, Personalwirtschaftliche und organisatorische Fragestellungen unter besonderer Beachtung einer ganzheitlich-systemischen Reflexion des bis dahin erlangten Wissensstandes.

Modulbeschreibung
International Business

Modulnummer:	Modultitel:	Umfang:
IBU	International Business	6 ECTS
Studiengang	Unternehmensführung	
Lage im Curriculum	4. Semester	
Zuordnung zu den Teilgebieten	Intrapreneurship und Unternehmensführung	
Niveaustufe	Vertiefung	
Vorkenntnisse	Module ABW; MU1; UFI; GUF; WE1; SUF	
Geblockt	Nein	
Kreis d. TeilnehmerInnen	Fortgeschrittene	
Beitrag zu nachfolgenden Modulen	Voraussetzung für die Module ABM; AAL; ASS	
Literaturempfehlungen	Bücher: D. Chaffey, PR Smith, eMarketing eXcellence, Elsevier, 2009 Jill Dyche, The CRM Handbook, Addison-Wesley, 2007 H. Hippner, Grundlagen des CRM, Gabler, 2006 R. Schnauffer, CRM - Entscheidungen richtig treffen. Die unternehmensindividuelle Ausgestaltung der Anbieter-Kunden-Beziehung, Springer, 2007	
	Fachzeitschriften: Fachzeitschriften: Zeitschrift für Planung und Unternehmenssteuerung; Zeitschrift für Personalpsychologie; Information Systems and e-Business Management; International Entrepreneurship and Management Journal; Zeitschrift für Personalforschung; Betriebswirtschaftliche Forschung und Praxis; Review of Managerial Science; Betriebswirtschaftliche Forschung und Praxis; Accounting and Business Research; Academy of Management Perspectives; Accounting Review; American Psychologist; Behavioral Research in Accounting; Decision Support Systems; Entrepreneurship, Theory and Practice; Financial Management; Harvard Business Review; Human Resource Management; International Business Review; Journal of Business; Journal of International Marketing; Journal of Management; Journal of Marketing; Strategic Management Journal; Zeitschrift für Betriebswirtschaft; Zeitschrift für betriebswirtschaftliche Forschung	
Kompetenzerwerb	Die Absolventin/der Absolvent besitzt detaillierte Kenntnisse über Strategien und Prozesse der Internationalisierung und Globalisierung und erlernt wesentliche Kontextmerkmale von Management- und Führungstätigkeiten im Rahmen der Interkulturalität. Instrumente und Maßnahmen der Kundenbindungsmanagement werden an Beispielen international tätiger Unternehmen erlernt und in unterschiedlichen Kulturen verglichen.	

Titel der Lehrveranstaltung	International Management
Umfang	2 ECTS
Lage im Curriculum	4. Semester
Lehr- und Lernformen	2 ECTS; ILV
Prüfungsmodalitäten	ILV: LV-immanenter Prüfungscharakter
Lehrinhalte	Formen der Internationalisierung und Globalisierung, Internationalisierungsstrategien, Problemstellungen und Lösungsansätze der internationalen Kontextabhängigkeit von kleinen und mittleren Unternehmen. Besonderheiten der interkulturellen Kommunikation, Cultural Awareness, Leitung von internationalen Teams, Internationale Potentialanalyse, Interkulturelle Trainingsmethoden, Verhandlungsführung im Ausland.
Titel der Lehrveranstaltung	Cross Cultural Management
Umfang	2 ECTS
Lage im Curriculum	4. Semester
Lehr- und Lernformen	2 ECTS; ILV
Prüfungsmodalitäten	ILV: LV-immanenter Prüfungscharakter
Lehrinhalte	Besonderheiten der interkulturellen Kommunikation, Cultural Awareness, Leitung von internationalen Teams, Internationale Potentialanalyse, Interkulturelle Trainingsmethoden, Verhandlungsführung im Ausland.
Titel der Lehrveranstaltung	Customer Relationship Management
Umfang	2 ECTS
Lage im Curriculum	4. Semester
Lehr- und Lernformen	2 ECTS; ILV
Prüfungsmodalitäten	ILV: LV-immanenter Prüfungscharakter
Lehrinhalte	Customer Relationship Management gilt heute als Schlüsselement im Bereich der Kundenbindungsinstrumente im Unternehmen. Die Lehrveranstaltung zeigt in Theorie und Praxis die Strategie, die Implementierungsschritte und deren Anwendung im KMU-Umfeld, wie auch im Konzernumfeld auf. Ziel der Lehrveranstaltung sind die Vermittlung der theoretischen Grundlagen (Definition von CRM, Strategie und Implementierung von CRM Systemen in der Wertschöpfungskette), wie auch die praktische Anwendung von CRM Methoden (Kampagnen-Management und Monitoring des Kundenprozesses) sein. Hierbei wird im Rahmen der Lehrveranstaltung ein CRM Online-System für die Vermittlung der praktischen Fähigkeiten eingesetzt.

