



Digital Business B.Sc.

Modulhandbuch

Datum: 1. November 2025

Version 1.01

Qualifikationsziele.....	4
Studiengangskonzept.....	5
Lehr- und Lernmethoden.....	5
Prüfungskonzept für den Studiengang Digital Business M.Sc.	6
Fachgebiete und Module	8
Methoden und Kompetenzen.....	8
Wissenschaftliches Arbeiten 1	8
Statistik und Mathematik: Daten, Formeln, Methoden	10
Kultur, Führungsverständnis, Handlungen.....	12
Wissenschaftliches Arbeiten 2	14
Unternehmensführung und Management.....	16
Systemorientierte BWL: Business- und Managementmodelle	16
Volkswirtschaftslehre	18
Strukturen und Prozesse.....	20
Operations- und Production Management	22
Personalmanagement, Arbeitsrecht.....	24
Projekte und Innovationen	26
Unternehmen strategisch und marktorientiert managen	28
Finanz- und Rechnungswesen, Controlling	30
Value: Financial Basics	30
Financial Accounting und Controlling.....	32
Übungen zu Accounting und Controlling.....	34
Finanzierung, Investition, Value Management	36
Marketing und Vertrieb	38
Marketing- und Vertriebsmanagement.....	38
Empirische Sozialforschung	40
Wirtschaftsrecht und Digitalisierung	42
Grundlagen des Wirtschaftsrechts.....	42
Handels- und Gesellschaftsrecht	44
Large Language Anwendungen	46
Statistik und Mathematik in der praktischen Anwendung.....	48
Steuerrecht und Internationales Recht.....	50
Kommunikation, Medien und Präsentation	52
Audio und Video in Medien	52
Kommunikation, Verhandlungsführung, Moderation	54
Visualisierung und Auftritt in Medien	56
Wahlpflicht – Vertiefung Unternehmensführung u. Management.....	58
Change-Management: Strategien und Methoden zur erfolgreichen Umsetzung von Veränderungsprozessen in Unternehmen.....	58
Agiles Management & Design Thinking: Anwendung agiler Methoden zur Problemlösung und Innovationsförderung	60

Internationale Unternehmensführung: Managementstrategien für global agierende Unternehmen	62
Corporate Social Responsibility & Nachhaltigkeit: Nachhaltigkeitsstrategien für Unternehmen und soziale Verantwortung	64
Auswahl und Integration von Software.....	66
Risikomanagement & Unternehmensbewertung: Bewertung finanzieller Risiken und Unternehmenswertanalysen	68
Financial Modeling & Data Analytics: Einsatz von Datenanalyse-Tools für Finanzprognosen und Controlling	70
Steueroptimierung für Unternehmen: Nationale und internationale Steuerstrategien für Unternehmen.....	72
Blockchain & Kryptowährungen: Grundlagen digitaler Finanzsysteme und deren betriebswirtschaftliche Relevanz	74
Wahlpflicht – Vertiefung Marketing & Vertrieb	76
E-Commerce & Online-Marketing: Digitale Marketingstrategien und Geschäftsmodelle im Online-Handel	76
Neuromarketing & Konsumentenverhalten: Psychologische Einflussfaktoren auf Kaufentscheidungen und Markenerfolg	78
Public Relations & Branding: Aufbau und Pflege einer starken Unternehmensmarke.....	80
Social Media Management: Strategien für digitale Kommunikation und Community-Building.....	82
Wahlpflicht – Vertiefung Wirtschaftsrecht & Digitalisierung	84
Wettbewerbsrecht & Markenrecht: Schutz geistigen Eigentums und rechtliche Aspekte des Wettbewerbs	84
IT-Recht & Datenschutz: DSGVO, Datenschutzstrategien und rechtliche Rahmenbedingungen digitaler Geschäftsmodelle	86
Künstliche Intelligenz in der Wirtschaft: Einsatz und Regulierung von KI in Unternehmen	88
Cybersecurity & Compliance: Schutz vor Cyberrisiken und rechtliche Vorgaben für Unternehmen	90
Legal Tech und E-Government	92
Legal Tech und Compliance	94
Deutsches Zivilrecht I	96
Deutsches Zivilrecht II	98
Deutsches Insolvenzrecht	100
Deutsches Wirtschaftsstrafrecht I	102
Deutsches Wirtschaftsstrafrecht II	104
Deutsches Arbeitsrecht I	106
Deutsches Arbeitsrecht II	108
Deutsches Verwaltungsrecht Grundlagen.....	110
Deutsches Verwaltungsrecht Vergaberecht.....	112
Wahlpflicht – Vertiefung Kommunikation, Medien & Präsentation.....	114
Storytelling & Content Creation: Entwicklung überzeugender Inhalte für unterschiedliche Medienformate	114
Rhetorik & Verhandlungstechniken: Techniken zur erfolgreichen Gesprächsführung und Argumentation	116
Visuelle Kommunikation & Grafikdesign: Grundlagen der Gestaltung für digitale und analoge Medien....	118
Film- und Videoproduktion: Praxisorientierte Einführung in Unternehmensvideos, Werbung und audiovisuelle Medien.....	120
Wahlpflicht – Vertiefung Methoden & Datenanalyse	122

Big Data & Business Intelligence: Analyse großer Datenmengen zur Entscheidungsfindung in Unternehmen	122
Machine Learning & Automatisierung: Grundlagen maschinellen Lernens für betriebswirtschaftliche Anwendungen	124
Kundenanalyse & Marktforschung: Empirische Methoden zur Erhebung und Auswertung von Kundendaten	126
Mathematische Optimierung in der BWL: Anwendung quantitativer Modelle zur Optimierung von Geschäftsprozessen	128
Praxis	130
Praxismodul mit Praxisbericht	130
Bachelor-Thesis	131
BachelorThesis	131

Qualifikationsziele

Die Absolventinnen und Absolventen sind in der Lage, die in ihrer Arbeitswelt auftretenden Herausforderungen der digitalen Transformation zu analysieren, technologische, ökonomische und organisatorische Fragestellungen ganzheitlich zu bewerten und methodisch fundierte Lösungen zu entwickeln. Sie verstehen die grundlegenden technischen, betriebswirtschaftlichen und kreativen Prinzipien bei der Entwicklung und Steuerung digitaler Geschäftsmodelle, datenbasierter Anwendungen und KI-gestützter Prozesse.

Zudem können die Absolventinnen und Absolventen relevante Fachquellen in wirtschaftlichen, technologischen und rechtlichen Bereichen identifizieren, kritisch interpretieren und wissenschaftlich fundiert für ihre berufliche Tätigkeit und für anwendungsorientierte Forschung nutzen.

Durch die systematische Steigerung ihrer Analyse-, Kritik- und Diskursfähigkeit sind sie in der Lage, ethische, soziale und gesellschaftliche Konzepte im Kontext der Digitalisierung zu hinterfragen und verantwortungsvoll weiterzuentwickeln.

Die Absolventinnen und Absolventen verfügen über fundierte Kenntnisse aus den folgenden Bereichen:

- Unternehmensführung und Management
 - Strategische Unternehmenssteuerung und -entwicklung
 - Organisations- und Prozessgestaltung
 - Personalmanagement und Führungsstrategien
 - Innovations- und Projektmanagement
- Finanz- und Rechnungswesen sowie Controlling
 - Unternehmensfinanzierung und Investitionsrechnung
 - Finanzbuchhaltung, Bilanzierung und Controlling
 - Steuerliche Rahmenbedingungen und Finanzstrategien
 - Risikomanagement und Finanzanalyse
- Marketing, Vertrieb und Marktforschung
 - Entwicklung und Umsetzung von Marketing- und Vertriebsstrategien
 - Markt- und Kundenanalysen, empirische Sozialforschung
 - Zielgruppenorientierung und Kommunikationsstrategien
- Wirtschaftsrecht und Digitalisierung
 - Wirtschafts-, Handels- und Gesellschaftsrecht
 - Datenschutz, IT- und Wettbewerbsrecht
 - Rechtliche Aspekte digitaler Geschäftsmodelle
 - Einsatz digitaler Technologien und Künstlicher Intelligenz
- Kommunikation, Medien und Präsentation
 - Professionelle Präsentations- und Moderationstechniken
 - Mediengestützte Unternehmenskommunikation
 - Visuelle und audiovisuelle Gestaltung
 - Rhetorik, Verhandlung und Storytelling
- Methodische und wissenschaftliche Grundlagen
 - Digital Business Methodik und wissenschaftliches Arbeiten
 - Statistik, Datenanalyse und empirische Forschung
 - Anwendung wissenschaftlicher Methoden in der Praxis
- Soziale Kompetenz
 - Team- und Projektarbeit
 - Kritisches und ethisches Denken

- Selbstständiges und lebenslanges Lernen

Die Absolventinnen und Absolventen können (Kompetenzen):

- wirtschaftliche, rechtliche und technologische Problemstellungen der digitalen Wirtschaft erkennen, analysieren und lösungsorientiert bearbeiten. Durch ihr Verständnis betriebswirtschaftlicher Grundlagen und digitaler Transformationsprozesse können sie Geschäftsmodelle und Unternehmensstrategien entwickeln, bewerten und in der Praxis umsetzen.
- die wesentlichen Instrumente des Finanz- und Rechnungswesens, des Marketings und des Controllings zur Steuerung betrieblicher Prozesse anwenden. Darüber hinaus verfügen sie über Kenntnisse im Wirtschaftsrecht, insbesondere in den Bereichen Handels-, Gesellschafts- und IT-Recht, Datenschutz und Compliance, und sind in der Lage, diese in einem digitalen Unternehmenskontext anzuwenden.
- digitale Technologien, datenbasierte Entscheidungsinstrumente und Analyseverfahren zielgerichtet einsetzen, um Geschäftsprozesse zu optimieren und innovative Lösungen zu entwickeln. Sie sind befähigt, Projekte eigenständig oder im Team zu planen, zu koordinieren und erfolgreich umzusetzen. Durch ihre Kommunikations-, Präsentations- und Medienkompetenzen sind sie in der Lage, Inhalte überzeugend darzustellen, Verhandlungen zu führen und multimediale Kommunikationsstrategien zu gestalten.
- wissenschaftliche Methoden auf praxisorientierte Fragestellungen anwenden und Forschungsergebnisse kritisch reflektieren. Ethische, soziale und nachhaltige Gesichtspunkte beziehen sie in ihre Entscheidungsprozesse mit ein. Darüber hinaus zeichnen sie sich durch Teamfähigkeit, Verantwortungsbewusstsein und interdisziplinäres Denken aus. Die Absolventinnen und Absolventen sind in der Lage, sich selbstständig neues Wissen anzueignen, sich kontinuierlich weiterzuentwickeln und ihr erworbenes Wissen verantwortungsvoll in der beruflichen Praxis einzusetzen.

Studiengangskonzept

Das Studienkonzept des Bachelorstudiengangs Digital Business (B.Sc.) an der Mediadesign Hochschule für Design und Informatik ist anwendungsorientiert gestaltet und verbindet wissenschaftliche Grundlagen mit praxisbezogenen Inhalten. Es berücksichtigt die berufspraktischen Vorkenntnisse der Studierenden sowie ihre parallele Berufstätigkeit und integriert diese systematisch in das Studium. Der kontinuierliche Theorie-Praxis-Transfer wird durch den Einsatz hochschuldidaktisch gestalteter Lehr- und Lernformen sowie digitaler Medien unterstützt. Diese Verzahnung von Theorie und Praxis dient der nachhaltigen Entwicklung berufsbezogener Handlungskompetenz.

Das Studium bereitet die Studierenden auf Tätigkeiten in einem zunehmend digitalen, technologiegeprägten und dynamischen Wirtschaftsumfeld vor. Es vermittelt die erforderlichen fachlichen Kenntnisse, methodischen und sozialen Kompetenzen, um wirtschaftliche, rechtliche und technologische Fragestellungen eigenständig zu analysieren, zu bewerten und praxisorientiert zu lösen.

Im Mittelpunkt steht die integrative Anwendung wissenschaftlicher Methoden der Betriebswirtschaftslehre und der digitalen Ökonomie, die Förderung analytischen und kritischen Denkens sowie die Befähigung zu verantwortungsbewusstem Handeln in einem gesellschaftlich, ökologisch und ethisch reflektierten Kontext.

Die Anwendung wissenschaftlicher Erkenntnisse und Methoden sowie die Reflexion ihrer wirtschaftlichen, sozialen und technologischen Auswirkungen sind integrale Bestandteile des Studiums. Durch diese Verbindung aus wissenschaftlicher Fundierung, praktischer Anwendungsorientierung und digitaler Kompetenz werden die Studierenden auf anspruchsvolle Tätigkeiten in Wirtschaft, Verwaltung und Gesellschaft vorbereitet und erwerben die Fähigkeit zu lebenslangem Lernen und kontinuierlicher beruflicher Weiterentwicklung.

Lehr- und Lernmethoden

Der Lehrvortrag vermittelt einen Überblick über die Grundlagen des jeweiligen Moduls.

Die Übungen dienen der Anwendung und Umsetzung dieser Inhalte.

Zur Anwendung kommt die Lernplattform „TakeLaw“. Die Zusammenarbeit der Studierenden in Lerngruppen ermöglicht den Studierenden über ihre eigenen Argumentationen hinaus Übungsfälle aus dem TakeLaw-Exam-Bereich zu lösen und die eigenen Lösungsideen kritisch mit Lösungsansätzen anderer Studierenden zu diskutieren.

Die Lernstrukturen in TakeLaw-Memorize bieten den Studierenden die Möglichkeit, die in den Modulen behandelten Inhalte in einer abgewandelten Form des Karteikartenlernens als Faktenwissen zu festigen.

Die komplexen Übungen in Form von Übungsklausuren dienen den Studierenden als Vorbereitung auf die anstehenden Prüfungen unter prüfungsähnlichen Bedingungen Beispielsfälle zu lösen.

Verwendung der TakeLaw-Create Funktion zum Erstellen von logikbasierten deterministischen Entscheidungsstrukturen. Diskussionsmöglichkeit der Entwürfe über die TakeLaw-Funktion Vote unter Beiziehung probabilistischer Methoden von Arbeitsgruppen der Studierenden, Literatur oder KI-Werkzeugen.

Die Wiederholung der Vorlesungen wird über Downloadmöglichkeiten von Texten bzw. Audio-Dateien angeboten (TakeLaw-Audio).

Über Online-Klausurenkurse werden auch komplexe Übungen angeboten, die den Studierenden Gelegenheit bieten, das Erlernte intensiv anzuwenden. Die Teilnahme an den komplexen Übungen ist freiwillig.

Als besonders wichtig wird die persönliche Betreuung erachtet. Die Dozenten und Dozentinnen stehen zu 60% der Lehrleistung für den direkten Kontakt zur Verfügung, um nach dem Inverted-Classroom-Konzept persönliche Unterstützung zu leisten.

Prüfungskonzept für den Studiengang Digital Business M.Sc.

Alle Prüfungen in diesem Studiengang werden digital auf der Lernplattform durchgeführt. Dabei werden die Prüfungsabgaben jeweils von der zu prüfenden Person selbständig erstellt und hochgeladen.

Der Einsatz von Prüfungen, die zwei Prüfungsformen kombinieren, deren Anteil aber den Umfang einer Gesamtprüfung nicht überschreiten sollen und deren Prüfungsteile sich sinnhaft ergänzen, sind ein wesentliches Merkmal der Modulprüfungen in diesem Studiengang. Sie bilden die Grundlage einer kompetenzorientierten Bewertung.

Diese kompetenzorientierte Bewertung lässt sich durch mehrere zentrale didaktische Prinzipien rechtfertigen:

- **Fokus auf Kompetenzdemonstration:** Kombinierte Prüfungen richten sich direkt auf den Kern des kompetenzorientierten Lernens, indem sie von den Studierenden verlangen, ihre Fähigkeit zur Anwendung von Wissen und Fertigkeiten in authentischen Kontexten zu demonstrieren. Damit wird erfasst, was Studierende tatsächlich können.
- **Förderung von Selbstreflexion und selbstreguliertem Lernen:** Der Prozess der Auswahl von Artefakten und des Erstellens reflektierender Aussagen regt die Studierenden dazu an, ihr eigenes Lernen kritisch zu bewerten. Dies fördert metakognitive Fähigkeiten und unterstützt selbstreguliertes Lernen, da die Studierenden sich ihrer Stärken, Schwächen und Lernprozesse bewusster werden.
- **Übereinstimmung mit dem Konstruktiven Alignment:** Kombinierte Prüfungen können effektiv mit den Prinzipien des konstruktiven Alignments in Einklang gebracht werden. Die Lernaktivitäten innerhalb des Moduls sollten den Studierenden Gelegenheiten bieten, die Kompetenzen zu entwickeln, die in der kombinierten Prüfung bewertet werden. Der Inhalt der kombinierten Prüfung und die Bewertungskriterien sind dann direkt mit diesen Lernzielen und Aktivitäten verknüpft, wodurch ein kohärentes Lernerlebnis entsteht.
- **Authentizität und Praxisbezug:** Übungsaufgaben können auf Sachverhalten abstellen, die reale Aufgaben und Probleme widerspiegeln, wodurch die Authentizität der Bewertung erhöht wird. Dies hilft den Studierenden, die Relevanz ihres Lernens für die zukünftige berufliche Praxis zu erkennen, und steigert ihre Motivation.
- **Bewertung einer breiteren Palette von Kompetenzen:** Kombinierte Prüfungen eignen sich gut zur Beurteilung nicht nur von fachspezifischem Wissen und Fähigkeiten, sondern auch von interdisziplinären,

sozialen und persönlichen Kompetenzen wie Reflexion, Kommunikation und Selbstmanagement. Die Fähigkeit zur Begründung von fachlichen Entscheidungen steht im Vordergrund.

- **Aussagefähigkeit von Content bezogenen Prüfungsformen in Zeiten generativer KI:** Mit tradierten Prüfungsformen, wie der schriftlichen Seminar- oder Hausarbeit, stehen den Prüfer:Innen aktuell keine ausreichenden Mittel zu Verfügung, den Einfluss bzw. die Gewichtung des Einsatzes von generativen KI-Werkzeugen in der Prüfungsleistung differenziert zu bewerten.

Modulprüfungen führen verschiedene Kompetenzerfassungen zusammen. So wird faktisches und methodisches Wissen mit praktischen Kompetenzen und/oder der Befähigung zur Präsentation der eigenen fachlichen Problemlösung zusammengeführt. Prüfungen, in denen das angewandt wird, zeichnen sich durch folgende Anforderungen/Lernziele aus:

Prüfungsart	Prüfungsteil 1	Prüfungsteil 2	Didaktischer Zweck
Sc/Mü	schriftlich	mündlich	<p>Mit der Ausarbeitung einer Problemlösung, die schriftlich in Form einer Klausur entsteht, wird die Befähigung zur Analyse einer Problemstellung und darauf aufbauend der Entwurf von Lösungsansätzen, deren argumentative Begründung sowie die Herleitung von angemessenen Schlüssen geprüft. Die Begründung umfasst die möglichst vollständige und hierarchisch geordneten Erfassung von Erwägungen, die in einer argumentativen Abwägung in Betracht kommen einerseits und deren differenzierte Bewertung andererseits.</p> <p>Im zweiten Prüfungsteil gibt die:der zu Prüfende ein qualifiziertes Statement zu seiner:ihrer schriftlich erbrachten Prüfungsleistung ab.</p> <p>Die eigenen bzw. gewonnenen Erkenntnisse in einer kurzen mündlichen Form darzulegen, zeigt die Befähigung zur Anwendung erlernten Wissens sowie die Reflektionsfähigkeit der Studierenden, die Ergebnisse hinsichtlich Korrektheit und diskursiven Konsensfähigkeit für einen Anwendungszweck zu bewerten.</p> <p>Der Anteil des schriftlichen Teils beträgt 90 Minuten, der des mündlichen Teils 10 Minuten.</p> <p>Beide Prüfungsteile werden digital erstellt und von der zu prüfenden Person in die Lernplattform hochgeladen.</p>
Sc	Bachelorthesis		<p>Mit der Ausarbeitung einer Thematik in schriftlicher Form als Bachelorthesis werden die Kompetenzen Wissen und wissenschaftliches Arbeiten in einer komplexen Weise erfasst. Die Befähigung zur Analyse und darauf aufbauend der Darstellung von Lösungsansätzen mit hoher Begründungsintensität sowie der Herleitung von angemessenen Schlüssen werden gleichzeitig geprüft.</p>

Fachgebiete und Module

Fachgebiet	Methoden und Kompetenzen	DBB 1
Modul	Wissenschaftliches Arbeiten 1	DBB 1.4

Verantwortliche/r	
Häufigkeit	Zweimal im akademischen Jahr
Verwendbarkeit	In allen Studiengängen der Hochschule
ECTS-Punkte	5
Gesamtworkload (h)	130
Lehrzeit (h)	40 z. B. 16 Tage á 2,5 Stunden
Lernzeit (h)	90
Studiensemester	7
Voraussetzungen	keine
Lehr- und Lernformen	60% Online-Seminar, 40% Online-Vorlesung, Online-Übung
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	
Prüfungsform	Schriftlich/mündlich Hausarbeit (mind. 12 Seiten) und mündlich (10 Minuten)
Prüfungsleistung	Undifferenziert