Modulbeschreibung
Sozialkompetenzen und Sprachen 4

Modulnummer:	Modultitel:	Umfang:
SS4	Sozialkompetenzen und Sprachen 4	6 ECTS
Studiengang	Unternehmensführung	
Lage im Curriculum	4. Semester	
Zuordnung zu den Teilgebieten	Fachübergreifende Qualifikationen	
Niveaustufe	Vertiefung	
Vorkenntnisse	Module SS1; SS2 und SS3	
Geblockt	Nein	
Kreis d. TeilnehmerInnen	Fortgeschrittene	
Beitrag zu nachfolgenden Modulen	Voraussetzung für die Module ABM; AAL und ASS	
Literaturempfehlungen	Bücher: Erbacher, C. (2010): Grundzüge der Verhandlungsführung Tries, J./ Reinhardt, R. (2008): Konflikt und Verhandlungsmanagement Schwarz, G. (2010): Konfliktmanagement	
	Fachzeitschriften: Fachzeitschriften: Zeitschrift für Planung und Unternehmenssteuerung; Zeitschrift für Personalpsychologie; Information Systems and e-Business Management; International Entrepreneurship and Management Journal; Zeitschrift für Personalforschung; Betriebswirtschaftliche Forschung und Praxis; Review of Managerial Science; Betriebswirtschaftliche Forschung und Praxis; Accounting and Business Research; Academy of Management Perspectives; Accounting Review; American Psychologist; Behavioral Research in Accounting; Decision Support Systems; Entrepreneurship, Theory and Practice; Financial Management; Harvard Business Review; Human Resource Management; International Business Review; Journal of Business; Journal of International Marketing; Journal of Management; Journal of Marketing; Strategic Management Journal; Zeitschrift für Betriebswirtschaft; Zeitschrift für betriebswirtschaftliche Forschung	
Kompetenzerwerb	Vertiefung der Sozialkompetenz, Sprech-, Lese-, Schreib- und Präsentationsfähigkeit in der zweiten Fremdsprache. Vertiefung landeskundlicher Kenntnisse aus Wirtschaft, Politik, Kultur und Geschichte. Vertiefung interkulturelle Kompetenz. Fähigkeit, das Studium erfolgreich im Ausland durchzuführen. Diskussionsfähigkeit und Präsentation spezifischer wirtschaftswissenschaftlicher Themen in der zweiten Fremdsprache. Anwendung im Bereich Konfliktlösung und Verhandlungsführung mit ausländischen Akteuren.	

Titel der Lehrveranstaltung	Konfliktmanagement und Verhandlungsführung
Umfang	3 ECTS
Lage im Curriculum	4. Semester
Lehr- und Lernformen	3 ECTS; ILV
Prüfungsmodalitäten	ILV: LV-immanenter Prüfungscharakter
Lehrinhalte	Praxisnahe Vermittlung von Verhandlungstechniken, wobei kulturspezifische Besonderheiten eine wesentliche Rolle spielen. Die Lehrveranstaltung findet in Kleingruppen statt, um durch Übungen und Rollenspiele individuelle Hilfestellungen zu geben. Prozesse der Teamentwicklung und Interaktion, Konflikt-Modelle, Ursachen und Entstehung von Konflikten, Prozessgestaltung bei Teamarbeit, soziale Kompetenz, Konfliktmanagement und Mediation, kulturspezifische und problemorientierte Verhandlungstechniken.
Titel der Lehrveranstaltung	2. Fremdsprache 2
Umfang	3 ECTS
Lage im Curriculum	4. Semester
Lehr- und Lernformen	3 ECTS; UE
Prüfungsmodalitäten	UE: LV-immanenter Prüfungscharakter
Lehrinhalte	Aufbau des wirtschaftsspezifischen Vokabulars, Analyse und Besprechung aktueller Zeitungsartikel aus Wirtschaft, Politik und Kultur. Einführung in die Geschäftskultur des jeweiligen Sprachraumes, Präsentationen in der Fremdsprache.

Modulbeschreibung
Auslandswahlfächer Business Management

Modulnummer:	Modultitel:	Umfang:
ABM	Auslandswahlfächer Business Management	16 ECTS
Studiengang	Unternehmensführung	
Lage im Curriculum	5. Semester	
Zuordnung zu den Teilgebieten	Wahlpflichtfächer im Ausland	
Niveaustufe	Vertiefung und Spezialisierung	
Vorkenntnisse	Module in den Teilgebieten Wissenschaftliche Grundlagen und Methoden; Entrepreneurship und Gründungsmanagement; Intrapreneurship und Unternehmensführung	
Geblockt	Nein	
Kreis d. TeilnehmerInnen	Fortgeschrittene	
Beitrag zu nachfolgenden Modulen	Voraussetzung für die Module BAS und PTR	
Literaturempfehlungen	Bücher: --	
	Fachzeitschriften: --	
Kompetenzerwerb	Erweiterung und Vertiefung der wirtschaftswissenschaftlichen, insbesondere der Managementkompetenzen in den Bereichen: 1. Business Management, 2. Marketing und 3. Accounting / Finance / Controlling. In den drei Bereichen ist jeweils mindestens ein Fach bzw. eine Lehrveranstaltung im Gesamtumfang von 16 ECTS auszuwählen. Die im Folgenden angegebenen Lehrveranstaltungen sind als exemplarisch anzusehen.	
Titel der Lehrveranstaltung	Advanced Marketing Management	
Umfang	5 ECTS	
Lage im Curriculum	4. Semester	
Lehr- und Lernformen	Integrative Course	
Prüfungsmodalitäten	Written Exam, Group Work, Paper Presentation	
Lehrinhalte	Marketing Management Process; Strategic market plan; Aids to strategic planning; Planning according to product-life cycle; Organising and coordinating marketing strategy; Control over marketing strategy; Analysis of marketing environment; Marketing information; Marketing research; Market measurement and market projection; Analysis of consumer decision-making; Models for explaining consumer behaviour; Determinants of consumer decision-making; Purchasing decision-making; Marketing application areas; Marketing of industrial goods; Marketing of services; Marketing of agricultural products; International marketing.	
Titel der Lehrveranstaltung	Business Ethics and Corporate Governance	
Umfang	4 ECTS	
Lage im Curriculum	4. Semester	
Lehr- und Lernformen	Integrative Course	
Prüfungsmodalitäten	Written Exam, Group Work, Paper Presentation	
Lehrinhalte	The objective of the course is to provide students with the opportunity to explore the value and relevance of ethical theory as it relates to business. By utilizing the case method, this course will provide students with a hands-on approach to understanding opposing views when it comes to the ethical implications of business decisions. The stakeholder model will be the foundation by which the 'actions of management and their ethical implications' will be analyzed.	

Modulbeschreibung
Auslandswahlfächer Area Studies & Languages

Modulnummer:	Modultitel:	Umfang:
AAL	Auslandswahlfächer Area Studies & Languages	6 ECTS
Studiengang	Unternehmensführung	
Lage im Curriculum	5. Semester	
Zuordnung zu den Teilgebieten	Wahlpflichtfächer im Ausland	
Niveaustufe	Vertiefung und Spezialisierung	
Vorkenntnisse	Module SS1 - SS4; GUF; IBU; ENT	
Geblockt	Nein	
Kreis d. TeilnehmerInnen	Fortgeschrittene	
Beitrag zu nachfolgenden Modulen	Voraussetzung für die Module BAS (Bachelorarbeit 2); PTR	
Literaturempfehlungen	Bücher: --	
	Fachzeitschriften: --	
Kompetenzerwerb	Erweiterung der sprachlichen, interkulturellen und internationalen Kompetenzen. Es soll eine Spezialisierung in Vorbereitung auf das angestrebte Berufsfeld erfolgen. In diesem Modul ist ein Fach bzw. Lehrveranstaltung im Umfang von 6 ECTS auszuwählen. Die im Folgenden angegebenen Lehrveranstaltungen sind als exemplarisch anzusehen.	
<p>Eine allgemein gültige Modulbeschreibung für das Auslandssemester kann und soll aufgrund der Vielzahl der Partnerhochschulen sowie der dort gebotenen Wahlmöglichkeiten innerhalb der Area Studies und Sprachen nicht definiert werden, um den Freiraum für die Studierenden zu gewährleisten. Im Folgenden wird für eine Partnerhochschule exemplarisch die Lehrveranstaltungsinhalte dargestellt. ECTS bzw. nationale Credits sind angegeben. Die Studierenden unterliegen den jeweiligen Prüfungsmodalitäten an der Partnerhochschule. Dies bezieht sich auch auf die Module ABM und ASS.</p>		

Titel der Lehrveranstaltung	US and East Asia
Umfang	4 ECTS
Lage im Curriculum	4. Semester
Lehr- und Lernformen	Integrative Course
Prüfungsmodalitäten	Written Exam, Group Work, Paper Presentation
Lehrinhalte	In addition to a brief "lands and peoples" review, the focus of this course is the developments and trends in East Asia. A major objective of the course is to increase awareness of the East Asian region and its importance for the United States. Illustrations are drawn from a number of East Asian countries in order to examine selective topics. These topics include US historical involvements in East Asia, the relationship between politics and development strategies, regional integration, national security of major East Asian powers, and recent U.S. policy concerns and issues of debate in the region.
Titel der Lehrveranstaltung	International Business Communication in Japan
Umfang	6 ECTS
Lage im Curriculum	2. Semester
Lehr- und Lernformen	Integrative Course
Prüfungsmodalitäten	Written Exam, Group Work, Paper Presentation
Lehrinhalte	The theoretical field of cross-cultural psychology and the applied field of intercultural communication training have grown in response to the increase in international business. Through an investigation of key intercultural communication concepts and research findings from the field of Intercultural Communication, this course will help you become a more effective communicator when you work with individuals from different cultural backgrounds. After analyzing culture-general communication concepts and theories, we will move to a closer examination of culture-specific Japanese communication concepts and behaviors. Much of the material has immediate practical applications and can assist you as you adjust and pursue positive interactions with your Japanese counterparts here in Japan and abroad