Lernergebnisse und Kompetenzen	<p>Die Studierenden:</p> <ul style="list-style-type: none"> kennen grundlegende Standards wissenschaftlichen Arbeitens in der BWL und im Digital Business. verstehen Aufbau und Anforderungen wissenschaftlicher Texte. kennen gängige Recherchemethoden, Zitationsstandards (APA/Harvard), Quellenarten und Datenbanken. können wissenschaftliche Fragestellungen präzise formulieren und operationalisieren. können Literatur effektiv recherchieren, analysieren und systematisch aufbereiten. wenden korrekt Zitations- und Dokumentationsregeln an. erstellen kleinere wissenschaftliche Texte (Exposé, Literaturreview, Konzeptpapier).
--------------------------------	--

	<ul style="list-style-type: none"> ▪ können Daten und Informationen kritisch bewerten (Fake News, Digital Bias, KI-Quellen) <p>beherrschen die rationale Begründung auf mathematisch-logischer Grundlage</p>
Inhalte	<p>Das Modul behandelt die Grundlagen wissenschaftlichen Arbeitens im Kontext von BWL und Digital Business. Es umfasst den Aufbau wissenschaftlicher Texte, Methoden der Themenfindung sowie die präzise Formulierung und Operationalisierung von Fragestellungen. Vermittelt werden Recherchetechniken in wissenschaftlichen Datenbanken, der Umgang mit unterschiedlichen Quellenarten sowie die Anwendung von Zitier- und Dokumentationsstandards wie APA oder Harvard. Weitere Inhalte sind das kritische Bewerten von Informationen – insbesondere digitaler Inhalte, Datenquellen und KI-basierten Materialien – sowie das Erstellen kleiner wissenschaftlicher Arbeiten wie Exposés, Literaturreviews und Konzeptpapieren. Ergänzend werden Grundprinzipien der logisch-mathematischen Argumentation behandelt, um wissenschaftliche Aussagen methodisch fundiert zu begründen.</p>
Literatur	<p>Pflichtlektüre: keine</p> <p>Zusätzlich empfohlene Literatur:</p> <p>Mandy B. Kornmeier, Wissenschaftlich schreiben leicht gemacht. Für Bachelor, Master und Dissertation, 9. Auflage, 2023, UTB, München</p> <p>Hans-Joachim Bänisch / Antje Alewell, Wissenschaftliches Arbeiten in den Wirtschaftswissenschaften, 10. Auflage, 2021, Vahlen, München</p> <p>Mark Saunders / Philip Lewis / Adrian Thornhill, Research Methods for Business Students, 8. Auflage, 2019, Pearson, Harlow</p> <p>Uwe Flick, Qualitative Sozialforschung. Eine Einführung, 9. Auflage, 2018, Rowohlt, Reinbek</p> <p>Alan Bryman / Emma Bell, Business Research Methods, 5. Auflage, 2023, Oxford University Press, Oxford</p>

Fachgebiet	Methoden und Kompetenzen	DBB 1
Modul	Statistik und Mathematik: Daten, Formeln, Methoden	DBB 1.2

Verantwortliche/r		
Häufigkeit	Einmal im akademischen Jahr	
Verwendbarkeit	Nur in diesem Studiengang	
ECTS-Punkte	10	
Gesamtworkload (h)	260	
Lehrzeit (h)	80	z. B. 16 Tage á 5 Stunden
Lernzeit (h)	180	
Studiensemester	2	
Voraussetzungen	keine	
Lehr- und Lernformen	60% Online-Seminar, 40% Online-Vorlesung, Online-Übung	
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten		
Prüfungsform	Schriftlich (Klausur, 90 Minuten) / mündlich, 10 Minuten zzgl. Zeit für technische Bearbeitung und Upload	
Prüfungsleistung	Differenziert (mindestens die Note 4,0)	

Lernergebnisse und Kompetenzen	<p>Die Studierenden können:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ mathematische und statistische Verfahren zur Erhebung, Aufbereitung und Analyse wirtschaftlicher Daten anwenden, ▪ Wahrscheinlichkeiten, statistische Kennzahlen und Hypothesentests korrekt berechnen und interpretieren, ▪ quantitative Modelle zur Entscheidungsunterstützung in betriebswirtschaftlichen Fragestellungen einsetzen, ▪ einfache Machine-Learning-Methoden (z. B. Regressionsmodelle, Klassifikation) verstehen und anwenden, ▪ bei der Datenauswertung Aspekte von Datenethik, Datenschutz und Governance berücksichtigen.
Inhalte	Dieses Modul vermittelt die mathematischen und statistischen Grundlagen zur Analyse wirtschaftlicher Daten. Behandelt werden Datenaufbereitung, Wahrscheinlichkeitsrechnung, deskriptive und induktive Statistik sowie grundlegende

	Rechen- und Analyseverfahren für betriebliche Anwendungen. Die Studierenden lernen, quantitative Methoden zur Entscheidungsunterstützung einzusetzen und einfache Machine-Learning-Ansätze zu verstehen. Ergänzend werden Aspekte der Datenqualität, Governance und des Datenschutzes thematisiert, um analytische Methoden verantwortungsbewusst anzuwenden.
Literatur	<p>Pflichtlektüre: keine</p> <p>Zusätzlich empfohlene Literatur:</p> <p>Ludwig Fahrmeir / Rita Künstler / Iris Mara Plötzner / Gerhard Tutz, Statistik – Der Weg zur Datenanalyse, 8. Auflage, 2016, Springer, Berlin</p> <p>Christian Heumann / Michael Schomaker / Shalabh, Einführung in die Statistik mit R, 3. Auflage, 2016, Springer, Berlin</p> <p>Klaus Backhaus / Bernd Erichson / Wulff Plinke / Rolf Weiber, Multivariate Analysemethoden, 9. Auflage, 2018, Springer Gabler, Wiesbaden</p> <p>Knut Sydsaeter / Peter Hammond / Arne Strom / Andrés Carvajal, Mathematik für Wirtschaftswissenschaftler (dt. Ausgabe), 5. Auflage, 2012, Pearson, München</p>

Fachgebiet	Methoden und Kompetenzen	DBB 1
Modul	Kultur, Führungsverständnis, Handlungen	DBB 1.3

Verantwortliche/r		
Häufigkeit	Einmal im akademischen Jahr	
Verwendbarkeit	Nur in diesem Studiengang	
ECTS-Punkte	5	
Gesamtworkload (h)	130	
Lehrzeit (h)	40	z.B. 16 Tage á 2,5 Stunden
Lernzeit (Std.)	90	
Studiensemester	4	
Voraussetzungen	keine	
Lehr- und Lernformen	60% Online-Seminar, 40% Online-Vorlesung, Online-Übung	
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten		
Prüfungsform	Schriftlich (Klausur, 90 Minuten) / mündlich, 10 Minuten zzgl. Zeit für technische Bearbeitung und Upload	
Prüfungsleistung	Undifferenziert	

Lernergebnisse und Kompetenzen	<p>Die Studierenden können:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Führungsverhalten im Kontext von Unternehmenskultur, Werten und Ethik reflektieren und verantwortungsvoll gestalten, ▪ kulturelle und gesellschaftliche Faktoren in Führungsentscheidungen einbeziehen, ▪ Prinzipien wertorientierter und nachhaltiger Unternehmensführung umsetzen, ▪ ethische Herausforderungen in digitalen und KI-gestützten Arbeitsumfeldern kritisch bewerten.
Inhalte	<p>Das Modul beleuchtet die Zusammenhänge zwischen Unternehmenskultur, ethischem Führungsverhalten und verantwortungsbewusstem Management. Studierende reflektieren unterschiedliche Führungsstile, entwickeln ein Verständnis für wertorientierte Unternehmensführung und lernen, kulturelle sowie gesellschaftliche Aspekte in Führungsentscheidungen einzubeziehen. Ein besonderer Fokus liegt auf</p>

	ethischen Fragen und Governance-Prinzipien im Umgang mit digitalen Technologien und KI-basierten Anwendungen.
Literatur	<p>Pflichtlektüre: keine</p> <p>Zusätzlich empfohlene Literatur:</p> <p>Christian Abegglen / Knut Bleicher, Das Konzept Integriertes Management. Visionen – Missionen – Programme, 10. Auflage, 2021, Campus, Frankfurt a. M.</p> <p>Edgar H. Schein / Peter A. Schein, Organisationskultur und Leadership, 6. Auflage (dt. Ausgabe), 2021, Schäffer-Poeschel, Stuttgart</p> <p>Geert Hofstede / Gert Jan Hofstede / Michael Minkov, Lokales Denken, globales Handeln. Interkulturelle Zusammenarbeit und globales Management, 6. Auflage, 2017, DTV, München</p> <p>Eberhard Witte / Fredmund Malik (Hrsg.), Führung, Organisation, Unternehmenskultur, 2. Auflage, 2013, Haupt, Bern</p> <p>Heinz Schuler / Klaus Moser / Uwe Kanning, Grundlagen der Führung, 2. Auflage, 2014, Hogrefe, Göttingen</p>

Fachgebiet	Methoden und Kompetenzen	DBB 1
Modul	Wissenschaftliches Arbeiten 2	DBB 1.4

Verantwortliche/r		
Häufigkeit	Zweimal im akademischen Jahr	
Verwendbarkeit	Nur in diesem Studiengang	
ECTS-Punkte	5	
Gesamtworkload (h)	130	
Lehrzeit (h)	40	z. B. 16 Tage á 2,5 Stunden
Lernzeit (h)	90	Praktikumsarbeit
Studiensemester	7	
Voraussetzungen	keine	
Lehr- und Lernformen	60% Online-Seminar, 40% Online-Vorlesung, Online-Übung	
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten		
Prüfungsform	Schriftlich/Mündlich (Sc./Mü) Hausarbeit (mind. 12 Seiten) und mündlich (10 Minuten)	
Prüfungsleistung	Differenziert (mindestens die Note 4,0)	

Lernergebnisse und Kompetenzen	<p>Die Studierenden kennen und verstehen einen Unternehmens- oder Verwaltungsablauf und identifizieren wirtschaftsrechtliche Problemfelder, die durch rechtliche Gestaltungen verbessert oder gelöst werden können. Sie erarbeiten einen ersten Vorschlag einer rechtlichen Gestaltung zur Lösung des identifizierten Problemfeldes.</p> <p>Sie sind überdies in der Lage, wissenschaftlich zu arbeiten. Sie kennen die Anforderungen wissenschaftliches Arbeiten und sind der Lage, diese Anforderungen in der Praxisarbeit umzusetzen. Dazu gehört der Umgang mit Literaturquellen und sonstigen Rechercheergebnissen und die Notwendigkeit der rationalen Begründung von Thesen innerhalb einer Entscheidungsbegründung.</p>
Inhalte	<p>Das Modul vermittelt grundlegende Kompetenzen des wissenschaftlichen Arbeitens. Behandelt werden der Aufbau wissenschaftlicher Texte, Recherche- und Zitiertechniken, der kritische Umgang mit Quellen sowie die Formulierung von Forschungsfragen und Argumentationsstrukturen. Die Studierenden lernen, Themen systematisch zu erschließen, Ergebnisse nachvollziehbar zu dokumentieren und</p>

	wissenschaftliche Standards in Haus- und Abschlussarbeiten sicher anzuwenden. Die Anwendung der Inhalte erfolgt in der Praxisarbeit als Hausarbeit.
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Verwendung der TakeLaw-Create Funktion zum Online-Erstellen von logikbasierten Rechtsstrukturen. Diskussionsmöglichkeit der Entwürfe über die TakeLaw-Funktion Vote.
Literatur	<p>Pflichtlektüre: keine</p> <p>Weiterführende Literatur:</p> <p>Theisen, Manuel René: <i>Wissenschaftliches Arbeiten – Technik, Methodik, Form</i>, 18. Auflage, Vahlen Verlag, München 2021.</p> <p>Kornmeier, Martin: <i>Wissenschaftlich schreiben leicht gemacht – Für Bachelor, Master und Dissertation</i>, 9. Auflage, Haupt Verlag, Bern 2023.</p> <p>Esselborn-Krumbiegel, Helga: <i>Von der Idee zum Text – Eine Anleitung zum wissenschaftlichen Schreiben</i>, 8. Auflage, UTB / A. Francke Verlag, Tübingen 2020.</p> <p>Andermann, Ulrich / Drees, Martina / Grätz, Monika: <i>Duden – Leitfaden für wissenschaftliches Arbeiten</i>, 9. Auflage, Dudenverlag, Berlin 2022.</p>

Fachgebiet	Unternehmensführung und Management	DBB 2
Modul	Systemorientierte BWL: Business- und Managementmodelle	DBB 2.1

Verantwortliche/r		
Häufigkeit	Einmal im akademischen Jahr	
Verwendbarkeit	Nur in diesem Studiengang	
ECTS-Punkte	5	
Gesamtworkload (h)	130	
Lehrzeit (h)	40	16 Tage á 2,5 Stunden
Lernzeit (h)	90	
Studiensemester	1	
Voraussetzungen	keine	
Lehr- und Lernformen	60% Online-Seminar, 40% Online-Vorlesung, Online-Übung	
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten		
Prüfungsform	Schriftlich (Klausur, 90 Minuten) / mündlich, 10 Minuten zzgl. Zeit für technische Bearbeitung und Upload	
Prüfungsleistung	Differenziert (mindestens die Note 4,0)	

Lernergebnisse und Kompetenzen	Die Studierenden können: <ul style="list-style-type: none"> ▪ betriebliche Strukturen und Prozesse als vernetzte Systeme erfassen und modellieren, ▪ betriebswirtschaftliche Modelle und Steuerungsinstrumente zur Analyse und Gestaltung von Unternehmensprozessen anwenden, ▪ unterschiedliche Managementansätze kritisch bewerten und für komplexe Unternehmenssituationen adaptieren, ▪ den Zusammenhang zwischen Strategie, Organisation und Marktumfeld systematisch herstellen.
Inhalte	Das Modul vermittelt die grundlegenden betriebswirtschaftlichen Konzepte und systemorientierten Zusammenhänge moderner Unternehmensführung. Studierende lernen, betriebliche Strukturen und Managementprozesse als vernetzte Systeme zu verstehen und mit Hilfe betriebswirtschaftlicher Modelle zu analysieren und zu gestalten. Dabei werden verschiedene Managementansätze, Organisationsformen und

	Steuerungsinstrumente vorgestellt, um Unternehmen in dynamischen, digitalen Märkten effektiv zu führen.
Literatur	<p>Pflichtlektüre: keine</p> <p>Zusätzlich empfohlene Literatur:</p> <p>Christian Abegglen / Knut Bleicher, Das Konzept Integriertes Management. Visionen – Missionen – Programme, 10. Auflage, 2021, Campus, Frankfurt a. M.</p> <p>Johannes Rüegg-Stürm / Simon Grand, Das St. Galler Management-Modell, 3. Auflage, 2015, Haupt, Bern</p> <p>Oliver Gassmann / Karolin Frankenberger / Michaela Csik, Geschäftsmodelle entwickeln. 55 innovative Konzepte mit dem St. Galler Business Model Navigator, 2. Auflage, 2017, Hanser, München</p> <p>Alexander Osterwalder / Yves Pigneur / Tim Clark, Business Model Generation. Ein Handbuch für Visionäre, Spielveränderer und Herausforderer, 6. Auflage, 2019, Campus, Frankfurt a. M.</p> <p>Bernd W. Wirtz, Business Model Management. Design – Instrumente – Erfolgsfaktoren, 3. Auflage, 2020, Springer Gabler, Wiesbaden</p>

Fachgebiet	Unternehmensführung und Management	DBB 2
Modul	Volkswirtschaftslehre	DBB 2.2

Verantwortliche/r		
Häufigkeit	Einmal im akademischen Jahr	
Verwendbarkeit	Nur in diesem Studiengang	
ECTS-Punkte	5	
Gesamtworkload (h)	130	
Lehrzeit (h)	40	z.B. 16 Tage á 2,5 Stunden
Lernzeit (Std.)	80	
Studiensemester	1	
Voraussetzungen	keine	
Lehr- und Lernformen	60% Online-Seminar, 40% Online-Vorlesung, Online-Übung	
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten		
Prüfungsform	Schriftlich (Klausur, 90 Minuten) / mündlich, 10 Minuten zzgl. Zeit für technische Bearbeitung und Upload	
Prüfungsleistung	Differenziert (mindestens die Note 4,0)	

Lernergebnisse und Kompetenzen	<p>Die Studierenden können:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ gesamtwirtschaftliche Zusammenhänge und Marktmechanismen (Angebot, Nachfrage, Wettbewerb) erklären und auf Unternehmensentscheidungen übertragen, ▪ ökonomische Trends, Konjunktur- und Globalisierungsentwicklungen kritisch analysieren, ▪ wirtschaftspolitische Instrumente und deren Wirkungen auf Märkte und Unternehmen bewerten, ▪ volkswirtschaftliche Erkenntnisse in strategische Unternehmensentscheidungen integrieren.
Inhalte	In diesem Modul werden die zentralen volkswirtschaftlichen Grundlagen vermittelt, die das wirtschaftliche Handeln von Unternehmen und Individuen im gesamtwirtschaftlichen Kontext bestimmen. Studierende erwerben ein Verständnis für Marktmechanismen, Angebot und Nachfrage, wirtschaftspolitische Instrumente sowie

	globale ökonomische Zusammenhänge. Das Modul legt den Fokus darauf, volkswirtschaftliche Entwicklungen und Trends kritisch zu analysieren und deren Bedeutung für Unternehmensentscheidungen zu bewerten.
Literatur	<p>Pflichtlektüre: keine</p> <p>Zusätzlich empfohlene Literatur:</p> <p>Olivier Blanchard / Gerhard Illing, Makroökonomie, 8. Auflage, 2021, Pearson, München</p> <p>Hal R. Varian, Grundzüge der Mikroökonomik, 10. Auflage, 2020, Oldenbourg, München</p> <p>Paul Krugman / Robin Wells / Kathryn Graddy, Volkswirtschaftslehre, 6. Auflage, 2020, Pearson, München</p> <p>Robert S. Pindyck / Daniel L. Rubinfeld, Mikroökonomie, 9. Auflage, 2018, Pearson, München</p>

Fachgebiet	Unternehmensführung und Management	DBB 2
Modul	Strukturen und Prozesse	DBB 2.3

Verantwortliche/r		
Häufigkeit	Einmal im akademischen Jahr	
Verwendbarkeit	Nur in diesem Studiengang	
ECTS-Punkte	5	
Gesamtworkload (h)	130	
Lehrzeit (h)	40	z.B. 16 Tage á 2,5 Stunden
Lernzeit (Std.)	90	
Studiensemester	2	
Voraussetzungen	keine	
Lehr- und Lernformen	60% Online-Seminar, 40% Online-Vorlesung, Online-Übung	
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten		
Prüfungsform	Schriftlich (Klausur, 90 Minuten) / mündlich, 10 Minuten zzgl. Zeit für technische Bearbeitung und Upload	
Prüfungsleistung	Differenziert (mindestens die Note 4,0)	

Lernergebnisse und Kompetenzen	Die Studierenden können: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Organisationsstrukturen und betriebliche Abläufe gestalten, analysieren und optimieren, ▪ agile Methoden (z. B. Scrum, Kanban) situativ einsetzen, um Projekte und Teams effektiv zu steuern, ▪ Kommunikations- und Konfliktmanagement gezielt zur Verbesserung von Zusammenarbeit und Veränderungsprozessen nutzen, ▪ Strukturen schaffen, die Flexibilität, Effizienz und Lernfähigkeit von Organisationen fördern.
Inhalte	Dieses Modul beschäftigt sich mit der Gestaltung und Optimierung organisatorischer Strukturen und Prozesse in Unternehmen. Studierende lernen, wie effiziente Abläufe geschaffen, Teamprozesse gestaltet und agile Arbeitsmethoden wie Scrum oder Kanban wirkungsvoll eingesetzt werden. Darüber hinaus werden Kommunikations- und

	Konfliktmanagementstrategien behandelt, um die Zusammenarbeit in Teams und Organisationen zu stärken und Veränderungsprozesse erfolgreich zu begleiten.
Literatur	<p>Pflichtlektüre: keine</p> <p>Zusätzlich empfohlene Literatur:</p> <p>Christian Abegglen / Knut Bleicher, Das Konzept Integriertes Management. Visionen – Missionen – Programme, 10. Auflage, 2021, Campus, Frankfurt a. M.</p> <p>Jan Mendling / Hajo A. Reijers / Wil van der Aalst, Fundamentals of Business Process Management (dt. Ausgabe: Grundlagen des Geschäftsprozessmanagements), 2. Auflage, 2019, Springer, Berlin</p> <p>Peter Nyhuis / Günter Schuh (Hrsg.), Produktivität in der Produktion: Prozesse, Strukturen, 2. Auflage, 2016, Springer Vieweg, Berlin</p> <p>Johann-Heinrich Zenkert / Armin Töpfer, Prozessmanagement. Strategien, Methoden, Umsetzung, 2. Auflage, 2017, Springer Gabler, Wiesbaden</p> <p>Johann H. Schmelzer / Wolfram Sesselmann, Geschäftsprozessmanagement in der Praxis, 9. Auflage, 2019, Hanser, München</p>

Fachgebiet	Unternehmensführung und Management	DBB 2
Modul	Operations- und Production Management	DBB 2.4