Modulbeschreibung
Auslandswahlfächer Social Skills

Modulnummer:	Modultitel:	Umfang:
ASS	Auslandswahlfächer Social Skills	8 ECTS
Studiengang	Unternehmensführung	
Lage im Curriculum	5. Semester	
Zuordnung zu den Teilgebieten	Wahlpflichtfächer im Ausland	
Niveaustufe	Vertiefung und Spezialisierung	
Vorkenntnisse	Module ABW; MU1; RES; UF1	
Geblockt	Nein	
Kreis d. TeilnehmerInnen	Fortgeschrittene	
Beitrag zu nachfolgenden Modulen	Voraussetzung für die Module BAS und PTR	
Literaturempfehlungen	Bücher: --	
	Fachzeitschriften: --	
Kompetenzerwerb	Erweiterung der Sozialkompetenzen im interkulturellen Kontext. Es soll eine Spezialisierung bzw. Vertiefung in Vorbereitung auf das angestrebte Berufsfeld erfolgen. In diesem Modul sind zwei Fächer bzw. Lehrveranstaltungen im Umfang von 8 ECTS auszuwählen.	
Titel der Lehrveranstaltung	Business Communication	
Umfang	6 ECTS	
Lage im Curriculum	4. Semester	
Lehr- und Lernformen	Integrative Course	
Prüfungsmodalitäten	Written Exam, Group Work, Paper Presentation	
Lehrinhalte	<p>This course focuses on the principles and techniques of clear, concise, and effective, written and oral communication, especially as they apply to business. The formal, grammatical, and stylistic elements of written and oral business communication are emphasized. In addition, students are instructed in and experience the use of audiovisual means of communication.</p> <p>Gestures, sign languages, postures and perceptions of the body are not universal. Nonverbal communication, associations between the body and linguistic meaning differ from culture to culture: a hand-shape in one country can be very offensive in another. The image of an attractive body in one country can be very different from that of another country and thus convey very different messages in the realms of health and the media. This class will explore these issues in the Japanese context. Lectures, in-class discussions and readings will deal with gestures and facial expressions that play important roles in interpersonal communication, rituals and entertainment. Japanese Sign Language and its importance to Deaf culture will be examined. Finally, the body itself, images of the body and how the body is modified and decorated will also be explored. Objectives of this course are 1) exploring the relationship between gesture and language, 2) gaining a better understanding of the role of the body in verbal and nonverbal communication, and 3) improving cross-cultural communication skills.</p>	
Titel der Lehrveranstaltung	Negotiation and Conflict Resolution	
Umfang	5 ECTS	
Lage im Curriculum	2. Semester	
Lehr- und Lernformen	Integrative Course	
Prüfungsmodalitäten	Written Exam, Group Work, Paper Presentation	
Lehrinhalte	<p>This course examines the causes and consequences of disputes and provides alternative strategies for negotiating and resolving conflicts. It utilizes lectures, videos, cases, interactive exercises, empirical research and videotaping to convey concepts and enhance one's ability to effectively negotiate and resolve disputes.</p>	

Modulbeschreibung
Integriertes Berufspraktikum

Modulnummer:	Modultitel:	Umfang:
BPR	Integriertes Berufspraktikum	16 ECTS
Studiengang	Unternehmensführung	
Lage im Curriculum	6. Semester	
Zuordnung zu den Teilgebieten	Pflichtpraktikum	
Niveaustufe	Vertiefung	
Vorkenntnisse	Abgeschlossenes 5. Semester	
Geblockt	Ja	
Kreis d. TeilnehmerInnen	Fortgeschrittene	
Beitrag zu nachfolgenden Modulen	Keine	
Literaturempfehlungen	Bücher: Könke, Ilse: Das Berufspraktikum: Vorbereitung - Durchführung - Nachbereitung. Persen, 2005 Papenheim, Heinz-Gert: Rechte und Pflichten im Berufspraktikum. Stam, 2000	
	Fachzeitschriften: --	
Kompetenzerwerb	Die Studentinnen / Studenten bewähren sich in der Unternehmenspraxis und haben Verständnis für die Vorgänge im beruflichen Umfeld. Sie sind in der Lage eine in der Praxis gestellte Aufgabe in ein Projekt zu formulieren, dass im Rahmen der Bachelorarbeit 2 behandelt wird.	

Titel der Lehrveranstaltung	Berufspraktikum
Umfang	16 ECTS
Lage im Curriculum	6. Semester
Lehr- und Lernformen	16 ECTS; SE
Prüfungsmodalitäten	Praktikumzwischen und -endbericht
Lehrinhalte	Ergänzung der theoretischen Kenntnisse der Studierenden durch praktische Tätigkeiten und wirtschaftsrechtliche Fragestellungen in der Unternehmenspraxis. Mindestens 10-wöchige Beschäftigung bei einem externen Unternehmen mit vollem Beschäftigungsausmaß.

Modulbeschreibung
Praxis-Theorie-Reflexion

Modulnummer:	Modultitel:	Umfang:
PTR	Praxis-Theorie-Reflexion	8 ECTS
Studiengang	Unternehmensführung	
Lage im Curriculum	6. Semester	
Zuordnung zu den Teilgebieten	Fachübergreifende Qualifikationen	
Niveaustufe	Vertiefung	
Vorkenntnisse	Abschluss des 5. Semester	
Geblockt	Nein	
Kreis d. TeilnehmerInnen	Fortgeschrittene	
Beitrag zu nachfolgenden Modulen	Keine	
Literaturempfehlungen	<p>Bücher: Al-Laham, A.: Organisationales Wissensmanagement, München 2003 Bamberger, I. (Hrsg.): Strategische Unternehmensberatung, Konzeptionen - Prozesse - Methoden, 3. Auflage, Wiesbaden 2002 Hinterhuber, Hans H.: Leadership, Frankfurter Allgemeine Buch, 2003 North, K.: Wissensorientierte Unternehmensführung, Gabler, 2002. Rieckmann, H.: Führungskraft und Management Development, Murmann, 2000. Seidel, M.: Die Bereitschaft zur Wissensteilung. Rahmenbedingungen für ein wissensorientiertes Management, Deutscher Universitätsverlag, 2003</p>	
	<p>Fachzeitschriften: Fachzeitschriften: Zeitschrift für Planung und Unternehmenssteuerung; Zeitschrift für Personalpsychologie; Information Systems and e-Business Management; International Entrepreneurship and Management Journal; Zeitschrift für Personalforschung; Betriebswirtschaftliche Forschung und Praxis; Review of Managerial Science; Betriebswirtschaftliche Forschung und Praxis; Accounting and Business Research; Academy of Management Perspectives; Accounting Review; American Psychologist; Behavioral Research in Accounting; Decision Support Systems; Entrepreneurship, Theory and Practice; Financial Management; Harvard Business Review; Human Resource Management; International Business Review; Journal of Business; Journal of International Marketing; Journal of Management; Journal of Marketing; Strategic Management Journal; Zeitschrift für Betriebswirtschaft; Zeitschrift für betriebswirtschaftliche Forschung</p>	
Kompetenzerwerb	<p>Der Absolventin / der Absolvent lernt, aus Informationen Wissen zu generieren und Wissen in nachhaltige Wettbewerbsvorteile umzusetzen, die als Geschäftserfolge messbar werden. Im Rahmen einer Supervision werden die Erfahrungen aus der Praxis reflektiert. Strategische Fragen in verschiedenen Unternehmenszyklusphasen können analysiert und bewertet werden. Fragestellungen der Ethik und Nachhaltigkeit in der normativen Führung können kritisch reflektiert werden. Aktuelle Probleme und Fragestellungen der Unternehmensführung können insbesondere im Lichte neuer Entwicklungslinien (Wissensorientierung der Unternehmensführung, Leadership und Change Management) eingeordnet werden.</p>	

Titel der Lehrveranstaltung	Leadership
Umfang	2 ECTS
Lage im Curriculum	6. Semester
Lehr- und Lernformen	2 ECTS; ILV
Prüfungsmodalitäten	ILV: LV-immanenter Prüfungscharakter
Lehrinhalte	Überblick zu Führungstheorien; Historische Genese von Führungskonzeptionen; Systemisch-integrativer Führungsansatz; Arbeitseffizienz; Arbeitseffektivität; Open Space; Tiefeninterviews; Führung; Leistung; Führungserfolg; Führungseffizienz; Führungseffektivität; Anforderungen der Umwelt an die Führung in Bezug auf Förderung der Leistung herauszuarbeiten; Komponenten von Führung zu definieren, die Leistung fördern oder hemmen und deren Wirkungsweisen herauszuarbeiten. Die Umsetzung von Führungsansätzen in Organisationen werden anhand von Fallbeispielen diskutiert und reflektiert.
Titel der Lehrveranstaltung	Change Management
Umfang	2 ECTS
Lage im Curriculum	6. Semester
Lehr- und Lernformen	2 ECTS; ILV
Prüfungsmodalitäten	ILV: LV-immanenter Prüfungscharakter
Lehrinhalte	Kontinuierliches Veränderungsmanagement Kontinuierliche Verbesserungsmanagement (KVP) Kaizen Instrumente des Change Managements Individualentwicklung und -veränderung Teamentwicklung Organisations- und Personalentwicklung Unternehmensentwicklung -veränderung Erfolgsfaktoren im Veränderungsmanagement Initiierung, Gestaltung und Implementierung von Veränderungsprozessen Veränderungscontrolling
Titel der Lehrveranstaltung	Knowledge Management
Umfang	2 ECTS
Lage im Curriculum	6. Semester
Lehr- und Lernformen	2 ECTS; ILV
Prüfungsmodalitäten	ILV: LV-immanenter Prüfungscharakter
Lehrinhalte	Kennzeichen und Merkmale von Wissensgesellschaften, Wissen als Kernressource im Wettbewerb, Wissensgenerierung, Wissensteilung, Messung von Wissen, Identifikation und Strukturierung unternehmensrelevanten Wissens, Wissensabsicherung, Wissensbilanzen, Gestaltung von Wissensorganisationen - Instrumente und Prozesse, Wissensorientierte Organisationsstrukturen und -prozesse, Implementierung von Wissensmanagement, Wissensrepräsentations- und -verteilungssysteme
Titel der Lehrveranstaltung	Trends in der Unternehmensführung
Umfang	2 ECTS
Lage im Curriculum	6. Semester
Lehr- und Lernformen	2 ECTS; SE
Prüfungsmodalitäten	SE: LV-immanenter Prüfungscharakter
Lehrinhalte	Darstellung, Bewertung und Reflexion zu aktuellen Ausrichtungen und realen Problemstellungen der Unternehmensführungspraxis im nationalen und internationalen Kontext; Ausgewählte Aspekte der Unternehmensführung (z.B. Umweltmanagement, Sicherheitsmanagement, Qualitätsmanagementsysteme)