Verantwortliche/r		
Häufigkeit	Einmal im akademischen Jahr	
Verwendbarkeit	Nur in diesem Studiengang	
ECTS-Punkte	5	
Gesamtworkload (h)	130	
Lehrzeit (h)	40	z.B. 16 Tage á 2,5 Stunden
Lernzeit (Std.)	90	
Studiensemester	3	
Voraussetzungen	keine	
Lehr- und Lernformen	60% Online-Seminar, 40% Online-Vorlesung, Online-Übung	
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten		
Prüfungsform	Schriftlich (Klausur, 90 Minuten) / mündlich, 10 Minuten zzgl. Zeit für technische Bearbeitung und Upload	
Prüfungsleistung	Differenziert (mindestens die Note 4,0)	

Lernergebnisse und Kompetenzen	<p>Die Studierenden können:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Produktionssysteme planen, steuern und optimieren, um Effizienz und Qualität zu sichern, ▪ klassische und digitale Methoden des Produktions- und Prozessmanagements vergleichen und anwenden, ▪ Leistungsfähigkeit und Nachhaltigkeit von Produktionsprozessen anhand von Kennzahlen und Modellen bewerten, ▪ innovative Technologien zur Prozessautomatisierung und Effizienzsteigerung integrieren.
Inhalte	<p>Dieses Modul vermittelt die zentralen Prinzipien der Produktions- und Prozesssteuerung in Unternehmen. Studierende lernen, wie Produktionssysteme geplant, gesteuert und optimiert werden, um Effizienz, Qualität und Nachhaltigkeit sicherzustellen. Dabei werden sowohl klassische Produktionsmethoden als auch digitale und KI-gestützte Ansätze des Operations Managements behandelt. Ziel ist es,</p>

	die Leistungsfähigkeit betrieblicher Prozesse durch systematisches Management zu steigern.
Literatur	<p>Pflichtlektüre: keine</p> <p>Zusätzlich empfohlene Literatur:</p> <p>Nigel Slack / Alistair Brandon-Jones / Robert Johnston, Operations Management (dt. Ausgabe: Operations Management), 9. Auflage (dt.), 2022, Pearson, München</p> <p>Michael E. Porter / Harald Dyckhoff (Hrsg.), Wettbewerbsfähigkeit durch Produktionsmanagement, 2. Auflage, 2018, Springer Gabler, Wiesbaden</p> <p>Michael Günther / Horst Tempelmeier, Produktion und Logistik, 9. Auflage, 2019, Springer Gabler, Wiesbaden</p> <p>Karl-Heinrich Bichler / Ralf Elbert, Produktions- und Logistikmanagement, 3. Auflage, 2015, Pearson, München</p>

Fachgebiet	Unternehmensführung und Management	DBB 2
Modul	Personalmanagement, Arbeitsrecht	DBB 2.5

Verantwortliche/r		
Häufigkeit	Einmal im akademischen Jahr	
Verwendbarkeit	Nur in diesem Studiengang	
ECTS-Punkte	5	
Gesamtworkload (h)	130	
Lehrzeit (h)	40	z.B. 16 Tage á 2,5 Stunden
Lernzeit (Std.)	90	
Studiensemester	4	
Voraussetzungen	keine	
Lehr- und Lernformen	60% Online-Seminar, 40% Online-Vorlesung, Online-Übung	
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten		
Prüfungsform	Schriftlich (Klausur, 90 Minuten) / mündlich, 10 Minuten zzgl. Zeit für technische Bearbeitung und Upload	
Prüfungsleistung	Differenziert (mindestens die Note 4,0)	

Lernergebnisse und Kompetenzen	<p>Die Studierenden sind in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Personalstrategien zur Gewinnung, Entwicklung und Bindung von Mitarbeitenden zu gestalten, ▪ arbeitsrechtliche Rahmenbedingungen im betrieblichen Kontext sicher anzuwenden, ▪ Führungs- und Motivationsinstrumente gezielt einzusetzen, um Leistungsbereitschaft und Zufriedenheit zu fördern, ▪ ethische und rechtliche Fragen der Personalarbeit (z. B. Datenschutz, Diversität) zu reflektieren und umzusetzen.
Inhalte	<p>Das Modul kombiniert personalwirtschaftliche und arbeitsrechtliche Grundlagen. Studierende erwerben Kenntnisse zu Personalplanung, -entwicklung und -führung sowie zu den rechtlichen Rahmenbedingungen von Arbeitsverhältnissen. Themen wie Motivation, Mitarbeiterbindung, Arbeitsrecht, Datenschutz und ethische Führungsverantwortung stehen im Mittelpunkt. Ziel ist es, die Kompetenzen zur</p>

	Gestaltung einer modernen, rechtskonformen und menschenorientierten Personalarbeit zu entwickeln.
Literatur	<p>Pflichtlektüre: keine</p> <p>Zusätzlich empfohlene Literatur:</p> <p>Christian Scholz, Personalmanagement, 8. Auflage, 2014, Vahlen, München</p> <p>Eduard Gaugler / Wolfgang Weber / Walter Oechsler (Hrsg.), Handwörterbuch des Personalwesens, 3. Auflage, 2014, Schäffer-Poeschel, Stuttgart</p> <p>Wolfgang Däubler, Arbeitsrecht, 18. Auflage, 2023, Bund-Verlag, Frankfurt a. M.</p> <p>Stefan Süß / Daniela Eisele (Hrsg.), Personalmanagement. Theorien, Konzepte und Anwendungen, 2. Auflage, 2020, Springer Gabler, Wiesbaden</p>

Fachgebiet	Unternehmensführung und Management	DBB 2
Modul	Projekte und Innovationen	DBB 2.6

Verantwortliche/r		
Häufigkeit	Einmal im akademischen Jahr	
Verwendbarkeit	Nur in diesem Studiengang	
ECTS-Punkte	5	
Gesamtworkload (h)	130	
Lehrzeit (h)	40	z.B. 16 Tage á 2,5 Stunden
Lernzeit (Std.)	90	
Studiensemester	5	
Voraussetzungen	keine	
Lehr- und Lernformen	60% Online-Seminar, 40% Online-Vorlesung, Online-Übung	
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten		
Prüfungsform	Schriftlich (Klausur, 90 Minuten) / mündlich, 10 Minuten zzgl. Zeit für technische Bearbeitung und Upload	
Prüfungsleistung	Undifferenziert	

Lernergebnisse und Kompetenzen	<p>Die Studierenden können:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Innovationsprozesse systematisch initiieren, strukturieren und in marktfähige Lösungen überführen, ▪ klassische und agile Projektmanagementmethoden zur Planung, Steuerung und Kontrolle einsetzen, ▪ Projektziele, -risiken und -ressourcen effektiv koordinieren, ▪ innovationsfördernde Rahmenbedingungen im Unternehmen schaffen und Veränderungsprozesse aktiv begleiten.
Inhalte	<p>In diesem Modul stehen Innovationsprozesse und Projektmanagement im Zentrum. Studierende lernen, wie innovative Ideen systematisch entwickelt, bewertet und in marktfähige Lösungen überführt werden können. Sie erwerben Kenntnisse in der Planung, Steuerung und Umsetzung von Projekten unter Anwendung klassischer und agiler Methoden. Zudem werden ethische, organisatorische und strategische Aspekte</p>

	des Innovationsmanagements thematisiert, um Unternehmen zukunftsorientiert zu gestalten.
Literatur	<p>Pflichtlektüre: keine</p> <p>Zusätzlich empfohlene Literatur:</p> <p>Christian Abegglen, Unternehmen neu erfinden. Das Denk- und Arbeitsbuch gegen organisierten Stillstand, 2021, Frankfurter Allgemeine Buch, Frankfurt a. M.</p> <p>Roland Gareis / Lorenz Gareis, Projektmanagement, 8. Auflage, 2017, Springer, Berlin</p> <p>Dieter Patzak / Günter Rattay, Projektmanagement. Leitfaden für die Praxis, 7. Auflage, 2020, Linde, Wien</p> <p>Jürgen Hauschildt / Salomo Sören, Innovationsmanagement, 6. Auflage, 2016, Vahlen, München</p> <p>Joe Tidd / John Bessant, Innovationsmanagement (dt. Ausgabe), 6. Auflage, 2021, Vahlen, München</p>

Fachgebiet	Unternehmensführung und Management	DBB 2
Modul	Unternehmen strategisch und marktorientiert managen	DBB 2.7

Verantwortliche/r		
Häufigkeit	Einmal im akademischen Jahr	
Verwendbarkeit	Nur in diesem Studiengang	
ECTS-Punkte	5	
Gesamtworkload (h)	130	
Lehrzeit (h)	40	z.B. 16 Tage á 2,5 Stunden
Lernzeit (Std.)	90	
Studiensemester	5	
Voraussetzungen	keine	
Lehr- und Lernformen	60% Online-Seminar, 40% Online-Vorlesung, Online-Übung	
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten		
Prüfungsform	Schriftlich (Klausur, 90 Minuten) / mündlich, 10 Minuten zzgl. Zeit für technische Bearbeitung und Upload	
Prüfungsleistung	Differenziert (mindestens die Note 4,0)	

Lernergebnisse und Kompetenzen	<p>Die Studierenden sind in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Unternehmensstrategien zu entwickeln, umzusetzen und in dynamischen Märkten anzupassen, ▪ Markt- und Wettbewerbsanalysen durchzuführen und daraus strategische Handlungsoptionen abzuleiten, ▪ Marketing-, Vertriebs- und Digitalstrategien in die Gesamtunternehmenssteuerung zu integrieren, ▪ datenbasierte Entscheidungsmodelle für nachhaltiges und marktorientiertes Wachstum anzuwenden.
Inhalte	<p>Dieses Modul fokussiert auf die strategische Positionierung und marktorientierte Steuerung von Unternehmen. Studierende analysieren Wettbewerbsumfelder, entwickeln Wachstumsstrategien und lernen, Marketing- und Vertriebsstrategien in die Gesamtunternehmensstrategie zu integrieren. Dabei werden aktuelle Konzepte wie datenbasiertes Management, nachhaltige Wertschöpfung und digitale</p>

	Geschäftsmodelle behandelt. Ziel ist es, fundierte Managemententscheidungen zu treffen, die langfristige Unternehmensziele sichern.
Literatur	<p>Pflichtlektüre: keine</p> <p>Zusätzlich empfohlene Literatur:</p> <p>Christian Abegglen / Knut Bleicher, Das Konzept Integriertes Management. Visionen – Missionen – Programme, 10. Auflage, 2021, Campus, Frankfurt a. M.</p> <p>Michael E. Porter, Wettbewerbsstrategie. Methoden zur Analyse von Branchen und Konkurrenten, 13. Auflage, 2014, Campus, Frankfurt a. M.</p> <p>Richard Whittington / Gerry Johnson / Kevan Scholes, Strategisches Management (dt. Ausgabe: Exploring Strategy), 12. Auflage (dt.), 2021, Pearson, München</p> <p>Christian Homburg / Harley Krohmer, Marketingmanagement. Strategie – Instrumente – Umsetzung – Unternehmensführung, 7. Auflage, 2020, Springer Gabler, Wiesbaden</p> <p>Heribert Meffert / Christoph Burmann / Manfred Kirchgeorg, Marketing. Grundlagen marktorientierter Unternehmensführung, 13. Auflage, 2019, Springer Gabler, Wiesbaden</p> <p>W. Chan Kim / Renée Mauborgne, Der blaue Ozean als Strategie. Wie man neue Märkte schafft, wo es keine Konkurrenz gibt, 3. Auflage, 2016, Redline, München</p>

Fachgebiet	Finanz- und Rechnungswesen, Controlling	DBB 3
Modul	Value: Financial Basics	DBB 3.1

Verantwortliche/r		
Häufigkeit	Einmal im akademischen Jahr	
Verwendbarkeit	Nur in diesem Studiengang	
ECTS-Punkte	5	
Gesamtworkload (h)	130	
Lehrzeit (h)	40	z. B. 16 Tage á 2,5 Stunden
Lernzeit (h)	90	
Studiensemester	1	
Voraussetzungen	keine	
Lehr- und Lernformen	60% Online-Seminar, 40% Online-Vorlesung, Online-Übung	
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten		
Prüfungsform	Schriftlich (Klausur, 90 Minuten) / mündlich, 10 Minuten zzgl. Zeit für technische Bearbeitung und Upload	
Prüfungsleistung	Differenziert (mindestens die Note 4,0)	

Lernergebnisse und Kompetenzen	<p>Die Studierenden können:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ finanzwirtschaftliche Grundprinzipien und Zusammenhänge verstehen und auf betriebliche Entscheidungen anwenden, ▪ Liquidität, Rentabilität und Risiko betriebswirtschaftlich analysieren und bewerten, ▪ Instrumente der Finanzplanung, Investitionsrechnung und Unternehmensfinanzierung zielgerichtet einsetzen, ▪ finanzielle Kennzahlen interpretieren, um die wirtschaftliche Lage und strategische Handlungsoptionen von Unternehmen zu beurteilen, ▪ finanzielle Entscheidungsprozesse unter Berücksichtigung digitaler und nachhaltiger Wertschöpfungskriterien gestalten.
--------------------------------	--

Inhalte	<p>Das Modul vermittelt die grundlegenden Kenntnisse des Finanzwesens als Basis für betriebswirtschaftliche Entscheidungsprozesse. Behandelt werden zentrale finanzwirtschaftliche Begriffe, Zusammenhänge und Methoden der Unternehmensfinanzierung, Investitionsrechnung und Wertanalyse. Die Studierenden lernen, finanzielle Daten zu interpretieren, Cashflows zu bewerten und grundlegende Instrumente der Finanzplanung anzuwenden. Ein besonderer Fokus liegt auf der Bedeutung von Liquidität, Rentabilität und Risiko im Kontext digitaler Geschäftsmodelle.</p>
Literatur	<p>Pflichtlektüre: keine</p> <p>Zusätzlich empfohlene Literatur:</p> <p>Lutz Kruschwitz / Andreas Löffler, Investitionsrechnung, 13. Auflage, 2020, de Gruyter Oldenbourg, Berlin</p> <p>Rüdiger G. Pohl / Reinhard H. Schmidt (Hrsg.), Finanzmärkte und Unternehmensfinanzierung, 2. Auflage, 2016, Springer Gabler, Wiesbaden</p> <p>Jonathan Berk / Peter DeMarzo, Corporate Finance (dt. Ausgabe), 5. Auflage, 2020, Pearson, München</p> <p>Helmut Perridon / Manfred Steiner / Klaus Rathgeber, Finanzwirtschaft der Unternehmung, 17. Auflage, 2020, Vahlen, München</p>

Fachgebiet	Finanz- und Rechnungswesen, Controlling	DBB 3
Modul	Financial Accounting und Controlling	DBB 3.2

Verantwortliche/r		
Häufigkeit	Einmal im akademischen Jahr	
Verwendbarkeit	Nur in diesem Studiengang	
ECTS-Punkte	5	
Gesamtworkload (h)	130	
Lehrzeit (h)	40	z. B. 16 Tage á 2,5 Stunden
Lernzeit (h)	90	
Studiensemester	2	
Voraussetzungen	keine	
Lehr- und Lernformen	60% Online-Seminar, 40% Online-Vorlesung, Online-Übung	
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten		
Prüfungsform	Schriftlich (Klausur, 90 Minuten) / mündlich, 10 Minuten zzgl. Zeit für technische Bearbeitung und Upload	
Prüfungsleistung	Differenziert (mindestens die Note 4,0)	

Lernergebnisse und Kompetenzen	<p>Die Studierenden können:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Geschäftsvorfälle buchhalterisch erfassen und in Jahresabschlüssen (Bilanz, GuV) sachgerecht abbilden, ▪ zentrale Instrumente der Kostenrechnung, Budgetierung und Abweichungsanalyse anwenden, ▪ finanzielle Leistungsindikatoren zur Unternehmenssteuerung und Entscheidungsunterstützung nutzen, ▪ betriebswirtschaftliche Kennzahlen interpretieren, um Rentabilität, Effizienz und Wirtschaftlichkeit zu bewerten, ▪ finanzielle Berichterstattung transparent gestalten und auf Managementebene vermitteln.
Inhalte	Das Modul behandelt die zentralen Prinzipien der Finanzbuchhaltung und des internen Controllings. Die Studierenden lernen, Geschäftsvorfälle systematisch zu erfassen, Jahresabschlüsse zu analysieren und betriebswirtschaftliche Kennzahlen zur

	Steuerung von Unternehmen einzusetzen. Behandelt werden Bilanzierung, Gewinn- und Verlustrechnung, Kostenrechnung sowie Budget- und Abweichungsanalysen. Ziel ist es, die wirtschaftliche Lage eines Unternehmens transparent zu bewerten und Entscheidungen datenbasiert vorzubereiten.
Literatur	<p>Pflichtlektüre: keine</p> <p>Zusätzlich empfohlene Literatur:</p> <p>Adolf G. Coenenberg / Klaus H. Haller / Thomas M. Schultze, Jahresabschluss und Jahresabschlussanalyse, 24. Auflage, 2021, Schäffer-Poeschel, Stuttgart</p> <p>Bernhard Pellens / Thorsten Sellhorn / Joachim Gassen / Andreas Haller, Internationale Rechnungslegung, 11. Auflage, 2020, Schäffer-Poeschel, Stuttgart</p> <p>Jürgen Weber / Utz Schäffer, Einführung in das Controlling, 15. Auflage, 2021, Schäffer-Poeschel, Stuttgart</p> <p>Günter Wöhe / Ulrich Döring / Andreas Kußmaul, Grundzüge der Buchführung und Bilanztechnik, 15. Auflage, 2020, Vahlen, München</p>

Fachgebiet	Finanz- und Rechnungswesen, Controlling	DBB 3
Modul	Übungen zu Accounting und Controlling	DBB 3.3

Verantwortliche/r		
Häufigkeit	Einmal im akademischen Jahr	
Verwendbarkeit	Nur in diesem Studiengang	
ECTS-Punkte	5	
Gesamtworkload (h)	130	
Lehrzeit (h)	40	z. B. 16 Tage á 2,5 Stunden
Lernzeit (h)	90	
Studiensemester	2	
Voraussetzungen	keine	
Lehr- und Lernformen	60% Online-Seminar, 40% Online-Vorlesung, Online-Übung	
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten		
Prüfungsform	Schriftlich (Klausur, 90 Minuten) / mündlich, 10 Minuten zzgl. Zeit für technische Bearbeitung und Upload	
Prüfungsleistung	Differenziert (mindestens die Note 4,0)	

Lernergebnisse und Kompetenzen	<p>Die Studierenden sind in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Buchungs- und Controllingprozesse praktisch umzusetzen und finanzielle Daten eigenständig auszuwerten, ▪ Plan-Ist-Abweichungen zu analysieren und daraus Handlungsempfehlungen abzuleiten, ▪ Controllinginstrumente wie Break-even-Analysen, Deckungsbeitragsrechnungen und Kennzahlensysteme anzuwenden, ▪ Ergebnisse betriebswirtschaftlicher Auswertungen adressatengerecht aufzubereiten und zu präsentieren, ▪ theoretische Konzepte des Rechnungswesens sicher in praxisnahen Szenarien anzuwenden.
Inhalte	Dieses Modul dient der praktischen Anwendung und Vertiefung der im Bereich Accounting und Controlling erlernten Inhalte. Anhand praxisnaher Fallstudien und Übungsaufgaben werden Buchungsprozesse, Kostenrechnungen und

	Controllinginstrumente eigenständig umgesetzt. Die Studierenden lernen, Finanzdaten auszuwerten, Plan-Ist-Abweichungen zu analysieren und wirtschaftliche Handlungsempfehlungen abzuleiten und zu begründen. Der Fokus liegt auf der methodischen Sicherheit und der Übertragung theoretischer Kenntnisse in die betriebliche Praxis.
Literatur	<p>Pflichtlektüre: keine</p> <p>Zusätzlich empfohlene Literatur:</p> <p>Roland Gabriel / Klaus Daubenbüchel, Übungsbuch Kosten- und Leistungsrechnung, 10. Auflage, 2019, NWB, Herne</p> <p>Thomas Reichmann / Ralf Kabst (Hrsg.), Controlling: Fallstudien und Übungen, 3. Auflage, 2018, Schäffer-Poeschel, Stuttgart</p> <p>Utz Schäffer / Jürgen Weber / Joachim Deeg, Controlling – Arbeits- und Übungsbuch, 2. Auflage, 2017, Schäffer-Poeschel, Stuttgart</p> <p>Günter Wöhe / Ulrich Döring, Übungsbuch zur Buchführung und Bilanztechnik, 14. Auflage, 2018, Vahlen, München</p>

Fachgebiet	Finanz- und Rechnungswesen, Controlling	DBB 3
Modul	Finanzierung, Investition, Value Management	DBB 3.4

Verantwortliche/r		
Häufigkeit	Einmal im akademischen Jahr	
Verwendbarkeit	Nur in diesem Studiengang	
ECTS-Punkte	5	
Gesamtworkload (h)	130	
Lehrzeit (h)	40	z. B. 16 Tage á 2,5 Stunden
Lernzeit (h)	90	
Studiensemester	3	
Voraussetzungen	keine	
Lehr- und Lernformen	60% Online-Seminar, 40% Online-Vorlesung, Online-Übung	
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten		
Prüfungsform	Schriftlich (Klausur, 90 Minuten) / mündlich, 10 Minuten zzgl. Zeit für technische Bearbeitung und Upload	
Prüfungsleistung	Differenziert (mindestens die Note 4,0)	

Lernergebnisse und Kompetenzen	<p>Die Studierenden können:</p> <ul style="list-style-type: none"> Finanzierungsbedarfe analysieren und geeignete Finanzierungsinstrumente unter Berücksichtigung von Unternehmenszielen, Kapitalstruktur und Finanzierungskosten auswählen. Investitionsentscheidungen systematisch vorbereiten und treffen, indem sie gängige Verfahren der dynamischen und statischen Investitionsrechnung anwenden. Risikofaktoren von Investitions- und Finanzierungsentscheidungen beurteilen sowie grundlegende Sensitivitäts- und Szenarioanalysen durchführen. Unternehmenswerte bestimmen und unterschiedliche Bewertungsverfahren (insbesondere DCF-Ansätze und Multiplikatorenverfahren) sachgerecht einsetzen. Finanzstrategien entwickeln, die Rentabilitäts-, Liquiditäts- und Nachhaltigkeitsziele miteinander in Einklang bringen.
--------------------------------	--

	<ul style="list-style-type: none"> ▪ ESG-Kriterien und moderne datenbasierte Analysemethoden in grundlegender Weise in Finanz- und Investitionsentscheidungen integrieren. ▪ Finanz- und Investitionsentscheidungen adressatengerecht kommunizieren und deren Auswirkungen auf Wertschaffung, Risiko und nachhaltige Unternehmensentwicklung erläutern.
Inhalte	<p>Das Modul vermittelt die theoretischen Grundlagen und praktischen Methoden der Unternehmensfinanzierung und Investitionsplanung. Behandelt werden Kapitalbedarfsermittlung, Finanzierungsquellen, Investitionsentscheidungen, Risikoanalysen und Bewertungsverfahren. Die Studierenden lernen, Finanzstrategien zu entwickeln, Investitionsprojekte zu beurteilen und den Unternehmenswert unter Rentabilitäts- und Nachhaltigkeitsaspekten zu optimieren. Ergänzend wird auf moderne Ansätze wie ESG-Kriterien und datenbasierte Finanzanalysen eingegangen.</p>
Literatur	<p>Pflichtlektüre: keine</p> <p>Zusätzlich empfohlene Literatur:</p> <p>Martin Hachmeister / Torsten Wiese, Wertorientierte Unternehmenssteuerung, 6. Auflage, 2019, Schäffer-Poeschel, Stuttgart</p> <p>Tim Koller / Marc Goedhart / David Wessels, Valuation: Unternehmensbewertung und wertorientiertes Management (dt. Ausgabe), 7. Auflage, 2021, Wiley-VCH, Weinheim</p> <p>Aswath Damodaran, Investment Valuation (engl.), 3. Auflage, 2012, Wiley, Hoboken</p> <p>Helmut Perridon / Manfred Steiner / Klaus Rathgeber, Finanzwirtschaft der Unternehmung, 17. Auflage, 2020, Vahlen, München</p> <p>Lutz Kruschwitz / Andreas Löffler, Finanzierung, 6. Auflage, 2018, de Gruyter Oldenbourg, Berlin</p>

Fachgebiet	Marketing und Vertrieb	DBB 4
Modul	Marketing- und Vertriebsmanagement	DBB 4.1

Verantwortliche/r		
Häufigkeit	Einmal im akademischen Jahr	
Verwendbarkeit	Nur in diesem Studiengang	
ECTS-Punkte	5	
Gesamtworkload (h)	130	
Lehrzeit (h)	40	z. B. 16 Tage á 2,5 Stunden
Lernzeit (h)	90	
Studiensemester	3	
Voraussetzungen	keine	
Lehr- und Lernformen	60% Online-Seminar, 40% Online-Vorlesung, Online-Übung	
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten		
Prüfungsform	Schriftlich (Klausur, 90 Minuten) / mündlich, 10 Minuten zzgl. Zeit für technische Bearbeitung und Upload	
Prüfungsleistung	Differenziert (mindestens die Note 4,0)	

Lernergebnisse und Kompetenzen	<p>Die Studierenden können:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Markt- und Kundenbedürfnisse systematisch analysieren und daraus zielgerichtete Marketingstrategien entwickeln, ▪ Strategien zur Marktsegmentierung, Positionierung und Markenführung konzipieren und umsetzen, ▪ Vertriebsprozesse planen, steuern und mithilfe digitaler Tools optimieren, ▪ Instrumente der Produkt-, Preis-, Kommunikations- und Distributionspolitik gezielt einsetzen, ▪ datenbasierte Methoden zur Erfolgskontrolle von Marketingmaßnahmen anwenden, ▪ digitale Technologien und Plattformen in Marketing- und Vertriebsstrategien integrieren, ▪ marktorientierte Unternehmensentscheidungen treffen, die ökonomische und nachhaltige Zielsetzungen verbinden.
--------------------------------	--

Inhalte	<p>Das Modul behandelt die Grundlagen und strategischen Ansätze des modernen Marketing- und Vertriebsmanagements. Die Studierenden lernen, Markt- und Kundenbedürfnisse zu analysieren, Marketingstrategien zu entwickeln und Vertriebsprozesse zielgerichtet zu steuern. Thematisiert werden Marktsegmentierung, Positionierung, Produkt- und Preispolitik, Kommunikationsstrategien sowie der Aufbau langfristiger Kundenbeziehungen. Ein besonderer Schwerpunkt liegt auf der digitalen Transformation von Marketing und Vertrieb, der Nutzung datenbasierter Instrumente und der Integration moderner Technologien in den Kundenkontakt. Ziel ist es, ein umfassendes Verständnis für marktorientierte Unternehmensführung zu entwickeln.</p>
Literatur	<p>Pflichtlektüre: keine</p> <p>Zusätzlich empfohlene Literatur:</p> <p>Christian Homburg / Harley Krohmer, Marketingmanagement. Strategie – Instrumente – Umsetzung – Unternehmensführung, 7. Auflage, 2020, Springer Gabler, Wiesbaden</p> <p>Heribert Meffert / Christoph Burmann / Manfred Kirchgeorg, Marketing. Grundlagen marktorientierter Unternehmensführung, 13. Auflage, 2019, Springer Gabler, Wiesbaden</p> <p>Hermann Simon / Martin Fassnacht, Preismanagement. Strategie – Analyse – Entscheidung – Umsetzung, 6. Auflage, 2019, Springer Gabler, Wiesbaden</p> <p>Manfred Bruhn, Kommunikationspolitik. Systematischer Einsatz der Kommunikation für Unternehmen, 9. Auflage, 2019, Vahlen, München</p> <p>Christian Schmitz / Dirk Zupancic (Hrsg.), Sales Excellence: Vertriebsmanagement mit System, 9. Auflage, 2020, Springer Gabler, Wiesbaden</p> <p>Felix Beilharz, Online-Marketing: Strategien, Instrumente und Best Practices, 3. Auflage, 2020, Rheinwerk, Bonn</p>

Fachgebiet	Marketing und Vertrieb	DBB 4
Modul	Empirische Sozialforschung	DBB 4.2

Verantwortliche/r		
Häufigkeit	Einmal im akademischen Jahr	
Verwendbarkeit	Nur in diesem Studiengang	
ECTS-Punkte	5	
Gesamtworkload (h)	130	
Lehrzeit (h)	40	z. B. 16 Tage á 2,5 Stunden
Lernzeit (h)	90	
Studiensemester	3	
Voraussetzungen	keine	
Lehr- und Lernformen	60% Online-Seminar, 40% Online-Vorlesung, Online-Übung	
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten		
Prüfungsform	Schriftlich (Klausur, 90 Minuten) / mündlich, 10 Minuten zzgl. Zeit für technische Bearbeitung und Upload	
Prüfungsleistung	Differenziert (mindestens die Note 4,0)	

Lernergebnisse und Kompetenzen	<p>Die Studierenden können:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ empirische Forschungsfragen in wirtschaftlichen und sozialen Kontexten formulieren und methodisch präzise operationalisieren, ▪ qualitative und quantitative Erhebungs- und Analysemethoden auswählen, kombinieren und anwenden, ▪ Datenerhebungen (z. B. Umfragen, Interviews, Beobachtungen) selbstständig planen und durchführen, ▪ erhobene Daten mit geeigneten statistischen Verfahren auswerten und interpretieren, ▪ empirische Befunde kritisch hinterfragen und in betriebswirtschaftliche Entscheidungsprozesse integrieren, ▪ empirische Methoden gezielt für Markt-, Konsumenten- und Trendanalysen einsetzen,
--------------------------------	--

	<ul style="list-style-type: none"> ▪ die Güte von Forschungsergebnissen im Hinblick auf Validität, Reliabilität und Objektivität beurteilen.
Inhalte	<p>Das Modul vermittelt grundlegende Methoden und Verfahren der empirischen Forschung in den Wirtschafts- und Sozialwissenschaften. Behandelt werden Forschungsdesigns, qualitative und quantitative Erhebungsmethoden, Datenerhebung, Stichprobenplanung und statistische Auswertung. Die Studierenden lernen, Forschungsfragen zu formulieren, geeignete Methoden auszuwählen und Untersuchungsergebnisse kritisch zu interpretieren. Der Fokus liegt auf der praktischen Anwendung empirischer Methoden in der Markt- und Konsumentenforschung sowie auf der Nutzung digitaler Analysetools zur Gewinnung datenbasierter Erkenntnisse für Marketing und Management.</p>
Literatur	<p>Pflichtlektüre: keine</p> <p>Zusätzlich empfohlene Literatur:</p> <p>Uwe Flick, Qualitative Sozialforschung. Eine Einführung, 10. Auflage, 2022, Rowohlt, Reinbek</p> <p>Nina Baur / Jörg Blasius (Hrsg.), Handbuch Methoden der empirischen Sozialforschung, 2. Auflage, 2019, Springer VS, Wiesbaden</p> <p>Klaus Backhaus / Bernd Erichson / Wulff Plinke / Rolf Weiber, Multivariate Analysemethoden. Eine anwendungsorientierte Einführung, 9. Auflage, 2018, Springer Gabler, Wiesbaden</p> <p>Jochen K. Porst, Der Fragebogen. Ein Arbeitsbuch, 4. Auflage, 2014, Springer VS, Wiesbaden</p> <p>John W. Creswell / J. David Creswell, Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches, 6. Auflage, 2023, Sage, Thousand Oaks</p> <p>Andreas Diekmann, Empirische Sozialforschung. Grundlagen, Methoden, Anwendungen, 8. Auflage, 2011, Rowohlt, Reinbek</p>

Fachgebiet	Wirtschaftsrecht und Digitalisierung	DBB 5
Modul	Grundlagen des Wirtschaftsrechts	DBB 5.1

Verantwortliche/r		
Häufigkeit	Einmal im akademischen Jahr	
Verwendbarkeit	Nur in diesem Studiengang	
ECTS-Punkte	5	
Gesamtworkload (h)	130	
Lehrzeit (h)	40	z. B. 16 Tage á 2,5 Stunden
Lernzeit (h)	90	
Studiensemester	1	
Voraussetzungen	keine	
Lehr- und Lernformen	60% Online-Seminar, 40% Online-Vorlesung, Online-Übung	
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten		
Prüfungsform	Schriftlich (Klausur, 90 Minuten) / mündlich, 10 Minuten zzgl. Zeit für technische Bearbeitung und Upload	
Prüfungsleistung	Differenziert (mindestens die Note 4,0)	

Lernergebnisse und Kompetenzen	<p>Die Studierenden sind in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ rechtliche Rahmenbedingungen wirtschaftlichen Handelns im nationalen und digitalen Kontext zu verstehen und anzuwenden, ▪ zentrale Bereiche des Vertrags-, Handels-, Gesellschafts- und Wettbewerbsrechts systematisch einzuordnen, ▪ rechtliche Risiken in wirtschaftlichen Entscheidungen zu erkennen und zu bewerten, ▪ wirtschaftsrechtliche Prinzipien in unternehmerische Prozesse zu integrieren, ▪ digitale Geschäftsmodelle unter Beachtung der rechtlichen Vorgaben zu Datenschutz, E-Commerce und Compliance zu gestalten, ▪ rechtliche Argumentationen nachvollziehbar aufzubereiten und in der Praxis anzuwenden.
Inhalte	Das Modul vermittelt die rechtlichen Grundlagen wirtschaftlichen Handelns und führt in die wesentlichen Teilgebiete des Wirtschaftsrechts ein. Behandelt werden zentrale

	<p>Regelungsbereiche wie Vertragsrecht, Handelsrecht, Gesellschaftsrecht und Wettbewerbsrecht sowie deren Bedeutung für unternehmerische Entscheidungen. Die Studierenden lernen, rechtliche Rahmenbedingungen zu analysieren, Risiken zu erkennen und juristische Aspekte in betriebliche Prozesse einzubeziehen. Darüber hinaus werden aktuelle Fragen des digitalen Wirtschaftsrechts, etwa im Zusammenhang mit E-Commerce und Datenschutz, aber auch die digitale Rechtsmethode thematisiert, um Managerinnen und Managern effizientere Werkzeuge für rechtliche Fragestellungen zu vermitteln.</p>
Literatur	<p>Pflichtlektüre: keine</p> <p>Zusätzlich empfohlene Literatur:</p> <p>Tony Möller: <i>T@keLaw – Visualisierung von Recht</i>, in: Bernhard Bergmans (Hg.), <i>Jahrbuch der Rechtsdidaktik 2016 / Yearbook of Legal Education 2016</i>, BWV / Berliner Wissenschafts-Verlag 2017, S. 127–162 (Rubrik „E-Learning“).</p> <p>Dieter Medicus / Jens Petersen, <i>Bürgerliches Recht. Eine Einführung</i>, 27. Auflage, 2021, Vahlen, München</p> <p>Claus-Wilhelm Canaris / Christian Armbrüster, <i>Schuldrecht I: Allgemeiner Teil</i>, 9. Auflage, 2022, C. H. Beck, München</p> <p>Karl Larenz / Manfred Wolf, <i>Allgemeiner Teil des Bürgerlichen Rechts</i>, 10. Auflage, 2019, C. H. Beck, München</p> <p>Norbert Horn / Jürgen Krenek / Heinz-Peter Mansel (Hrsg.), <i>Einführung in das deutsche Privatrecht</i>, 3. Auflage, 2019, C. F. Müller, Heidelberg</p> <p>Thomas Hoeren, <i>Internetrecht</i>, 8. Auflage, 2022, C. H. Beck, München</p>

Fachgebiet	Wirtschaftsrecht und Digitalisierung	DBB 5
Modul	Handels- und Gesellschaftsrecht	DBB 5.2

Verantwortliche/r		
Häufigkeit	Einmal im akademischen Jahr	
Verwendbarkeit	Nur in diesem Studiengang	
ECTS-Punkte	5	
Gesamtworkload (h)	130	
Lehrzeit (h)	40	z. B. 16 Tage á 2,5 Stunden
Lernzeit (h)	90	
Studiensemester	4	
Voraussetzungen	keine	
Lehr- und Lernformen	60% Online-Seminar, 40% Online-Vorlesung, Online-Übung	
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten		
Prüfungsform	Schriftlich (Klausur, 90 Minuten) / mündlich, 10 Minuten zzgl. Zeit für technische Bearbeitung und Upload	
Prüfungsleistung	Differenziert (mindestens die Note 4,0)	

Lernergebnisse und Kompetenzen	<p>Die Studierenden können:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ die rechtlichen Grundlagen des Handelsverkehrs und der Unternehmensorganisation anwenden, ▪ verschiedene Gesellschaftsformen und deren rechtliche Implikationen für Haftung, Finanzierung und Führung bewerten, ▪ rechtliche Entscheidungsprozesse in Unternehmensgründung, -strukturierung und -umwandlung begleiten, ▪ handelsrechtliche Pflichten, Rechte und Vertragsbeziehungen sicher analysieren, ▪ aktuelle Entwicklungen im europäischen und internationalen Gesellschaftsrecht in Unternehmensstrategien einbeziehen.
Inhalte	In diesem Modul werden die rechtlichen Grundlagen des Handelsverkehrs und der Unternehmensorganisation behandelt. Schwerpunkte bilden das Handelsgesetzbuch (HGB), die Rechte und Pflichten von Kaufleuten, sowie die verschiedenen

	<p>Gesellschaftsformen und ihre rechtlichen Besonderheiten. Die Studierenden lernen, gesellschaftsrechtliche Strukturen zu bewerten, Unternehmensverträge zu verstehen und rechtliche Entscheidungen im Kontext der Unternehmensführung zu treffen. Ergänzend wird auf aktuelle Entwicklungen im europäischen und internationalen Gesellschaftsrecht eingegangen.</p>
Literatur	<p>Pflichtlektüre: keine</p> <p>Zusätzlich empfohlene Literatur:</p> <p>Karsten Schmidt, Handelsrecht, 7. Auflage, 2021, C. H. Beck, München</p> <p>Jürgen Henssler / Martin A. Wolf (Hrsg.), Gesellschaftsrecht, 5. Auflage, 2021, C. H. Beck, München</p> <p>Uwe H. Schneider / Christoph H. Seibt / Jens Koch (Hrsg.), Unternehmensrecht und Compliance, 2. Auflage, 2020, C. H. Beck, München</p> <p>Marcus Lutter / Peter Hommelhoff / Jens Koch (Hrsg.), GmbH-Gesetz. Kommentar (kompakt für Studium/ Praxis), 20. Auflage, 2022, Otto Schmidt, Köln</p> <p>Peter Ulmer / Carsten Schäfer, Grundzüge des Handelsrechts, 10. Auflage, 2018, Vahlen, München</p>

Fachgebiet	Wirtschaftsrecht und Digitalisierung	DBB 5
Modul	Large Language Anwendungen	DBB 5.3

Verantwortliche/r		
Häufigkeit	Einmal im akademischen Jahr	
Verwendbarkeit	Nur in diesem Studiengang	
ECTS-Punkte	5	
Gesamtworkload (h)	130	
Lehrzeit (h)	40	z. B. 16 Tage á 2,5 Stunden
Lernzeit (h)	90	
Studiensemester	4	
Voraussetzungen	keine	
Lehr- und Lernformen	60% Online-Seminar, 40% Online-Vorlesung, Online-Übung	
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten		
Prüfungsform	Schriftlich (Klausur, 90 Minuten) / mündlich, 10 Minuten zzgl. Zeit für technische Bearbeitung und Upload	
Prüfungsleistung	Undifferenziert	

Lernergebnisse und Kompetenzen	<p>Die Studierenden können:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Funktionsweise, Einsatzfelder und Grenzen von Large Language Models (LLMs) und sprachbasierten KI-Systemen erklären, ▪ rechtliche, ethische und wirtschaftliche Implikationen solcher Technologien im Unternehmenskontext bewerten, ▪ Risiken wie Bias, Urheberrecht oder Haftung identifizieren und Strategien zum verantwortungsvollen Einsatz entwickeln, ▪ KI-generierte Inhalte in Hinblick auf Qualität, Verständlichkeit und Fairness analysieren, ▪ Einsatzszenarien für LLMs in Kommunikation, Prozessautomatisierung und Entscheidungsunterstützung entwickeln und bewerten.
Inhalte	Das Modul beschäftigt sich mit dem Einsatz von Large Language Models (LLMs) und sprachbasierten KI-Systemen im wirtschaftlichen und rechtlichen Kontext. Behandelt werden technische Grundlagen, Anwendungsfelder und Grenzen solcher Systeme

	sowie rechtliche und ethische Implikationen ihres Einsatzes. Die Studierenden lernen, KI-generierte Inhalte kritisch zu bewerten, Risiken wie Bias oder Haftungsfragen zu identifizieren und Strategien für den verantwortungsvollen Umgang mit KI-Anwendungen in Unternehmen zu entwickeln. Fallbeispiele verdeutlichen die praktische Relevanz von Sprachmodellen in Kommunikation, Automatisierung und Entscheidungsunterstützung.
Literatur	<p>Pflichtlektüre: keine</p> <p>Zusätzlich empfohlene Literatur:</p> <p>Lewis Tunstall / Leandro von Werra / Thomas Wolf, Natural Language Processing with Transformers, 2022, O'Reilly, Sebastopol</p> <p>Denis Rothman, Transformers for Natural Language Processing, 2. Auflage, 2021, Packt, Birmingham</p> <p>Ankit Pal / Amita Kapoor / Adarsha Shivananda, Hands-On Large Language Models, 2023, Packt, Birmingham</p> <p>Stuart Russell / Peter Norvig, Artificial Intelligence: A Modern Approach, 4. Auflage, 2020, Pearson, Harlow</p> <p>Martin Ebers / Susana Navas (Hrsg.), Künstliche Intelligenz und Recht, 2020, Nomos, Baden-Baden</p>

Fachgebiet	Wirtschaftsrecht und Digitalisierung	DBB 5
Modul	Statistik und Mathematik in der praktischen Anwendung	DBB 5.4

Verantwortliche/r		
Häufigkeit	Einmal im akademischen Jahr	
Verwendbarkeit	Nur in diesem Studiengang	
ECTS-Punkte	5	
Gesamtworkload (h)	130	
Lehrzeit (h)	40	z. B. 16 Tage á 2,5 Stunden
Lernzeit (h)	90	
Studiensemester	4	
Voraussetzungen	keine	
Lehr- und Lernformen	60% Online-Seminar, 40% Online-Vorlesung, Online-Übung	
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten		
Prüfungsform	Schriftlich (Klausur, 90 Minuten) / mündlich, 10 Minuten zzgl. Zeit für technische Bearbeitung und Upload	
Prüfungsleistung	Differenziert (mindestens die Note 4,0)	