2.4 Berechnungsschlüssel

Grundsätzlich liegt für die Vergabe der ECTS ein Berechnungsschlüssel zugrunde, der in der folgenden Tabelle dargestellt ist. Eingerechnet in die ECTS sind Anwesenheitszeiten in Lehrveranstaltungen, Vor- und Nachbereitungszeiten und Selbststudienzeiten.

ECTS Umrechnung

LV-Typ	Abk.	SWS	Dauer LV (h) ¹	ECTS	LV-Wochen /Sem	Workload (h)		
						ges.	Anwes.	Vor-, Nachber. LV inkl. Prüfung
Vorlesung	VO	1	0,75	1	15	25	11	14
Seminar	SE	1	0,75	2	15	50	11	39
Integrierte Lehrveranstaltung	ILV	1	0,75	1,5	15	38	11	26
Übung	UE	1	0,75	1	15	50	11	39
Projekt	PT	1	0,75	1,5	15	50	11	39
Berufspraktikum	BP	0	0,75	16	15	400	0	400

Je nach Arbeitsaufwand einer Lehrveranstaltung kann es in der Curriculum-Matrix bei einzelnen Lehrveranstaltungen zu Abweichungen von dieser Tabelle kommen.

¹ Unter der Annahme, dass eine LV-Einheit 45 Minuten entspricht.

2.5 Berufspraktikum

Fester Bestandteil des Bachelorstudienganges ist ein **Berufspraktikum**, das im sechsten Semester bei einem der über 300 Partnerunternehmen der FH, bevorzugt im Ausland, absolviert wird. Dieses Berufspraktikum erstreckt sich über einen Zeitraum von mindestens 10 Wochen. Eine Woche entspricht 5 Arbeitstagen à 8 Stunden (= 40 Arbeitsstunden).

Die Zielsetzung des Berufspraktikums besteht darin, den Studierenden einen Einblick in die beruflichen Tätigkeitsfelder, wie sie oben beschrieben wurden, zu geben. Der / die Studierende soll sich mit den Zielen, Aufgaben und Problemen des Tätigkeitsfeldes befassen und unter fachkundiger Anleitung berufsbezogene Tätigkeiten ausüben. Er / sie soll die gesammelten Erfahrungen und Erkenntnisse bewerten und Kontakte zu weiteren potenziellen Arbeitgebern aufbauen. Die Ziele werden vor Beginn des Praktikums von der Studiengangsleitung mit den Studierenden und der Praktikumsbetreuung vereinbart. Nach Absolvieren des Praktikums überprüfen die Studiengangsleitung, der / die Studierende und die Praktikumsbetreuung die Zielerreichung.

Das Berufspraktikum ist von den Studierenden mittels Formblatt („Arbeitsplatzbeschreibung“) zu beantragen. Das Formblatt enthält die zentralen Daten des Studierenden und der Praktikumsbetreuung sowie die Ziele und die Aufgaben/Tätigkeiten im Praktikumsunternehmen. Das Praktikum wird durch Unterschriften der Studiengangsleitung und der Praktikumsbetreuung bestätigt bzw. genehmigt.

Die Praktikumsstellen werden von der Studiengangsleitung in Zusammenarbeit mit dem International Relations Office (IRO) der FH ausgewählt. Im Anschluss daran wird von der Studiengangsleitung geprüft, ob das Berufspraktikum den Ausbildungszielen des Studienganges entspricht und ob die / der Studierende ihrem / seinem Qualifikationsniveau entsprechend eingesetzt werden kann. Sind diese Anforderungen erfüllt, erfolgt die organisatorische Abwicklung durch das IRO. Im Laufe des Prakti-

kums erfolgen telefonische, E-mail- bzw. vor-Ort-Kontakte der Studiengangsleitung mit den Studierenden und der Praktikumsbetreuung.

Der / die Studierende muss die gesammelten Erfahrungen und Erkenntnisse reflektieren, dokumentieren und präsentieren sowie die Praktikumsstelle evaluieren. Umgekehrt muss die Praktikumsbetreuung die Studierenden evaluieren. Der / die Studierende muss einen Zwischenbericht, einen Abschlussbericht anfertigen sowie einen Evaluierungsbogen ausfüllen. Er / Sie erhält zu Beginn des Praktikums einen Praktikumsleitfaden, in dem die zu bearbeitenden Punkte aufgeführt sind. Eine zentrale Anforderung besteht darin, die vereinbarten Ziele mit den verwirklichten Zielen zu vergleichen. Die vom / von der Studierenden und von der Betreuung erstellte Dokumentation wird von der Studiengangsleitung ausgewertet. Wenn die Erreichung der Ziele und die Anpassung an das Qualifikationsniveau des Studierenden nicht gewährleistet sind, wird die entsprechende Praktikumsstelle ausgeschlossen.