Lernergebnisse und Kompetenzen	<p>Die Studierenden können:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ mathematische und statistische Verfahren praxisorientiert in betriebswirtschaftlichen und rechtlichen Kontexten anwenden, ▪ komplexe Datensätze mit digitalen Werkzeugen analysieren, visualisieren und interpretieren, ▪ Regressions-, Varianz- und Wahrscheinlichkeitsanalysen zur Entscheidungsunterstützung einsetzen, ▪ datenbasierte Argumentationen und Prognosen methodisch fundiert ableiten, ▪ rechtliche und ethische Aspekte der Datennutzung (z. B. DSGVO, Datenfairness) bei Analysen berücksichtigen, ▪ KI-gestützte Analyseinstrumente kritisch bewerten und verantwortungsvoll einsetzen.
Inhalte	Dieses Modul vertieft die Anwendung mathematischer und statistischer Verfahren in betriebswirtschaftlichen und rechtlichen Kontexten mit digitalen Werkzeugen. Behandelt

	<p>werden praxisrelevante Methoden der Datenanalyse, Wahrscheinlichkeitsrechnung, Regressions- und Varianzanalysen sowie deren Einsatz in der Unternehmenspraxis. Die Studierenden lernen, komplexe Datensätze auszuwerten, Ergebnisse zu interpretieren und datenbasierte Entscheidungen fundiert auch mit Hilfe von KI-Werkzeugen zu begründen. Ergänzend werden rechtliche und ethische Aspekte der Datennutzung im Rahmen der digitalen Transformation thematisiert.</p>
Literatur	<p>Pflichtlektüre: keine</p> <p>Zusätzlich empfohlene Literatur:</p> <p>Ludwig Fahrmeir / Rita Künstler / Iris Mara Plötzner / Gerhard Tutz, Statistik – Der Weg zur Datenanalyse, 8. Auflage, 2016, Springer, Berlin</p> <p>Christian Heumann / Michael Schomaker / Shalabh, Einführung in die Statistik mit R, 3. Auflage, 2016, Springer, Berlin</p> <p>Gareth James / Daniela Witten / Trevor Hastie / Robert Tibshirani, An Introduction to Statistical Learning (mit R/Python-Bezügen), 2. Auflage, 2021, Springer, New York</p> <p>Hadley Wickham / Garrett Grolemund, R for Data Science, 2. Auflage, 2023, O'Reilly, Sebastopol</p> <p>Jake VanderPlas, Python Data Science Handbook, 2. Auflage, 2023, O'Reilly, Sebastopol</p>

Fachgebiet	Wirtschaftsrecht und Digitalisierung	DBB 5
Modul	Steuerrecht und Internationales Recht	DBB 5.5

Verantwortliche/r		
Häufigkeit	Einmal im akademischen Jahr	
Verwendbarkeit	Nur in diesem Studiengang	
ECTS-Punkte	5	
Gesamtworkload (h)	130	
Lehrzeit (h)	40	z. B. 16 Tage á 2,5 Stunden
Lernzeit (h)	90	
Studiensemester	5	
Voraussetzungen	keine	
Lehr- und Lernformen	60% Online-Seminar, 40% Online-Vorlesung, Online-Übung	
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten		
Prüfungsform	Schriftlich (Klausur, 90 Minuten) / mündlich, 10 Minuten zzgl. Zeit für technische Bearbeitung und Upload	
Prüfungsleistung	Differenziert (mindestens die Note 4,0)	

Lernergebnisse und Kompetenzen	<p>Die Studierenden können:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ steuerliche Rahmenbedingungen unternehmerischer Tätigkeiten national und international bewerten, ▪ zentrale Steuerarten (Einkommen-, Körperschaft-, Umsatzsteuer) systematisch unterscheiden und auf Unternehmenskontexte anwenden, ▪ steuerliche Risiken und Optimierungsmöglichkeiten analysieren und rechtskonforme Strategien entwickeln, ▪ Auswirkungen internationaler Doppelbesteuerungsabkommen und Handelsabkommen auf Unternehmensentscheidungen einschätzen, ▪ steuerrechtliche Fragestellungen im Umfeld digitaler Geschäftsmodelle kritisch reflektieren.
Inhalte	Das Modul vermittelt grundlegende Kenntnisse des nationalen und internationalen Steuerrechts sowie der steuerlichen Rahmenbedingungen unternehmerischen Handelns. Behandelt werden Einkommen-, Körperschaft- und Umsatzsteuer,

	internationale Doppelbesteuerungsabkommen und Grundzüge des Außenwirtschaftsrechts. Die Studierenden lernen, steuerliche Pflichten von Unternehmen zu verstehen, steuerliche Optimierungsmöglichkeiten zu bewerten und rechtliche Vorgaben im internationalen Geschäftsumfeld zu berücksichtigen. Besondere Aufmerksamkeit gilt den Herausforderungen der Digitalisierung und der grenzüberschreitenden Besteuerung digitaler Geschäftsmodelle.
Literatur	<p>Pflichtlektüre: keine</p> <p>Zusätzlich empfohlene Literatur:</p> <p>Klaus Tipke / Joachim Lang / Roman Seer (Hrsg.), Steuerrecht, 23. Auflage, 2022, Otto Schmidt, Köln</p> <p>Klaus Vogel / Moris Lehner (Hrsg.), Doppelbesteuerungsabkommen (DBA), 8. Auflage, 2022, C. H. Beck, München</p> <p>Harald Schaumburg, Internationales Steuerrecht, 5. Auflage, 2021, Otto Schmidt, Köln</p> <p>Werner Doralt / Renate Luz / Michael Tumpel, Körperschaftsteuerrecht, 12. Auflage, 2020, Linde, Wien</p> <p>Thomas Rödder / Klaus-Dieter Drüen (Hrsg.), Umsatzsteuerrecht, 2. Auflage, 2020, Otto Schmidt, Köln</p>

Fachgebiet	Kommunikation, Medien und Präsentation	DBB 6
Modul	Audio und Video in Medien	DBB 6.1

Verantwortliche/r			
Häufigkeit	Einmal im akademischen Jahr		
Verwendbarkeit	Nur in diesem Studiengang		
ECTS-Punkte	5		
Gesamtworkload (h)	130		
Lehrzeit (h)	40	z. B. 16 Tage á 2,5 Stunden	
Lernzeit (h)	90		
Studiensemester	3		
Voraussetzungen	keine		
Lehr- und Lernformen	60% Online-Seminar, 40% Online-Vorlesung, Online-Übung		
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten			
Prüfungsform	Schriftlich (Klausur, 90 Minuten) / mündlich, 10 Minuten zzgl. Zeit für technische Bearbeitung und Upload		
Prüfungsleistung	Differenziert (mindestens die Note 4,0)		

Lernergebnisse und Kompetenzen	<p>Die Studierenden können:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ audiovisuelle Medien zielgerichtet zur Kommunikation in Wirtschaft und Management einsetzen, ▪ Ton-, Bild- und Videotechnologien technisch und gestalterisch sicher anwenden, ▪ multimediale Inhalte konzipieren, produzieren und hinsichtlich ihrer Wirkung auf Zielgruppen analysieren, ▪ Storytelling- und Präsentationsstrategien für audiovisuelle Unternehmenskommunikation entwickeln, ▪ den Einsatz digitaler Tools und Plattformen für Marketing, Branding und interne Kommunikation planen und bewerten, ▪ audiovisuelle Medienproduktionen nach qualitativen, rechtlichen und ethischen Standards beurteilen.
--------------------------------	---

Inhalte	<p>Das Modul vermittelt die Grundlagen der audiovisuellen Mediengestaltung und deren Einsatz in wirtschaftlichen und kommunikativen Kontexten. Behandelt werden technische und gestalterische Aspekte von Ton- und Videoaufnahmen, Storytelling mit multimedialen Formaten sowie der professionelle Einsatz digitaler Tools zur Medienproduktion. Die Studierenden lernen, audiovisuelle Inhalte zielgruppenorientiert zu planen, zu produzieren und zu bewerten. Ein besonderer Fokus liegt auf der Anwendung von Audio- und Videotechnologien in Unternehmenskommunikation, Marketing und digitalen Präsentationsformen.</p>
Literatur	<p>Pflichtlektüre: keine</p> <p>Zusätzlich empfohlene Literatur:</p> <p>Bruce Block, Die visuelle Geschichte – Visual Storytelling, 1. Auflage, 2014, dpunkt.verlag, Heidelberg</p> <p>Robert McKee, Story: Die Prinzipien des Drehbuchschreibens, 5. Auflage, 2013, Alexander Verlag, Berlin</p> <p>Achim Dunker, Licht & Beleuchtung im Film. Das umfassende Handbuch, 3. Auflage, 2020, Rheinwerk, Bonn</p> <p>Michael Dickreiter / Peter Kallenbach / Volker Wöhr, Handbuch der Tonstudientechnik, 10. Auflage, 2014, De Gruyter, Berlin</p> <p>Lutz Dieckmann, Videoproduktion: Das umfassende Praxis-Handbuch, 2017, Rheinwerk, Bonn</p>

Fachgebiet	Kommunikation, Medien und Präsentation	DBB 6
Modul	Kommunikation, Verhandlungsführung, Moderation	DBB 6.2

Verantwortliche/r		
Häufigkeit	Einmal im akademischen Jahr	
Verwendbarkeit	Nur in diesem Studiengang	
ECTS-Punkte	5	
Gesamtworkload (h)	130	
Lehrzeit (h)	90	z. B. 16 Tage á 2,5 Stunden
Lernzeit (h)	90	
Studiensemester	2	
Voraussetzungen	keine	
Lehr- und Lernformen	60% Online-Seminar, 40% Online-Vorlesung, Online-Übung	
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten		
Prüfungsform	Schriftlich (Klausur, 90 Minuten) / mündlich, 10 Minuten zzgl. Zeit für technische Bearbeitung und Upload	
Prüfungsleistung	Undifferenziert	

Lernergebnisse und Kompetenzen	<p>Die Studierenden kennen und verstehen</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ kommunikative Prozesse in beruflichen und interkulturellen Kontexten planen, gestalten und reflektieren, ▪ Gesprächs-, Verhandlungs- und Moderationstechniken gezielt einsetzen, um Ziele überzeugend zu erreichen, ▪ schwierige Kommunikations- und Konfliktsituationen konstruktiv steuern, ▪ rhetorische und nonverbale Ausdrucksmittel situationsgerecht nutzen, ▪ unterschiedliche Interessen und Perspektiven in Verhandlungen integrieren und Kompromisslösungen entwickeln, ▪ digitale Kommunikationsplattformen und Tools professionell einsetzen, um Zusammenarbeit und Verständigung zu fördern.
Inhalte	Dieses Modul befasst sich mit den theoretischen Grundlagen und praktischen Methoden erfolgreicher Kommunikation in beruflichen Kontexten. Schwerpunkte sind Gesprächsführung, Verhandlungstechniken, Moderation und Konfliktlösung. Die

	<p>Studierenden lernen, Kommunikationsprozesse gezielt zu gestalten, Argumentationsstrategien effektiv einzusetzen und Gesprächssituationen souverän zu steuern. Ergänzend werden Aspekte nonverbaler Kommunikation, interkultureller Verständigung sowie der Einsatz digitaler Kommunikationstools behandelt. Ziel ist die Entwicklung einer professionellen, zielorientierten und empathischen Kommunikationskompetenz.</p>
Literatur	<p>Pflichtlektüre: keine</p> <p>Zusätzlich empfohlene Literatur:</p> <p>Friedemann Schulz von Thun, Miteinander reden 1: Störungen und Klärungen, aktualisierte Ausgabe, 2008, Rowohlt, Reinbek</p> <p>Roger Fisher / William Ury / Bruce Patton, Das Harvard-Konzept. Der Klassiker der Verhandlungstechnik, aktualisierte Ausgabe, 2012, Campus, Frankfurt a. M.</p> <p>Friedrich Glasl, Konfliktmanagement. Ein Handbuch für Führungskräfte, Beraterinnen und Berater, 11. Auflage, 2017, Verlag Freies Geistesleben, Stuttgart</p> <p>Kerry Patterson / Joseph Grenny / Ron McMillan / Al Switzler, Heikle Gespräche: Wie man brenzlige Gespräche meistert, 2. Auflage (dt.), 2012, Gabal, Offenbach</p> <p>Stefan Wachtel, Die Macht der Rede: Das Programm für Ihren Auftritt, 3. Auflage, 2015, Redline, München</p>

Fachgebiet	Kommunikation, Medien und Präsentation	DBB 6
Modul	Visualisierung und Auftritt in Medien	DBB 6.3

Verantwortliche/r		
Häufigkeit	Einmal im akademischen Jahr	
Verwendbarkeit	Nur in diesem Studiengang	
ECTS-Punkte	5	
Gesamtworkload (h)	130	
Lehrzeit (h)	90	z. B. 16 Tage á 2,5 Stunden
Lernzeit (h)	90	
Studiensemester	5	
Voraussetzungen	keine	
Lehr- und Lernformen	60% Online-Seminar, 40% Online-Vorlesung, Online-Übung	
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten		
Prüfungsform	Schriftlich (Klausur, 90 Minuten) / mündlich, 10 Minuten zzgl. Zeit für technische Bearbeitung und Upload	
Prüfungsleistung	Undifferenziert	

Lernergebnisse und Kompetenzen	<p>Die Studierenden können:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ komplexe Informationen und Inhalte visuell klar, ästhetisch und adressatengerecht aufbereiten, ▪ Prinzipien visueller Rhetorik, Design und Körpersprache gezielt zur Verstärkung von Botschaften anwenden, ▪ Präsentationskonzepte für digitale und analoge Medien erstellen und professionell umsetzen, ▪ Wirkung und Glaubwürdigkeit durch souveränen Auftritt, Stimme und Gestik gezielt steuern, ▪ visuelle Gestaltungsmittel in Unternehmenskommunikation, Präsentation und Storytelling strategisch einsetzen, ▪ die Wirkung von Medienauftritten kritisch analysieren und für die eigene Kommunikationspraxis weiterentwickeln.
--------------------------------	---

Inhalte	<p>Das Modul behandelt die Gestaltung visueller Kommunikation und den professionellen Auftritt in digitalen und analogen Medien. Thematisiert werden Grundlagen visueller Rhetorik, Präsentationsdesign, Körpersprache sowie der Einsatz von Bildern, Grafiken und visuellen Hilfsmitteln zur wirkungsvollen Vermittlung von Informationen. Die Studierenden lernen, Inhalte visuell überzeugend zu strukturieren und sich sicher in medialen Präsentationssituationen zu bewegen. Ergänzend werden medienpsychologische und technische Aspekte berücksichtigt, um eine authentische und adressatengerechte Wirkung zu erzielen.</p>
Literatur	<p>Pflichtlektüre: keine</p> <p>Zusätzlich empfohlene Literatur:</p> <p>Cole Nussbaumer Knaflitz, Storytelling mit Daten: Daten visualisieren und präsentieren, 2. Auflage (dt.), 2021, Wiley-VCH, Weinheim</p> <p>Garr Reynolds, Presentation Zen: Einfach besser präsentieren, 2. Auflage (dt.), 2015, Pearson, München</p> <p>Nancy Duarte, slide:ology – Der Weg zur außergewöhnlichen Präsentation, 2010, O'Reilly, Köln</p> <p>Chris Anderson, TED Talks: Die Kunst der öffentlichen Rede, 2016, Plassen, Kulmbach</p> <p>Samy Molcho, Körpersprache. Die Kunst, Menschen zu verstehen, aktualisierte Ausgabe, 2017, mvg Verlag, München</p> <p>Jürgen Faisst / Rolf Hichert, IBCS® – Notation für das Reporting: Berichte, Dashboards und Präsentationen gestalten, 2015, Wiley-VCH, Weinheim</p>

Fachgebiet	Wahlpflicht – Vertiefung Unternehmensführung u. Management	DBB 7.1
Modul	Change-Management: Strategien und Methoden zur erfolgreichen Umsetzung von Veränderungsprozessen in Unternehmen	DBB 7.1.1

Verantwortliche/r		
Häufigkeit	Einmal im akademischen Jahr	
Verwendbarkeit	Nur in diesem Studiengang	
ECTS-Punkte	5	
Gesamtworkload (h)	130	
Lehrzeit (h)	40	z. B. 16 Tage á 2,5 Stunden
Lernzeit (h)	90	
Studiensemester	6	
Voraussetzungen	keine	
Lehr- und Lernformen	60% Online-Seminar, 40% Online-Vorlesung, Online-Übung	
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten		
Prüfungsform	Schriftlich (Klausur, 90 Minuten) / mündlich, 10 Minuten zzgl. Zeit für technische Bearbeitung und Upload	
Prüfungsleistung	Differenziert (mindestens die Note 4,0)	

Lernergebnisse und Kompetenzen	<p>Die Studierenden können:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Veränderungsprozesse in Organisationen systematisch planen, steuern und evaluieren, ▪ Modelle, Phasen und Erfolgsfaktoren des Change-Managements kritisch anwenden, ▪ Kommunikations- und Führungsstrategien entwickeln, um Veränderungsbereitschaft und Akzeptanz zu fördern, ▪ Widerstände in Veränderungsprozessen erkennen und konstruktiv bearbeiten, ▪ Transformationsprojekte in digitalen, kulturellen und internationalen Kontexten erfolgreich umsetzen,
--------------------------------	--

	<ul style="list-style-type: none"> Maßnahmen zur nachhaltigen Verankerung organisatorischer Veränderungen gestalten.
Inhalte	<p>Das Modul behandelt die theoretischen Grundlagen und praktischen Methoden des Change-Managements. Thematisiert werden Modelle und Phasen organisationaler Veränderung, Erfolgsfaktoren und typische Herausforderungen in Transformationsprozessen. Weitere Schwerpunkte bilden Kommunikations- und Führungsstrategien im Wandel, der Umgang mit Widerstand, die Gestaltung von Veränderungskulturen sowie Best-Practice-Beispiele erfolgreicher Transformationsprojekte in digitalen und internationalen Kontexten.</p>
Literatur	<p>Pflichtlektüre: keine</p> <p>Zusätzlich empfohlene Literatur:</p> <p>Christian Abegglen, Unternehmen neu erfinden. Das Denk- und Arbeitsbuch gegen organisierten Stillstand, 2021, Frankfurter Allgemeine Buch, Frankfurt a. M.</p> <p>John P. Kotter, Leading Change, 2. Auflage, 2021, Harvard Business Review Press, Boston</p> <p>Klaus Doppler / Christoph Lauterburg, Change-Management. Den Wandel gestalten, 16. Auflage, 2022, Campus, Frankfurt a. M.</p> <p>John Hayes, The Theory and Practice of Change Management, 6. Auflage, 2022, Palgrave Macmillan, London</p> <p>Sabine Remdisch / Mario Maier (Hrsg.), Digitale Transformation und Führung. Erfolgreich führen im Wandel, 2. Auflage, 2023, Springer Gabler, Wiesbaden</p> <p>Sabine Seufert / Urs Probst, Change-Management in digitalen Organisationen. Erfolgsfaktoren und Instrumente, 1. Auflage, 2022, Springer Gabler, Wiesbaden</p>

Fachgebiet	Wahlpflicht – Vertiefung Unternehmensführung u. Management	DBB 7.1
Modul	Agiles Management & Design Thinking: Anwendung agiler Methoden zur Problemlösung und Innovationsförderung	DBB 7.1.2

Verantwortliche/r		
Häufigkeit	Einmal im akademischen Jahr	
Verwendbarkeit	Nur in diesem Studiengang	
ECTS-Punkte	5	
Gesamtwoorkload (h)	130	
Lehrzeit (h)	40	z. B. 16 Tage á 2,5 Stunden
Lernzeit (h)	90	
Studiensemester	6	
Voraussetzungen	keine	
Lehr- und Lernformen	60% Online-Seminar, 40% Online-Vorlesung, Online-Übung	
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten		
Prüfungsform	Schriftlich (Klausur, 90 Minuten) / mündlich, 10 Minuten zzgl. Zeit für technische Bearbeitung und Upload	
Prüfungsleistung	Differenziert (mindestens die Note 4,0)	

Lernergebnisse und Kompetenzen	<p>Die Studierenden können:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ agile Frameworks wie Scrum, Kanban und Lean Management sicher anwenden und auf Unternehmensprozesse übertragen, ▪ Design-Thinking-Methoden zur kreativen Problemlösung und Innovationsentwicklung nutzen, ▪ interdisziplinäre Teams selbstorganisiert führen und kollaborative Arbeitsprozesse fördern, ▪ agile Denk- und Arbeitsweisen in bestehende Organisationsstrukturen integrieren, ▪ Innovationsprojekte kundenorientiert und iterativ gestalten, ▪ den Mehrwert agiler und designorientierter Methoden für Unternehmensstrategie und Kultur reflektieren.
--------------------------------	---