2.6 Auslandssemester

Fester Bestandteil des Studiums ist ein **Auslandssemester (5. Semester)**, das an einer der 150 internationalen Partnerfachhochschulen und -universitäten der FH absolviert wird. Das Auslandssemester ist bedeutsam, da die Studierenden ihre fachlichen, methodischen und insbesondere sozialen Kompetenzen erweitern und vertiefen können. Die Erweiterung und Vertiefung der fachlichen und sozialen Kompetenzen ist insbesondere durch die Auslandswahlfächer „Business Management“ (16 ECTS), Area-Studies & Languages (6 ECTS) und Social Skills (8 ECTS) möglich und sinnvoll.

Die Erfahrungen mit den Studierenden an der FH, die bereits ein Studiensemester im Ausland verbringen konnten, sind erfreulich. Diese Studierenden denken und handeln sehr selbstständig, verfügen über ein hohes Maß an interkultureller Kompetenz und vermitteln Selbst- und Verantwortungsbewusstsein. Sie sind gleichermaßen Integrations- und Identifikationsfiguren für Ihre Mitstudierenden.

Im Folgenden wird auf Qualitätssicherung und Organisation des Auslandsstudiensemesters sowie des Berufspraktikums ausführlich eingegangen.

Aufgrund des weltweiten Netzwerkes aus Partnerhochschulen haben die Studierenden die Möglichkeit, sich während ihres Auslandsstudiensemesters sehr individuell inhaltlich und regional zu spezialisieren. Um eine qualitative Durchführung sowie einen anspruchsvollen und hohen Qualifikationsgrad für die Studierenden im Ausland zu gewährleisten, erfolgen mehrere Evaluations- und Kontrollschritte vor Entsendung eines Studierenden in das Ausland, während des Auslandsaufenthaltes sowie nach dessen Rückkehr an unsere Institution:

Allgemein wird die Studierendenmobilität unserer Institution von einem bereits vor Jahren eigens eingerichteten Büro (International Relations Office) koordiniert und begleitet. Das International Relations Office ist aus dem Diplomstudiengang „Internationale Wirtschaft und Management“ hervorgegangen und kann deshalb auf eine große Erfahrung in den Fragen der Studierendenmobilität verweisen. Durch die studiengangübergreifende organisatorische Einbettung des International Relations Office garantiert dieser Erfahrungsschatz die qualitative Durchführung der Mobilitätsmaßnahmen für das gesamte Haus. Das International Relations Office betreut alte wie auch potenzielle neue Kooperationspartnerinnen und Kooperationspartner, die in Zusammenarbeit mit den Studiengangsleitungen auf ihre Eignung für Austauschprogramme bzw. -projekte evaluiert werden:

- **Qualitätsprüfung ex ante:**

- Bereits vor den ersten Gesprächen über bilaterale Austauschverträge mit potentiellen Partnerinstitutionen wird die inhaltliche Übereinstimmung der Programme überprüft. Die meisten der bestehenden Partnerhochschulen können den Studierenden ein sehr viel umfangreicheres Lehrveranstaltungsangebot bieten als die FH das könnte. So gehören namhafte Universitäten wie die Sheffield Hallam University, die University of Aberdeen, das Dublin Institute of Technology, die University of Gdansk, die I.U.P. Université Claude Bernard Lyon I, die Università degli Studi di Padova, die Hong Kong Polytechnic University, die Korea University, die Université Laval in Quebec, die Alakhawayn University in Ifrane (Marokko), die Universidad Católica de