Inhalte	<p>Das Modul befasst sich mit den Prinzipien, Methoden und Werkzeugen agiler Organisationen sowie des Design Thinking. Im Mittelpunkt stehen iterative Entwicklungsprozesse, kollaborative Arbeitsformen und kundenzentrierte Innovationsansätze. Behandelt werden agile Frameworks wie Scrum, Kanban und Lean Management, Methoden der kreativen Ideengenerierung sowie die Integration agiler Denkweisen in Unternehmensstrukturen zur Förderung von Flexibilität und Innovationskraft.</p>
Literatur	<p>Pflichtlektüre: keine</p> <p>Zusätzlich empfohlene Literatur:</p> <p>Christian Abegglen, Unternehmen neu erfinden. Das Denk- und Arbeitsbuch gegen organisierten Stillstand, 2021, Frankfurter Allgemeine Buch, Frankfurt a. M.</p> <p>Jeff Sutherland, Scrum – The Art of Doing Twice the Work in Half the Time, 2014, Crown Business, New York</p> <p>Klaus Leopold, Agile Management. Führung mit System, 2. Auflage, 2022, Hanser, München</p> <p>Jake Knapp / John Zeratsky / Braden Kowitz, Sprint. Wie man in nur fünf Tagen neue Ideen testet und Probleme löst, 2017, Campus, Frankfurt a. M.</p> <p>Hasso Plattner / Christoph Meinel / Ulrich Weinberg (Hrsg.), Design Thinking. Innovation lernen, Ideenwelten öffnen, 2. Auflage, 2015, Springer, Berlin</p> <p>Eric Ries, The Lean Startup. Wie heutige Unternehmer mit kontinuierlicher Innovation radikal erfolgreiche Unternehmen schaffen, dt. Ausg., 2014, Redline, München</p>

Fachgebiet	Wahlpflicht – Vertiefung Unternehmensführung u. Management	DBB 7.1
Modul	Internationale Unternehmensführung: Managementstrategien für global agierende Unternehmen	DBB 7.1.3

Verantwortliche/r		
Häufigkeit	Einmal im akademischen Jahr	
Verwendbarkeit	Nur in diesem Studiengang	
ECTS-Punkte	5	
Gesamtworkload (h)	130	
Lehrzeit (h)	40	z. B. 16 Tage á 2,5 Stunden
Lernzeit (h)	90	
Studiensemester	6	
Voraussetzungen	keine	
Lehr- und Lernformen	60% Online-Seminar, 40% Online-Vorlesung, Online-Übung	
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten		
Prüfungsform	Schriftlich (Klausur, 90 Minuten) / mündlich, 10 Minuten zzgl. Zeit für technische Bearbeitung und Upload	
Prüfungsleistung	Differenziert (mindestens die Note 4,0)	

Lernergebnisse und Kompetenzen	<p>Die Studierenden können:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ internationale Markt- und Wettbewerbsstrategien entwickeln und bewerten, ▪ globale Organisations- und Steuerungsmodelle an kulturelle, rechtliche und wirtschaftliche Rahmenbedingungen anpassen, ▪ interkulturelle Management- und Kommunikationskompetenzen gezielt einsetzen, ▪ Chancen und Risiken internationaler Kooperationen und Wertschöpfungsnetzwerke analysieren, ▪ datenbasierte Entscheidungsmodelle für internationale Geschäftsstrategien nutzen, ▪ die Auswirkungen von Digitalisierung, Nachhaltigkeit und Geopolitik auf globale Unternehmensstrategien einschätzen.
--------------------------------	--

Inhalte	Dieses Modul widmet sich den strategischen und organisatorischen Grundlagen internationaler Unternehmensführung. Behandelt werden internationale Wettbewerbsstrategien, globale Organisations- und Steuerungsmodelle, Markteintrittsstrategien sowie interkulturelle Managementaspekte. Weitere Themen sind internationale Kooperationen, globale Wertschöpfungsnetzwerke und die Auswirkungen von Digitalisierung und Nachhaltigkeit auf internationale Geschäftsaktivitäten.
Literatur	<p>Pflichtlektüre: keine</p> <p>Zusätzlich empfohlene Literatur:</p> <p>Michael Kutschker / Stefan Schmid, Internationales Management, 9. Auflage, 2020, De Gruyter Oldenbourg, Berlin</p> <p>Hartmut Holtbrügge, Internationales Management. Theorien, Funktionen und Fallstudien, 9. Auflage, 2022, Springer Gabler, Wiesbaden</p> <p>Mike W. Peng, Global Strategy, 5. Auflage, 2021, Cengage, Boston</p> <p>Geert Hofstede / Gert Jan Hofstede / Michael Minkov, Lokales Denken, globales Handeln. Interkulturelle Zusammenarbeit und globales Management, 6. Auflage, 2017, DTV, München</p> <p>Hermann Simon, Die Strategie der Hidden Champions: Erfolgreich in Nischenmärkten, 2. Auflage, 2023, Campus, Frankfurt a. M.</p>

Fachgebiet	Wahlpflicht – Vertiefung Unternehmensführung u. Management	DBB 7.1
Modul	Corporate Social Responsibility & Nachhaltigkeit: Nachhaltigkeitsstrategien für Unternehmen und soziale Verantwortung	DBB 7.1.4

Verantwortliche/r		
Häufigkeit	Einmal im akademischen Jahr	
Verwendbarkeit	Nur in diesem Studiengang	
ECTS-Punkte	5	
Gesamtworkload (h)	130	
Lehrzeit (h)	40	z. B. 16 Tage á 2,5 Stunden
Lernzeit (h)	90	
Studiensemester	6	
Voraussetzungen	keine	
Lehr- und Lernformen	60% Online-Seminar, 40% Online-Vorlesung, Online-Übung	
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten		
Prüfungsform	Schriftlich (Klausur, 90 Minuten) / mündlich, 10 Minuten zzgl. Zeit für technische Bearbeitung und Upload	
Prüfungsleistung	Differenziert (mindestens die Note 4,0)	

Lernergebnisse und Kompetenzen	<p>Die Studierenden können:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Konzepte und Instrumente nachhaltiger Unternehmensführung (CSR, ESG, SDGs) strategisch anwenden, ▪ ökologische, soziale und ökonomische Ziele in unternehmerische Entscheidungsprozesse integrieren, ▪ Nachhaltigkeitsberichte und Kennzahlensysteme für verantwortungsbewusste Unternehmenssteuerung entwickeln, ▪ Stakeholder-Interessen analysieren und verantwortungsvolle Kommunikationsstrategien gestalten, ▪ rechtliche und ethische Anforderungen nachhaltigen Wirtschaftens bewerten, ▪ Veränderungs- und Innovationsprozesse im Sinne nachhaltiger Entwicklung aktiv steuern.
--------------------------------	---

Inhalte	<p>Das Modul behandelt Konzepte, Instrumente und Strategien verantwortungsvoller Unternehmensführung im Sinne nachhaltiger Entwicklung. Thematisiert werden Corporate Social Responsibility (CSR), ESG-Kriterien, nachhaltige Geschäftsmodelle und ethische Entscheidungsrahmen. Weitere Inhalte sind Nachhaltigkeitsberichterstattung, Stakeholder-Management, regulatorische Anforderungen und internationale Standards sowie praxisnahe Fallbeispiele zu nachhaltigem Wirtschaften.</p>
Literatur	<p>Pflichtlektüre: keine</p> <p>Zusätzlich empfohlene Literatur:</p> <p>Stefan Seuring / Martin Müller / Markus Brandenburg (Hrsg.), Nachhaltiges Supply Chain Management. Konzepte, Instrumente und Praxisbeispiele, 3. Auflage, 2023, Springer Gabler, Wiesbaden</p> <p>Klaus J. Hopt / Gunther Teubner (Hrsg.), Corporate Governance und Corporate Social Responsibility, 3. Auflage, 2021, Mohr Siebeck, Tübingen</p> <p>Thomas Beschorner / Guido Palazzo / Andreas Scherer (Hrsg.), Wirtschaftsethik im digitalen Zeitalter, 2020, Nomos, Baden-Baden</p> <p>Rolf Dubs, Unternehmensethik. Verantwortung in der Sozialen Marktwirtschaft, 5. Auflage, 2022, Schäffer-Poeschel, Stuttgart</p> <p>Stefan Schaltegger / Angela M. Hörisch / René Schmidpeter (Hrsg.), Nachhaltigkeitsmanagement – Grundlagen, Instrumente und Fallbeispiele, 2. Auflage, 2021, Springer Gabler, Wiesbaden</p>

Fachgebiet	Wahlpflicht – Vertiefung Unternehmensführung u. Management	DBB 7.1
Modul	Auswahl und Integration von Software	DBB 7.1.5

Verantwortliche/r		
Häufigkeit	Einmal im akademischen Jahr	
Verwendbarkeit	Nur in diesem Studiengang	
ECTS-Punkte	5	
Gesamtworkload (h)	130	
Lehrzeit (h)	40	z. B. 16 Tage á 2,5 Stunden
Lernzeit (h)	90	
Studiensemester	6	
Voraussetzungen	keine	
Lehr- und Lernformen	60% Online-Seminar, 40% Online-Vorlesung, Online-Übung	
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten		
Prüfungsform	Schriftlich (Klausur, 90 Minuten) / mündlich, 10 Minuten zzgl. Zeit für technische Bearbeitung und Upload	
Prüfungsleistung	Differenziert (mindestens die Note 4,0)	

Lernergebnisse und Kompetenzen	<p>Die Studierenden sind in der Lage:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ die Rolle und Bedeutung von Anforderungen in IT- und Digitalisierungsprojekten zu erklären und methodisch fundiert zu analysieren; ▪ Anforderungen systematisch zu erheben, zu dokumentieren und zu spezifizieren (funktional und nicht-funktional); ▪ Geschäftsprozesse zu modellieren und daraus Anforderungen abzuleiten; ▪ Spezifikationsdokumente (Lasten- und Pflichtenheft) zu erstellen und deren Zusammenspiel zu verstehen; ▪ Anforderungen nach dem MoSCoW-Prinzip oder vergleichbaren Priorisierungsmethoden zu bewerten; ▪ die Einbindung relevanter Stakeholder zu planen und Kommunikationsstrategien im Projekt zu gestalten;
--------------------------------	--

	<ul style="list-style-type: none"> ▪ typische Fehlerquellen in der Anforderungsanalyse zu erkennen und präventiv zu vermeiden, ▪ qualitative und quantitative Methoden der Bedarfserhebung (Interviews, Beobachtung, Workshops, Dokumentenanalyse) anzuwenden; ▪ Anforderungen durch Traceability-Ketten (Prozess → Anforderung → Testfall → Abnahme) nachzuvollziehen; ▪ Spezifikationen, Testpläne und Projektdokumentationen methodisch und revisionssicher zu strukturieren.
Inhalte	<p>Das Modul behandelt die systematische Erhebung, Analyse und Spezifikation von Anforderungen in Digitalisierungs- und Softwareprojekten. Die Studierenden lernen, Geschäftsprozesse zu analysieren, Anforderungen zu formulieren, zu priorisieren und in Lasten- und Pflichtenheften zu dokumentieren. Behandelt werden außerdem Methoden der Bedarfsermittlung, Stakeholdermanagement, typische Fehlerquellen, technische Grundlagen zu Systemarchitekturen, Schnittstellen und Datenschutz sowie der Transfer der Analyseergebnisse in Projektplanung, Test und Abnahme.</p>
Literatur	<p>Pflichtlektüre: keine</p> <p>Zusätzlich empfohlene Literatur:</p> <p>Pohl, Klaus / Rupp, Chris: Requirements Engineering – Grundlagen, Prinzipien, Techniken, 6. Auflage, dpunkt.verlag, Heidelberg 2021.</p> <p>Wieggers, Karl / Beatty, Joy: Software Requirements, 3rd Edition, Pearson Education, Boston 2013.</p> <p>Kotonya, Gerald / Sommerville, Ian: Requirements Engineering – Processes and Techniques, John Wiley & Sons, Chichester 1998.</p> <p>Balzert, Helmut: Lehrbuch der Softwaretechnik 1 – Basiskonzepte und Requirements Engineering, 4. Auflage, Spektrum Akademischer Verlag, Heidelberg 2019.</p> <p>Glinz, Martin: Anforderungen in der Software- und Systementwicklung – Eine Einführung in das Requirements Engineering, Springer Vieweg, Wiesbaden 2020.</p>

Fachgebiet	Wahlpflicht – Vertiefung Finanz- und Rechnungswesen	DBB 7.2
Modul	Risikomanagement & Unternehmensbewertung: Bewertung finanzieller Risiken und Unternehmenswertanalysen	DBB 7.2.1

Verantwortliche/r		
Häufigkeit	Einmal im akademischen Jahr	
Verwendbarkeit	Nur in diesem Studiengang	
ECTS-Punkte	5	
Gesamtworkload (h)	130	
Lehrzeit (h)	40	z. B. 16 Tage á 2,5 Stunden
Lernzeit (h)	90	
Studiensemester	6	
Voraussetzungen	keine	
Lehr- und Lernformen	60% Online-Seminar, 40% Online-Vorlesung, Online-Übung	
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten		
Prüfungsform	Schriftlich (Klausur, 90 Minuten) / mündlich, 10 Minuten zzgl. Zeit für technische Bearbeitung und Upload	
Prüfungsleistung	Differenziert (mindestens die Note 4,0)	

Lernergebnisse und Kompetenzen	<p>Die Studierenden können:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ finanzielle Risiken systematisch identifizieren, quantifizieren und mit geeigneten Instrumenten steuern, ▪ Methoden der Unternehmensbewertung (z. B. Discounted-Cashflow, Multiplikatorverfahren) sachgerecht anwenden, ▪ Risikoanalysen und Sensitivitätsbewertungen zur Entscheidungsunterstützung im Controlling einsetzen, ▪ Strategien des finanziellen Risikomanagements entwickeln und in betriebliche Steuerungsprozesse integrieren, ▪ regulatorische und organisatorische Anforderungen des Risikomanagements in Unternehmen umsetzen, ▪ Unternehmenswerte und Risikoprofile kritisch analysieren und transparent kommunizieren.
--------------------------------	---

Inhalte	<p>Das Modul behandelt die theoretischen Grundlagen und praktischen Verfahren des Risikomanagements und der Unternehmensbewertung. Behandelt werden Identifikation, Analyse und Steuerung finanzieller Risiken sowie Bewertungsmethoden zur Ermittlung des Unternehmenswerts. Im Mittelpunkt stehen quantitative Ansätze wie Discounted-Cashflow-Modelle, Multiplikatorverfahren und Risikoanalyseinstrumente. Ergänzend werden regulatorische Rahmenbedingungen, Berichtspflichten und die Bedeutung von Risikomanagementsystemen für die Unternehmenssteuerung thematisiert.</p>
Literatur	<p>Pflichtlektüre: keine</p> <p>Zusätzlich empfohlene Literatur:</p> <p>Werner Gleißner, Risikomanagement: Grundlagen, Instrumente, Unternehmenspraxis, 2. Auflage, 2017, Vahlen, München</p> <p>Lutz Kruschwitz / Andreas Löffler, Unternehmensbewertung, 6. Auflage, 2020, de Gruyter Oldenbourg, Berlin</p> <p>Tim Koller / Marc Goedhart / David Wessels, Valuation: Unternehmensbewertung und wertorientiertes Management (dt. Ausgabe), 7. Auflage, 2021, Wiley-VCH, Weinheim</p> <p>Philippe Jorion, Value at Risk: The New Benchmark for Managing Financial Risk (engl.), 3. Auflage, 2006, McGraw-Hill, New York</p> <p>Bernhard Schwetzler / Dirk Hachmeister (Hrsg.), Handbuch Unternehmensbewertung, 2. Auflage, 2013, Schäffer-Poeschel, Stuttgart</p>

Fachgebiet	Wahlpflicht – Vertiefung Finanz- und Rechnungswesen	DBB 7.2
Modul	Financial Modeling & Data Analytics: Einsatz von Datenanalyse-Tools für Finanzprognosen und Controlling	DBB 7.2.2

Verantwortliche/r		
Häufigkeit	Einmal im akademischen Jahr	
Verwendbarkeit	Nur in diesem Studiengang	
ECTS-Punkte	5	
Gesamtworkload (h)	130	
Lehrzeit (h)	40	z. B. 16 Tage á 2,5 Stunden
Lernzeit (h)	90	
Studiensemester	6	
Voraussetzungen	keine	
Lehr- und Lernformen	60% Online-Seminar, 40% Online-Vorlesung, Online-Übung	
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten		
Prüfungsform	Schriftlich (Klausur, 90 Minuten) / mündlich, 10 Minuten zzgl. Zeit für technische Bearbeitung und Upload	
Prüfungsleistung	differenziert (mindestens die Note 4,0)	

Lernergebnisse und Kompetenzen	<p>Die Studierenden können:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Finanzmodelle zur Prognose, Simulation und Bewertung wirtschaftlicher Entwicklungen erstellen und anwenden, ▪ moderne Data-Analytics-Werkzeuge (z. B. Power BI, Python, Excel Modeling) zur Unterstützung von Controlling- und Finanzentscheidungen nutzen, ▪ Szenarioanalysen, Forecasts und datengetriebene Simulationen entwickeln, um strategische Entscheidungen vorzubereiten, ▪ Finanzdaten kritisch interpretieren und mithilfe digitaler Tools visualisieren, ▪ Aspekte von Datenqualität, Governance und Automatisierung im Finanzbereich berücksichtigen, ▪ datenbasierte Entscheidungsmodelle verantwortungsvoll und transparent einsetzen.
--------------------------------	--

Inhalte	<p>Das Modul befasst sich mit der Anwendung datenbasierter Methoden und digitaler Tools im Finanzmanagement und Controlling. Thematisiert werden Aufbau und Nutzung von Finanzmodellen, Prognosetechniken, Szenarioanalysen und datengetriebenen Entscheidungsinstrumenten. Ein Schwerpunkt liegt auf der Integration moderner Data-Analytics-Werkzeuge zur Planung, Simulation und Bewertung von Finanzentwicklungen. Darüber hinaus werden Aspekte der Automatisierung, Datenqualität und Governance im Finanzbereich behandelt.</p>
Literatur	<p>Pflichtlektüre: keine</p> <p>Zusätzlich empfohlene Literatur:</p> <p>Simon Benninga, Financial Modeling (engl.), 4. Auflage, 2014, MIT Press, Cambridge (MA)</p> <p>Michael Rees, Principles of Financial Modelling (engl.), 2018, Wiley, Chichester</p> <p>Foster Provost / Tom Fawcett, Data Science for Business (dt. Ausgabe), 2016, O'Reilly, Köln</p> <p>Jake VanderPlas, Python Data Science Handbook (engl.), 2. Auflage, 2023, O'Reilly, Sebastopol</p> <p>Andreas Schlüter / Dominik Petri, Controlling mit Power BI: Konzepte, Datenmodelle und Dashboards, 2021, Haufe, Freiburg</p>

Fachgebiet	Wahlpflicht – Vertiefung Finanz- und Rechnungswesen	D DBB 7.2
Modul	Steuroptimierung für Unternehmen: Nationale und internationale Steuerstrategien für Unternehmen	DBB 7.2.3

Verantwortliche/r		
Häufigkeit	Einmal im akademischen Jahr	
Verwendbarkeit	Nur in diesem Studiengang	
ECTS-Punkte	5	
Gesamtworkload (h)	130	
Lehrzeit (h)	40	z. B. 16 Tage á 2,5 Stunden
Lernzeit (h)	90	
Studiensemester	6	
Voraussetzungen	keine	
Lehr- und Lernformen	60% Online-Seminar, 40% Online-Vorlesung, Online-Übung	
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten		
Prüfungsform	Schriftlich (Klausur, 90 Minuten) / mündlich, 10 Minuten zzgl. Zeit für technische Bearbeitung und Upload	
Prüfungsleistung	differenziert (mindestens die Note 4,0)	

Lernergebnisse und Kompetenzen	<p>Die Studierenden können:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ steuerliche Risiken und Gestaltungsmöglichkeiten im nationalen und internationalen Kontext analysieren, ▪ steuerliche Optimierungsstrategien im Rahmen rechtlicher Vorgaben entwickeln und bewerten, ▪ steuerliche Compliance-Strukturen aufbauen und deren Wirksamkeit überprüfen, ▪ die Auswirkungen von Verrechnungspreisen, Holdingstrukturen und internationalen Abkommen auf Unternehmensentscheidungen einschätzen, ▪ steuerliche Aspekte digitaler Geschäftsmodelle und grenzüberschreitender Aktivitäten bewerten, ▪ Strategien zur Erhöhung der finanziellen Resilienz und Effizienz unter Einhaltung gesetzlicher Bestimmungen gestalten.
--------------------------------	---

Inhalte	<p>Dieses Modul vermittelt einen Überblick über die zentralen Instrumente und Strategien der steuerlichen Unternehmensgestaltung. Behandelt werden nationale und internationale Steuerarten, steuerliche Gestaltungsmöglichkeiten, Verrechnungspreise, Holdingstrukturen und Aspekte der Steuerplanung im grenzüberschreitenden Kontext. Weitere Themen sind steuerliche Compliance, Risikoanalyse und die Auswirkungen digitaler Geschäftsmodelle auf das Steuerrecht. Der Fokus liegt auf der effizienten und rechtssicheren Steuerstrukturierung von Unternehmen.</p>
Literatur	<p>Pflichtlektüre: keine</p> <p>Zusätzlich empfohlene Literatur:</p> <p>Klaus Tipke / Joachim Lang / Roman Seer (Hrsg.), Steuerrecht, 23. Auflage, 2022, Otto Schmidt, Köln</p> <p>Harald Schaumburg, Internationales Steuerrecht, 5. Auflage, 2021, Otto Schmidt, Köln</p> <p>Klaus Vogel / Moris Lehner (Hrsg.), Doppelbesteuerungsabkommen (DBA), 8. Auflage, 2022, C. H. Beck, München</p> <p>Thomas Rödder / Klaus-Dieter Drüen (Hrsg.), Unternehmenssteuerrecht, 2. Auflage, 2020, C. H. Beck, München</p> <p>Andreas Oestreicher / Joachim Englisch (Hrsg.), Steuergestaltung international tätiger Unternehmen, 2. Auflage, 2018, Otto Schmidt, Köln</p>

Fachgebiet	Wahlpflicht – Vertiefung Finanz- und Rechnungswesen	DBB 7.2
Modul	Blockchain & Kryptowährungen: Grundlagen digitaler Finanzsysteme und deren betriebswirtschaftliche Relevanz	DBB 7.2.4

Verantwortliche/r		
Häufigkeit	Einmal im akademischen Jahr	
Verwendbarkeit	Nur in diesem Studiengang	
ECTS-Punkte	5	
Gesamtworkload (h)	130	
Lehrzeit (h)	40	z. B. 16 Tage á 2,5 Stunden
Lernzeit (h)	90	
Studiensemester	6	
Voraussetzungen	keine	
Lehr- und Lernformen	60% Online-Seminar, 40% Online-Vorlesung, Online-Übung	
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten		
Prüfungsform	Schriftlich (Klausur, 90 Minuten) / mündlich, 10 Minuten zzgl. Zeit für technische Bearbeitung und Upload	
Prüfungsleistung	Differenziert (mindestens die Note 4,0)	

Lernergebnisse und Kompetenzen	<p>Die Studierenden können:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Funktionsweise, Potenziale und Grenzen von Blockchain-Technologien und Kryptowährungen erklären, ▪ betriebswirtschaftliche Anwendungsfelder digitaler Finanzsysteme (z. B. Smart Contracts, Tokenisierung, DeFi) analysieren, ▪ Chancen und Risiken der Blockchain-Integration in Unternehmensprozesse bewerten, ▪ rechtliche, regulatorische und ethische Anforderungen bei der Nutzung digitaler Finanztechnologien berücksichtigen, ▪ Governance- und Kontrollmechanismen für Blockchain-basierte Geschäftsmodelle entwickeln, ▪ die Auswirkungen dezentraler Finanzsysteme auf Controlling, Finanzierung und Unternehmensbewertung einschätzen.
--------------------------------	--

Inhalte	<p>1. Dieses Modul vermittelt einen Überblick über die zentralen Instrumente und Strategien der steuerlichen Unternehmensgestaltung. Behandelt werden nationale und internationale Steuerarten, steuerliche Gestaltungsmöglichkeiten, Verrechnungspreise, Holdingstrukturen und Aspekte der Steuerplanung im grenzüberschreitenden Kontext. Weitere Themen sind steuerliche Compliance, Risikoanalyse und die Auswirkungen digitaler Geschäftsmodelle auf das Steuerrecht. Der Fokus liegt auf der effizienten und rechtssicheren Steuerstrukturierung von Unternehmen.</p>
Literatur	<p>Pflichtlektüre: keine</p> <p>Zusätzlich empfohlene Literatur:</p> <p>Daniel Drescher, Blockchain – Grundlagen: Eine Einführung in die elementaren Konzepte in 25 Schritten, 2017, mitp, Frechen</p> <p>Fabian Schär / Aleksander Berentsen, Bitcoin, Blockchain und Kryptoassets: Ein umfassender Überblick, 2019, mitp, Frechen</p> <p>Shermin Voshmgir, Token Economy (dt. Ausgabe), 2. Auflage, 2021, Vahlen, München</p> <p>Philipp Sandner (Hrsg.), Krypto-Assets: Chancen und Risiken für Unternehmen und Investoren, 2020, Springer Gabler, Wiesbaden</p> <p>Tobias Schmidt / Peter Zimmermann (Hrsg.), Blockchain und Distributed Ledger Technologien: Grundlagen, Anwendungen und Perspektiven, 2019, Springer Gabler, Wiesbaden</p>

Fachgebiet	Wahlpflicht – Vertiefung Marketing & Vertrieb	DBB 7.3
Modul	E-Commerce & Online-Marketing: Digitale Marketingstrategien und Geschäftsmodelle im Online-Handel	DBB 7.3.1

Verantwortliche/r		
Häufigkeit	Einmal im akademischen Jahr	
Verwendbarkeit	Nur in diesem Studiengang	
ECTS-Punkte	5	
Gesamtworkload (h)	130	
Lehrzeit (h)	40	z. B. 16 Tage á 2,5 Stunden
Lernzeit (h)	90	
Studiensemester	6	
Voraussetzungen	keine	
Lehr- und Lernformen	60% Online-Seminar, 40% Online-Vorlesung, Online-Übung	
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten		
Prüfungsform	Schriftlich (Klausur, 90 Minuten) / mündlich, 10 Minuten zzgl. Zeit für technische Bearbeitung und Upload	
Prüfungsleistung	Differenziert (mindestens die Note 4,0)	

Lernergebnisse und Kompetenzen	<p>Die Studierenden können:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ digitale Geschäftsmodelle im E-Commerce entwickeln, analysieren und strategisch steuern, ▪ Online-Marketing-Instrumente wie SEO, SEA, Performance- und Content-Marketing gezielt einsetzen, ▪ Kundenverhalten entlang der digitalen Customer Journey erfassen und durch Conversion-Optimierung beeinflussen, ▪ datenbasierte Kampagnen mit Kennzahlen und Analysetools bewerten und optimieren, ▪ E-Commerce-Strategien in die Gesamtunternehmensstrategie integrieren, ▪ digitale Vertriebskanäle und Plattformen wirtschaftlich, rechtlich und ethisch reflektiert gestalten.
--------------------------------	--

Inhalte	<p>Das Modul behandelt strategische, technologische und operative Aspekte des digitalen Marketings und des Online-Handels. Behandelt werden digitale Geschäftsmodelle, E-Commerce-Plattformen, Performance-Marketing, Suchmaschinenoptimierung (SEO /SEA) sowie Customer Journey und Conversion-Optimierung. Zudem werden datengetriebene Ansätze des Marketings, Automatisierungstools und Analysemethoden zur Erfolgskontrolle vorgestellt. Ein besonderer Fokus liegt auf der Integration von E-Commerce-Strategien in die Gesamtunternehmensstrategie und der Gestaltung digitaler Kundenerlebnisse.</p>
Literatur	<p>Pflichtlektüre: keine</p> <p>Zusätzlich empfohlene Literatur:</p> <p>Gerrit Heinemann, Der neue Online-Handel: Geschäftsmodelle, Strategien und Best Practices im E-Commerce, 7. Auflage, 2021, Springer Gabler, Wiesbaden</p> <p>Erwin Lammenett, Praxiswissen Online-Marketing, 8. Auflage, 2021, Springer Gabler, Wiesbaden</p> <p>Felix Beilharz, Online-Marketing: Strategien, Instrumente und Best Practices, 3. Auflage, 2020, Rheinwerk, Bonn</p> <p>Alexander Graf / Holger Schneider, Digital Commerce – Strategien für erfolgreichen Onlinehandel, 2017, Springer Gabler, Wiesbaden</p> <p>Martin S. Jansson / Tobias Schlotmann, E-Commerce-Management: Strategien, Geschäftsmodelle und Umsetzung, 2. Auflage, 2019, Springer Gabler, Wiesbaden</p>

Fachgebiet	Wahlpflicht – Vertiefung Marketing & Vertrieb	DBB 7.3
Modul	Neuromarketing & Konsumentenverhalten: Psychologische Einflussfaktoren auf Kaufentscheidungen und Markenerfolg	DBB 7.3.2

Verantwortliche/r		
Häufigkeit	Einmal im akademischen Jahr	
Verwendbarkeit	Nur in diesem Studiengang	
ECTS-Punkte	5	
Gesamtworkload (h)	130	
Lehrzeit (h)	40	z. B. 16 Tage á 2,5 Stunden
Lernzeit (h)	90	
Studiensemester	6	
Voraussetzungen	keine	
Lehr- und Lernformen	60% Online-Seminar, 40% Online-Vorlesung, Online-Übung	
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten		
Prüfungsform	Schriftlich (Klausur, 90 Minuten) / mündlich, 10 Minuten zzgl. Zeit für technische Bearbeitung und Upload	
Prüfungsleistung	Differenziert (mindestens die Note 4,0)	

Lernergebnisse und Kompetenzen	<p>Die Studierenden können:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ psychologische, emotionale und neurowissenschaftliche Faktoren des Konsumentenverhaltens erklären und analysieren, ▪ Wahrnehmungs-, Entscheidungs- und Motivationsprozesse in Marketingstrategien integrieren, ▪ Methoden der Konsumenten- und Verhaltensforschung anwenden, um Marktentscheidungen zu prognostizieren, ▪ Erkenntnisse aus Behavioral Marketing und Neuromarketing zur Marken- und Produktgestaltung nutzen, ▪ emotionale Markenbindungen strategisch aufbauen und pflegen, ▪ ethische Fragestellungen im Umgang mit psychologisch fundierten Marketingansätzen kritisch reflektieren.
--------------------------------	---

Inhalte	<p>Das Modul untersucht psychologische und neurowissenschaftliche Grundlagen des Konsumentenverhaltens und deren Anwendung im Marketing. Behandelt werden Wahrnehmungs-, Entscheidungs- und Emotionsprozesse, die das Kaufverhalten beeinflussen, sowie Methoden der Konsumentenforschung. Weitere Themen sind Markenwahrnehmung, Motivation, Vertrauen und unbewusste Entscheidungsmechanismen. Ergänzend werden Ansätze des Behavioral Marketing, datenbasierte Analysen und ethische Fragestellungen im Umgang mit Konsumentenpsychologie diskutiert.</p>
Literatur	<p>Pflichtlektüre: keine</p> <p>Zusätzlich empfohlene Literatur:</p> <p>Franz-Rudolf Esch / Tobias Langner / Marius K. L. Herrmann / Torsten Tomczak (Hrsg.), Konsumentenverhalten, 2. Auflage, 2020, Vahlen, München</p> <p>Hans-Georg Häusel, Brain View: Warum Kunden kaufen, 3. Auflage, 2013, Haufe, Freiburg</p> <p>Werner Kroeber-Riel / Peter Weinberg / Andrea Gröppel-Klein, Konsumentenverhalten, 11. Auflage, 2019, Vahlen, München</p> <p>Daniel Kahneman, Schnelles Denken, langsames Denken (dt. Ausgabe), 2012, Siedler, München</p> <p>Christophe Morin / Patrick Renvoise, Neuromarketing: Understanding the Buy Buttons in Your Customer's Brain (engl.), 2. Auflage, 2018, HarperCollins, New York</p>

Fachgebiet	Wahlpflicht – Vertiefung Marketing & Vertrieb	DBB 7.3
Modul	Public Relations & Branding: Aufbau und Pflege einer starken Unternehmensmarke	DBB 7.3.3

Verantwortliche/r		
Häufigkeit	Einmal im akademischen Jahr	
Verwendbarkeit	Nur in diesem Studiengang	
ECTS-Punkte	5	
Gesamtworkload (h)	130	
Lehrzeit (h)	40	z. B. 16 Tage á 2,5 Stunden
Lernzeit (h)	90	
Studiensemester	6	
Voraussetzungen	keine	
Lehr- und Lernformen	60% Online-Seminar, 40% Online-Vorlesung, Online-Übung	
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten		
Prüfungsform	Schriftlich (Klausur, 90 Minuten) / mündlich, 10 Minuten zzgl. Zeit für technische Bearbeitung und Upload	
Prüfungsleistung	differenziert (mindestens die Note 4,0)	

Lernergebnisse und Kompetenzen	<p>Die Studierenden können:</p> <ul style="list-style-type: none"> Strategien zur Entwicklung, Positionierung und Pflege von Markenidentität und Markenimage gestalten, integrierte Kommunikations- und PR-Kampagnen konzipieren und umsetzen, Medien- und Kanalstrategien für konsistente Markenkommunikation entwickeln, Krisenkommunikation und Reputationsmanagement professionell steuern, Storytelling- und Corporate-Design-Prinzipien zur Stärkung der Unternehmensmarke einsetzen, Markenkommunikation im digitalen Raum unter rechtlichen, gesellschaftlichen und ethischen Gesichtspunkten bewerten.
Inhalte	Das Modul befasst sich mit den strategischen und operativen Grundlagen der Markenführung und Unternehmenskommunikation. Behandelt werden Markenidentität,

	Positionierung, Corporate Design, Imagepflege und Reputationsmanagement. Ein Schwerpunkt liegt auf der Entwicklung integrierter Kommunikationsstrategien und deren Umsetzung in digitalen Medien. Darüber hinaus werden Instrumente der Öffentlichkeitsarbeit, Krisenkommunikation und Storytelling behandelt, um konsistente Markenbotschaften über verschiedene Kanäle hinweg zu gestalten.
Literatur	<p>Pflichtlektüre: keine</p> <p>Zusätzlich empfohlene Literatur:</p> <p>Franz-Rudolf Esch (Hrsg.), Strategie und Technik der Markenführung, 10. Auflage, 2020, Vahlen, München</p> <p>Ansgar Zerfaß / Manuela Mast / Jens Pagel (Hrsg.), Handbuch Unternehmenskommunikation, 3. Auflage, 2014, Springer VS, Wiesbaden</p> <p>Klaus Merten / Romy Fröhlich / Siegfried J. Schmidt (Hrsg.), Handbuch Public Relations, 3. Auflage, 2013, Springer VS, Wiesbaden</p> <p>Kevin Lane Keller / Marc Oliver Opresnik, Strategisches Markenmanagement (dt. Ausgabe), 3. Auflage, 2019, Pearson, München</p> <p>Heribert Meffert / Christoph Burmann / Manfred Kirchgeorg, Markenmanagement: Identitätsbasierte Markenführung und praktische Umsetzung, 3. Auflage, 2015, Springer Gabler, Wiesbaden</p>

Fachgebiet	Wahlpflicht – Vertiefung Marketing & Vertrieb	DBB 7.3
Modul	Social Media Management: Strategien für digitale Kommunikation und Community-Building	DBB 7.3.4

Verantwortliche/r		
Häufigkeit	Einmal im akademischen Jahr	
Verwendbarkeit	Nur in diesem Studiengang	
ECTS-Punkte	5	
Gesamtworkload (h)	130	
Lehrzeit (h)	40	z. B. 16 Tage á 2,5 Stunden
Lernzeit (h)	90	
Studiensemester	6	
Voraussetzungen	keine	
Lehr- und Lernformen	60% Online-Seminar, 40% Online-Vorlesung, Online-Übung	
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten		
Prüfungsform	Schriftlich (Klausur, 90 Minuten) / mündlich, 10 Minuten zzgl. Zeit für technische Bearbeitung und Upload	
Prüfungsleistung	Differenziert (mindestens die Note 4,0)	

Lernergebnisse und Kompetenzen	<p>Die Studierenden können:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Social-Media-Strategien für Markenaufbau, Kundenbindung und digitale Kommunikation entwickeln, ▪ Plattformen, Kanäle und Content-Formate strategisch auswählen und zielgruppenorientiert einsetzen, ▪ Social-Media-Kampagnen planen, durchführen und mithilfe von Analyse-Tools evaluieren, ▪ digitale Communities aufbauen, moderieren und nachhaltig pflegen, ▪ Influencer-Marketing, virale Kommunikation und User Engagement strategisch nutzen, ▪ rechtliche, ethische und kommunikative Aspekte digitaler Interaktion reflektieren und verantwortungsvoll gestalten.
--------------------------------	---

Inhalte	Dieses Modul behandelt den professionellen Einsatz sozialer Medien zur Markenführung, Kundenbindung und strategischen Kommunikation. Thematisiert werden Plattformstrategien, Content-Planung, Social-Media-Kampagnen, Influencer-Marketing sowie Community-Management. Ergänzend werden Kennzahlen und Analysetools zur Erfolgsmessung, rechtliche Rahmenbedingungen und Trends in der digitalen Kommunikation vorgestellt. Der Fokus liegt auf der Entwicklung konsistenter Social-Media-Strategien, die Dialog, Interaktion und Markenloyalität fördern.
Literatur	<p>Pflichtlektüre: keine</p> <p>Zusätzlich empfohlene Literatur:</p> <p>Vivian Pein, Der Social-Media-Manager: Handbuch für Ausbildung und Beruf, 3. Auflage, 2019, Rheinwerk, Bonn</p> <p>Felix Beilharz, Erfolgreiches Social Media Marketing: Konzepte, Maßnahmen und Praxisbeispiele, 3. Auflage, 2017, mitp, Frechen</p> <p>Klaus Eck / Thorsten Ising, Die Content-Revolution im Unternehmen: Mit Content-Strategie und Social Media zum Unternehmenserfolg, 2014, Haufe, Freiburg</p> <p>Miriam Löffler / Irene Michl, Think Content! Content-Strategie, Content-Marketing und Texten fürs Web, 3. Auflage, 2019, Rheinwerk, Bonn</p> <p>Jonas Hagedorn / Ann-Kristin Schade / Björn Portillo, Social Media Management: Strategien, Maßnahmen und Controlling, 2018, Springer Gabler, Wiesbaden</p>

Fachgebiet	Wahlpflicht – Vertiefung Wirtschaftsrecht & Digitalisierung	DBB 7.4
Modul	Wettbewerbsrecht & Markenrecht: Schutz geistigen Eigentums und rechtliche Aspekte des Wettbewerbs	DBB 7.4.1

Verantwortliche/r			
Häufigkeit	Einmal im akademischen Jahr		
Verwendbarkeit	Nur in diesem Studiengang		
ECTS-Punkte	5		
Gesamtworkload (h)	130		
Lehrzeit (h)	40	z. B. 16 Tage á 2,5 Stunden	
Lernzeit (h)	90		
Studiensemester	6		
Voraussetzungen	keine		
Lehr- und Lernformen	60% Online-Seminar, 40% Online-Vorlesung, Online-Übung		
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten			
Prüfungsform	Schriftlich (Klausur, 90 Minuten) / mündlich, 10 Minuten zzgl. Zeit für technische Bearbeitung und Upload		
Prüfungsleistung	Differenziert (mindestens die Note 4,0)		

Lernergebnisse und Kompetenzen	<p>Die Studierenden können:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Regelungen des Wettbewerbs- und Markenrechts anwenden und auf reale Unternehmenssituationen übertragen, ▪ Schutzrechte geistigen Eigentums strategisch sichern und verteidigen, ▪ markenrechtliche Anmeldungs-, Nutzungs- und Schutzprozesse rechtlich bewerten, ▪ unlautere Geschäftspraktiken erkennen und rechtlich einordnen, ▪ rechtliche Risiken digitaler Markenkommunikation und Werbung analysieren, ▪ Maßnahmen zur Wahrung von Fairness, Transparenz und Rechtskonformität im Wettbewerb entwickeln.
Inhalte	Das Modul behandelt die zentralen Grundlagen des Wettbewerbs- und Markenrechts. Behandelt werden gesetzliche Regelungen zum Schutz geistigen Eigentums, zur Bekämpfung unlauteren Wettbewerbs sowie zur Sicherung der Markenidentität im

	digitalen Raum. Themen sind unter anderem Kennzeichenrecht, Markenmeldung, Abmahnwesen, Werbebeschränkungen und die Abgrenzung von rechtmäßigem und unlauterem Wettbewerb. Ergänzend werden aktuelle Entwicklungen im Online-Handel und in der digitalen Markenführung diskutiert.
Literatur	<p>Pflichtlektüre: keine</p> <p>Zusätzlich empfohlene Literatur:</p> <p>Köhler / Bornkamm / Feddersen, Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG). Kommentar, 41. Auflage, 2023, C. H. Beck, München</p> <p>Ströbele / Hacker / Thiering, Markengesetz. Kommentar, 13. Auflage, 2021, C. H. Beck, München</p> <p>Büscher (Hrsg.), Gewerblicher Rechtsschutz, Urheberrecht, Medienrecht (GRUR). Kommentar, 3. Auflage, 2020, C. H. Beck, München</p> <p>Ohly / Sosnitza, UWG. Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb. Kommentar, 7. Auflage, 2016, C. H. Beck, München</p> <p>Ingerl / Rohnke, Markengesetz. Kommentar, 3. Auflage, 2010, C. H. Beck, München</p>

Fachgebiet	Wahlpflicht – Vertiefung Wirtschaftsrecht & Digitalisierung	DBB 7.4
Modul	IT-Recht & Datenschutz: DSGVO, Datenschutzstrategien und rechtliche Rahmenbedingungen digitaler Geschäftsmodelle	DBB 7.4.2

Verantwortliche/r		
Häufigkeit	Einmal im akademischen Jahr	
Verwendbarkeit	Nur in diesem Studiengang	
ECTS-Punkte	5	
Gesamtworkload (h)	130	
Lehrzeit (h)	40	z. B. 16 Tage á 2,5 Stunden
Lernzeit (h)	90	
Studiensemester	6	
Voraussetzungen	keine	
Lehr- und Lernformen	60% Online-Seminar, 40% Online-Vorlesung, Online-Übung	
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten		
Prüfungsform	Schriftlich/Mündlich (Sc./Mü)	
Prüfungsleistung	Differenziert (mindestens die Note 4,0)	