- Córdoba, die Victoria University und die La Trobe University in Melbourne zu den Partnerinstituten der FH. Grundsätzlich werden Kooperationen erst nach Vor-Ort-Besuchen an der jeweiligen Partnerhochschule geschlossen.
- Die Studierenden müssen sich vor Antritt ihres Auslandsaufenthaltes gemäß den inhaltlichen Vorgaben des Studienganges ihre gewählten Lehrveranstaltungen von der Studiengangsleitung im Learning Agreement genehmigen lassen. Diese inhaltlichen Vorgaben sind im Curriculum festgelegt. Sind im Ausland Anpassungen an die Planung notwendig, bedürfen diese wiederum der Rücksprache und Genehmigung durch die Studiengangsleitung. Innerhalb Europas sind 30 ECTS pro Semester zu erbringen, außerhalb Europas das Äquivalent in den jeweiligen Credits. Da es keine allgemein gültige Umrechnungstabelle für außereuropäische Credits in ECTS gibt, unterliegt die Umrechnung anhand der Überprüfung der Lehrveranstaltungsinhalte und Semesterwochenstunden der Studiengangsleitung. Als Maßstab für die Umrechnung dient die an der ausländischen Hochschule vorgesehene Arbeitsbelastung der Studierenden, welche in den meisten Partnerländern der FH deutlich über der in Österreich üblichen Arbeitsbelastung liegt.
 - **Evaluation und Feedback während des Auslandsaufenthaltes:** Um die akademischen Leistungen der Studierenden während des Auslandsaufenthaltes sicherzustellen, werden sowohl der Studienerfolg im Ausland kontrolliert als auch die Programme der Partnerinstitute hinsichtlich des Lehrveranstaltungsangebotes und der Studienbedingungen evaluiert. Die Studierenden stehen während des Auslandsaufenthaltes in regelmäßigem Kontakt mit dem International Relations Office sowie mit der Studiengangsleitung.
 - **Qualitätsprüfung ex post:**
 - Unmittelbar nach Rückkehr vom Auslandsaufenthalt werden die Leistungen der Studierenden überprüft. Sollten nicht genügend Lehrveranstaltungen während des Auslandsaufenthaltes positiv absolviert worden sein, kann der Studierende nicht für die abschließende Bachelorprüfung zugelassen werden.
 - Die Studierenden selber evaluieren über umfangreiche Berichte die ausländische Partnerhochschule, an der sie studiert haben, sowohl in Bezug auf die Qualität der Lehre als auch gesamtorganisatorisch. Diese Berichte fließen in die institutionelle Beurteilung der jeweiligen Partnerhochschule ein, welche die Weiterführung bzw. Auflösung der Kooperation zur Folge hat. Insgesamt muss festgehalten werden, dass das Partnernetzwerk unserer Institution seit 1997 existiert und ausgebaut wird. Mit den meisten der gegenwärtigen Partnerhochschulen besteht schon seit Jahren eine erfolgreiche Kooperation im Bereich Mobilitätsprogramme.

Durch die im Ergebnis sehr aufwändige Gestaltung des Qualitätssicherungsprozesses kann unsere Institution auf sehr namhafte Partnerhochschulen verweisen, die insbesondere anspruchsvolle Lehrveranstaltungen für unsere „Outgoings“ gewährleisten. Die jeweiligen Modulbeschreibungen der Auslandssemester sowie die beispielhaften Curricula sind den Modulbeschreibungen zu entnehmen.

3 ZUGANGSVORAUSSETZUNGEN

1. Die allgemeinen Zugangsvoraussetzungen regelt § 4 Abs. 1-3 FHStG idgF; er gilt für **Personen mit allgemeiner Universitätsreife**.

2. **Personen ohne Reifeprüfung** müssen eine **Studienberechtigungsprüfung** entsprechend § 64 a UG 2002 idgF ablegen. Diese Personen erlangen nach Maßgabe einer Verordnung des Rektorates einer Universität durch Ablegung der Studienberechtigungsprüfung die allgemeine Universitätsreife für Bachelorstudien einer Studienrichtungsgruppe. Der erfolgreiche Abschluss der Studienberechtigungsprüfung berechtigt somit zur Zulassung zu allen Studien jener Studienrichtungsgruppe, für welche die Studienberechtigung erworben wurde. Die Studienberechtigungsprüfung kann entsprechend einer Verordnung des Rektorates einer Universität für bestimmte Studienrichtungsgruppen erworben werden, wobei für die FH Kufstein folgende Studienrichtungsgruppe einschlägig ist: Sozial- und Wirtschaftswissenschaftliche Studien (z. B. Betriebswirtschaft, Wirtschaftspädagogik, Statistik, Soziologie).

Die Festlegung der Anzahl der Prüfungen und die Festlegung der Pflichtfächer für die jeweilige Studienrichtungsgruppe erfolgen durch Verordnung des Rektorates einer Universität.

3. Für **Personen mit einschlägiger dualer Ausbildung** gilt der **Lehrabschluss** in einer der folgenden **Fachbereiche** nach der jeweils gültigen Bekanntgabe des Bundesministeriums für Wirtschaft, Familie und Jugend als Zugangsvoraussetzung:

- Büro, Verwaltung, Organisation
- Handel
- Tourismus und Gastronomie

4. **Personen mit Abschluss** einer der folgend genannten einschlägigen **berufsbildenden mittleren Schulen** können ebenfalls zugelassen werden:

- Hotelfachschule, Tourismusfachschule, Gastgewerbefachschule (dreijährig)
- Kaufmännische Schulen (mindestens zweijährig)
- Fachschulen für Fremdenverkehrsberufe
- Fachschulen für wirtschaftliche Berufe (dreijährig)
- Wirtschaftsfachschule (mindestens zweijährig)
- Fachschulen für land- und forstwirtschaftliche Berufe (mindestens zweijährig)
- Handelsschulen (dreijährig)

Neu entstehende Lehrberufe in ähnlichen Fachrichtungen sind entsprechend anzuerkennen.

Der **Personenkreis unter Ziffer 3. und 4.** muss als Eingangsvoraussetzung bis zu Beginn des dritten Semesters **Zusatzprüfungen** absolvieren und falls erforderlich entsprechende Vorbereitungslehrgänge belegen. Dies ist an der FH Kufstein möglich.

Folgende Zusatzprüfungen sind für diesen Personenkreis erforderlich:

- Deutsch
- Englisch
- Mathematik