Lernergebnisse und Kompetenzen	<p>Die Studierenden können:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ rechtliche Grundlagen des IT-Rechts und der Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO) anwenden, ▪ datenschutzkonforme Geschäftsprozesse in digitalen Unternehmen gestalten, ▪ Risiken bei internationalen Datentransfers und Cloud-Lösungen rechtlich bewerten, ▪ Haftungsfragen und Compliance-Anforderungen in digitalen Geschäftsmodellen analysieren, ▪ Datenschutzmanagementsysteme implementieren und dokumentieren, ▪ ethische, organisatorische und rechtliche Spannungsfelder zwischen Innovation und Datenschutz reflektieren.
Inhalte	Dieses Modul vermittelt die rechtlichen Grundlagen des IT-Rechts und des Datenschutzes im digitalen Wirtschaftsumfeld. Behandelt werden insbesondere die Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO), das Bundesdatenschutzgesetz (BDSG), IT-

	Sicherheitsrecht sowie Haftungsfragen in digitalen Geschäftsmodellen. Weitere Inhalte sind Datenschutzmanagement, Einwilligung und Informationspflichten, internationale Datentransfers und die rechtlichen Anforderungen an Cloud-Services, KI-Systeme und Plattformökonomien.
Literatur	<p>Pflichtlektüre: keine</p> <p>Zusätzlich empfohlene Literatur:</p> <p>Härtling, Internetrecht, 7. Auflage, 2022, C. H. Beck, München</p> <p>Kühling / Buchner (Hrsg.), DS-GVO / BDSG. Kommentar, 3. Auflage, 2020, C. H. Beck, München</p> <p>Gola (Hrsg.), DSGVO. Kommentar, 4. Auflage, 2022, C. H. Beck, München</p> <p>Ehmann / Selmayr (Hrsg.), Datenschutz-Grundverordnung. Kommentar, 2. Auflage, 2018, C. H. Beck, München</p> <p>Spindler / Schuster (Hrsg.), Recht der elektronischen Medien, 4. Auflage, 2019, C. H. Beck, München</p>

Fachgebiet	Wahlpflicht – Vertiefung Wirtschaftsrecht & Digitalisierung	DBB 7.4
Modul	Künstliche Intelligenz in der Wirtschaft: Einsatz und Regulierung von KI in Unternehmen	DBB 7.4.3

Verantwortliche/r		
Häufigkeit	Einmal im akademischen Jahr	
Verwendbarkeit	Nur in diesem Studiengang	
ECTS-Punkte	5	
Gesamtworkload (h)	130	
Lehrzeit (h)	40	z. B. 16 Tage á 2,5 Stunden
Lernzeit (h)	90	
6	4	
Voraussetzungen	keine	
Lehr- und Lernformen	60% Online-Seminar, 40% Online-Vorlesung, Online-Übung	
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten		
Prüfungsform	Schriftlich (Klausur, 90 Minuten) / mündlich, 10 Minuten zzgl. Zeit für technische Bearbeitung und Upload	
Prüfungsleistung	Differenziert (mindestens die Note 4,0)	

Lernergebnisse und Kompetenzen	<p>Die Studierenden können:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ rechtliche und regulatorische Anforderungen an den Einsatz von KI-Systemen in Unternehmen analysieren, ▪ Haftungs-, Urheber- und Transparenzfragen im Zusammenhang mit KI-basierten Entscheidungen bewerten, ▪ nationale und europäische Regelwerke (z. B. EU-AI-Act) interpretieren und in Unternehmensstrategien integrieren, ▪ ethische und Governance-bezogene Aspekte beim Einsatz von KI berücksichtigen, ▪ branchenspezifische KI-Anwendungen auf ihre rechtliche Zulässigkeit prüfen, ▪ Richtlinien für verantwortungsvollen und regelkonformen KI-Einsatz im Unternehmen entwickeln.
--------------------------------	--

Inhalte	Das Modul untersucht den rechtlichen Rahmen, die regulatorischen Entwicklungen und die ethischen Fragestellungen beim Einsatz von Künstlicher Intelligenz in Unternehmen. Behandelt werden Haftungsfragen, Urheberrechte an KI-generierten Werken, Transparenzpflichten, Datenschutz und die EU-KI-Verordnung. Darüber hinaus werden branchenspezifische Anwendungsfelder und Compliance-Anforderungen betrachtet, um die rechtlichen Herausforderungen im Spannungsfeld zwischen Innovation und Regulierung zu verdeutlichen.
Literatur	<p>Pflichtlektüre: keine</p> <p>Zusätzlich empfohlene Literatur:</p> <p>Ebers / Navas (Hrsg.), Künstliche Intelligenz und Recht, 2020, Nomos, Baden-Baden</p> <p>Gentsch, Künstliche Intelligenz in Marketing, Vertrieb und Service: Mit AI und Bots zu einem konkurrenzlosen Unternehmen, 2. Auflage, 2019, Springer Gabler, Wiesbaden</p> <p>Feld / Ramge, Die digitale Seele: Eine Geschichte der künstlichen Intelligenz, 2019, Murmann, Hamburg</p> <p>Martini (Hrsg.), Daten, Algorithmen, Künstliche Intelligenz – Verantwortlichkeit und Governance, 2021, C. H. Beck, München</p> <p>Russell / Norvig, Artificial Intelligence: A Modern Approach, 4. Auflage, 2020, Pearson, Harlow</p>

Fachgebiet	Wahlpflicht – Vertiefung Wirtschaftsrecht & Digitalisierung	DBB 7.4
Modul	Cybersecurity & Compliance: Schutz vor Cyberrisiken und rechtliche Vorgaben für Unternehmen	DBB 7.4.4

Verantwortliche/r		
Häufigkeit	Einmal im akademischen Jahr	
Verwendbarkeit	Nur in diesem Studiengang	
ECTS-Punkte	5	
Gesamtworkload (h)	130	
Lehrzeit (h)	40	z. B. 16 Tage á 2,5 Stunden
Lernzeit (h)	90	
Studiensemester	6	
Voraussetzungen	keine	
Lehr- und Lernformen	60% Online-Seminar, 40% Online-Vorlesung, Online-Übung	
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten		
Prüfungsform	Schriftlich (Klausur, 90 Minuten) / mündlich, 10 Minuten zzgl. Zeit für technische Bearbeitung und Upload	
Prüfungsleistung	Differenziert (mindestens die Note 4,0)	

Lernergebnisse und Kompetenzen	<p>Die Studierenden können:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ rechtliche, organisatorische und technische Anforderungen an IT-Sicherheit und Datenschutz umsetzen, ▪ Risiken von Cyberangriffen analysieren und Präventionsmaßnahmen entwickeln, ▪ Meldepflichten, Haftungsfragen und Compliance-Vorgaben rechtssicher handhaben, ▪ Sicherheitsstrategien mit internationalen Normen und Standards (z. B. ISO/IEC, NIS2) abgleichen, ▪ unternehmensweite Sicherheits- und Notfallmanagementsysteme konzipieren, • Cyberrisiken im Spannungsfeld zwischen Technik, Recht und Management bewerten.
--------------------------------	---

Inhalte	Das Modul thematisiert die rechtlichen, organisatorischen und technischen Anforderungen an den Schutz von Unternehmensdaten und IT-Systemen. Behandelt werden Grundlagen der Cybersicherheit, Haftungsfragen bei Datenpannen, Meldepflichten, IT-Sicherheitsgesetze sowie Compliance-Strukturen zum Schutz vor Cyberangriffen. Darüber hinaus werden Risikomanagement, Notfallstrategien und internationale Sicherheitsstandards analysiert. Fallstudien verdeutlichen die Verzahnung zwischen juristischem Rahmen und praktischer IT-Sicherheit.
Literatur	<p>Pflichtlektüre: keine</p> <p>Zusätzlich empfohlene Literatur:</p> <p>BSI, IT-Grundschutz-Kompendium, aktuelle Ausgabe, Bundesamt für Sicherheit in der Informationstechnik, Bonn</p> <p>Pohlmann / Reimer (Hrsg.), ISO/IEC 27001 – Informationssicherheits-Management: Praxishandbuch zur Einführung eines ISMS, 3. Auflage, 2021, Springer Vieweg, Wiesbaden</p> <p>Roßnagel (Hrsg.), Handbuch Datenschutzrecht, 3. Auflage, 2019, Nomos, Baden-Baden</p> <p>Helmke / Sommer (Hrsg.), IT-Compliance: Praxisleitfaden für Unternehmen, 2. Auflage, 2016, dpunkt.verlag, Heidelberg</p> <p>Schwarzer / Sieber (Hrsg.), Cybersecurity – Strategien, Maßnahmen und Best Practices, 2020, Springer Vieweg, Wiesbaden</p>

Fachgebiet	Wahlpflicht – Vertiefung Wirtschaftsrecht & Digitalisierung	DBB 7.4
Modul	Legal Tech und E-Government	DBB 7.4.5

Verantwortliche/r		
Häufigkeit	Einmal im akademischen Jahr	
Verwendbarkeit	Nur in diesem Studiengang	
ECTS-Punkte	5	
Gesamtworkload (h)	130	
Lehrzeit (h)	40	z. B. 16 Tage á 2,5 Stunden
Lernzeit (h)	90	
Studiensemester	6	
Voraussetzungen	keine	
Lehr- und Lernformen	60% Online-Seminar, 40% Online-Vorlesung, Online-Übung	
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten		
Prüfungsform	Schriftlich (Klausur, 90 Minuten) / mündlich, 10 Minuten zzgl. Zeit für technische Bearbeitung und Upload	
Prüfungsleistung	Differenziert (mindestens die Note 4,0)	

Lernergebnisse und Kompetenzen	<p>Die Studierenden können:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ digitale Technologien zur Automatisierung juristischer Prozesse (Legal Tech) zielgerichtet einsetzen, ▪ den Nutzen von Legal-Tech-Anwendungen für Justiz, Verwaltung und Unternehmen analysieren, ▪ Online-Verwaltungsverfahren und E-Government-Strukturen rechtlich und organisatorisch bewerten, ▪ rechtliche und ethische Herausforderungen digitaler Entscheidungsunterstützungssysteme einordnen, ▪ Strategien zur Modernisierung von Verwaltung und Justiz durch digitale Innovationen entwerfen, ▪ Transparenz, Bürgernähe und Datenschutz in E-Government-Prozessen sicherstellen.
--------------------------------	--

Inhalte	<p>Das Modul behandelt den Einsatz digitaler Technologien in der juristischen Arbeit und in der öffentlichen Verwaltung. Thematisiert werden Grundlagen von Legal-Tech-Anwendungen, digitale Aktenführung, Automatisierung rechtlicher Prozesse, KI-gestützte Entscheidungsunterstützung und Online-Verwaltungsverfahren. Darüber hinaus werden rechtliche, organisatorische und ethische Herausforderungen des E-Government analysiert, insbesondere im Hinblick auf Datenschutz, Bürgerbeteiligung und digitale Verwaltungsmodernisierung.</p>
Literatur	<p>Pflichtlektüre: keine</p> <p>Zusätzlich empfohlene Literatur:</p> <p>Hartung / Bues / Halbleib (Hrsg.), Legal Tech: Die Digitalisierung des Rechtsmarkts, 2. Auflage, 2018, C. H. Beck, München</p> <p>Kilian (Hrsg.), Rechtshandbuch Legal Tech, 2020, C. H. Beck, München</p> <p>Schuppan, E-Government, 2. Auflage, 2012, Springer VS, Wiesbaden</p> <p>März / Binder (Hrsg.), Digital Government: Öffentliche Verwaltung im Zeitalter der Digitalisierung, 2019, Springer Gabler, Wiesbaden</p> <p>Schallbruch, Digitale Verwaltung – Praxisleitfaden für die öffentliche Verwaltung, 2018, Springer Vieweg, Wiesbaden</p> <p>Tony Möller: <i>T@keLaw – Visualisierung von Recht</i>, in: Bernhard Bergmans (Hg.), <i>Jahrbuch der Rechtsdidaktik 2016 / Yearbook of Legal Education 2016</i>, BWV / Berliner Wissenschafts-Verlag 2017, S. 127–162 (Rubrik „E-Learning“).</p>

Fachgebiet	Wahlpflicht – Vertiefung Wirtschaftsrecht & Digitalisierung	DBB 7.4
Modul	Legal Tech und Compliance	DBB 7.4.6

Verantwortliche/r		
Häufigkeit	Einmal im akademischen Jahr	
Verwendbarkeit	Nur in diesem Studiengang	
ECTS-Punkte	5	
Gesamtworkload (h)	130	
Lehrzeit (h)	40	z. B. 16 Tage á 2,5 Stunden
Lernzeit (h)	90	
Studiensemester	6	
Voraussetzungen	keine	
Lehr- und Lernformen	60% Online-Seminar, 40% Online-Vorlesung, Online-Übung	
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten		
Prüfungsform	Schriftlich (Klausur, 90 Minuten) / mündlich, 10 Minuten zzgl. Zeit für technische Bearbeitung und Upload	
Prüfungsleistung	Differenziert (mindestens die Note 4,0)	

Lernergebnisse und Kompetenzen	<p>Die Studierenden können:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ digitale Technologien zur Überwachung und Sicherstellung rechtlicher Unternehmensvorgaben einsetzen, ▪ automatisierte Compliance-Systeme entwickeln, um Risiken frühzeitig zu erkennen und zu steuern, ▪ rechtliche und ethische Anforderungen an digitale Kontrollmechanismen bewerten, ▪ Governance-Strukturen zur Einhaltung regulatorischer Vorgaben konzipieren, ▪ Potenziale und Grenzen von Legal-Tech-Anwendungen im Unternehmenskontext kritisch analysieren, ▪ Compliance-Prozesse durch den Einsatz digitaler Tools effizient, transparent und revisionssicher gestalten.
Inhalte	Dieses Modul vertieft die Inhalte des Moduls <i>Legal Tech und E-Government</i> und überträgt sie auf den Unternehmenskontext. Behandelt werden Legal-Tech-

	Anwendungen zur Überwachung rechtlicher Vorgaben, automatisierte Compliance-Systeme, digitale Vertragsprüfung und Risikofrüherkennung. Ergänzend werden regulatorische Anforderungen, Governance-Strukturen und ethische Fragen bei der Implementierung digitaler Rechtstools erörtert. Der Fokus liegt auf der praktischen Nutzung technologischer Innovationen zur Sicherstellung rechtskonformen Unternehmenshandelns.
Literatur	<p>Pflichtlektüre: keine</p> <p>Zusätzlich empfohlene Literatur:</p> <p>Hartung / Bues / Halbleib (Hrsg.), Legal Tech: Die Digitalisierung des Rechtsmarkts, 2. Auflage, 2018, C. H. Beck, München</p> <p>Kilian (Hrsg.), Rechtshandbuch Legal Tech, 2020, C. H. Beck, München</p> <p>Moosmayer, Compliance – Grundlagen, Regeln und Praxis, 4. Auflage, 2022, C. H. Beck, München</p> <p>Hauschka / Moosmayer / Wittig (Hrsg.), Corporate Compliance – Handbuch, 5. Auflage, 2020, C. H. Beck, München</p> <p>Helmke / Sommer (Hrsg.), IT-Compliance: Praxisleitfaden für Unternehmen, 2. Auflage, 2016, dpunkt.verlag, Heidelberg</p> <p>Tony Möller: <i>T@keLaw – Visualisierung von Recht</i>, in: Bernhard Bergmans (Hg.), <i>Jahrbuch der Rechtsdidaktik 2016 / Yearbook of Legal Education 2016</i>, BWV / Berliner Wissenschafts-Verlag 2017, S. 127–162 (Rubrik „E-Learning“).</p>

Fachgebiet	Wahlpflicht – Vertiefung Wirtschaftsrecht & Digitalisierung	DBB 7.4
Modul	Deutsches Zivilrecht I	DBB 7.4.7

Verantwortliche/r		
Häufigkeit	Einmal im akademischen Jahr	
Verwendbarkeit	Nur in diesem Studiengang	
ECTS-Punkte	5	
Gesamtworkload (h)	130	
Lehrzeit (h)	40	z. B. 16 Tage á 2,5 Stunden
Lernzeit (h)	90	
Studiensemester	6	
Voraussetzungen	keine	
Lehr- und Lernformen	60% Online-Seminar, 40% Online-Vorlesung, Online-Übung	
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten		
Prüfungsform	Schriftlich (Klausur, 90 Minuten) / mündlich, 10 Minuten zzgl. Zeit für technische Bearbeitung und Upload	
Prüfungsleistung	Differenziert (mindestens die Note 4,0)	

Lernergebnisse und Kompetenzen	<p>Die Studierenden können:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ die Grundprinzipien des deutschen Zivilrechts verstehen und auf wirtschaftsrelevante Sachverhalte anwenden, ▪ rechtliche Beziehungen zwischen Unternehmen, Kund:innen und Partnern systematisch analysieren, ▪ Vertragsabschlüsse, Leistungsstörungen und Schadensersatzansprüche rechtlich bewerten, ▪ rechtliche Argumentationen im Rahmen des BGB (Allgemeiner Teil, Schuld- und Vertragsrecht) präzise begründen, ▪ Konflikte aus Vertragsverhältnissen juristisch strukturieren und Lösungswege aufzeigen, ▪ rechtliche Entscheidungen in betriebliche Prozesse und Verhandlungen integrieren.
--------------------------------	--

Inhalte	Das Modul vermittelt die Grundlagen des deutschen Zivilrechts als Fundament wirtschaftsrechtlichen Handelns. Behandelt werden das Bürgerliche Gesetzbuch (BGB), insbesondere allgemeiner Teil, Schuldrecht und Vertragsrecht. Themenschwerpunkte sind Vertragsschluss, Leistungsstörungen, Schadensersatz, Verjährung und Willenserklärungen. Anhand praktischer Beispiele werden die Prinzipien privatrechtlicher Beziehungen im wirtschaftlichen Kontext verdeutlicht.
Literatur	<p>Pflichtlektüre: keine</p> <p>Zusätzlich empfohlene Literatur:</p> <p>Tony Möller: <i>T@keLaw – Visualisierung von Recht</i>, in: Bernhard Bergmans (Hg.), <i>Jahrbuch der Rechtsdidaktik 2016 / Yearbook of Legal Education 2016</i>, BWV / Berliner Wissenschafts-Verlag 2017, S. 127–162 (Rubrik „E-Learning“).</p> <p>Brox / Walker, Allgemeiner Teil des BGB, 43. Auflage, 2023, C. H. Beck, München</p> <p>Medicus / Petersen, Bürgerliches Recht. Eine Einführung, 27. Auflage, 2021, Vahlen, München</p> <p>Canaris / Armbrüster, Schuldrecht I: Allgemeiner Teil, 9. Auflage, 2022, C. H. Beck, München</p> <p>Larenz / Wolf, Allgemeiner Teil des Bürgerlichen Rechts, 10. Auflage, 2019, C. H. Beck, München</p>

Fachgebiet	Wirtschaftsrecht & Digitalisierung	DBB 7.4
Modul	Deutsches Zivilrecht II	DBB 7.4.8

Verantwortliche/r		
Häufigkeit	Einmal im akademischen Jahr	
Verwendbarkeit	Nur in diesem Studiengang	
ECTS-Punkte	5	
Gesamtworkload (h)	130	
Lehrzeit (h)	40	z. B. 16 Tage á 2,5 Stunden
Lernzeit (h)	90	
Studiensemester	6	
Voraussetzungen	keine	
Lehr- und Lernformen	60% Online-Seminar, 40% Online-Vorlesung, Online-Übung	
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten		
Prüfungsform	Schriftlich (Klausur, 90 Minuten) / mündlich, 10 Minuten zzgl. Zeit für technische Bearbeitung und Upload	
Prüfungsleistung	Differenziert (mindestens die Note 4,0)	

Lernergebnisse und Kompetenzen	<p>Die Studierenden können:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ komplexe zivilrechtliche Fragestellungen aus Sachen-, Kreditsicherungs- und Verbraucherschutzrecht analysieren, ▪ Eigentums-, Besitz- und Sicherungsrechte rechtlich korrekt anwenden, ▪ Forderungsabtretungen und Sicherungsverträge rechtssicher gestalten, ▪ Zusammenhänge zwischen Zivil-, Handels- und Gesellschaftsrecht erkennen und interpretieren, ▪ aktuelle Rechtsprechung in die rechtliche Bewertung unternehmerischer Entscheidungen einbeziehen, ▪ zivilrechtliche Risiken in Geschäftsprozessen identifizieren und vermeiden.
Inhalte	Aufbauend auf dem Modul <i>Deutsches Zivilrecht I</i> vertieft dieses Modul das Verständnis komplexer zivilrechtlicher Strukturen. Behandelt werden das Sachenrecht, das Kreditsicherungsrecht sowie ausgewählte Aspekte des Handels- und Verbraucherschutzrechts. Der Schwerpunkt liegt auf Eigentum, Besitz,

	Sicherungsrechten und der Übertragung von Forderungen. Zudem werden aktuelle Rechtsprechungen und Fallkonstellationen aus der unternehmerischen Praxis analysiert.
Literatur	<p>Pflichtlektüre: keine</p> <p>Zusätzlich empfohlene Literatur:</p> <p>Tony Möller: <i>T@keLaw – Visualisierung von Recht</i>, in: Bernhard Bergmans (Hg.), <i>Jahrbuch der Rechtsdidaktik 2016 / Yearbook of Legal Education 2016</i>, BWV / Berliner Wissenschafts-Verlag 2017, S. 127–162 (Rubrik „E-Learning“).</p> <p>Looschelders, Schuldrecht Allgemeiner Teil, 20. Auflage, 2023, Vandenhoeck & Ruprecht, Göttingen</p> <p>Looschelders / Olzen, Schuldrecht Besonderer Teil, 18. Auflage, 2022, Vandenhoeck & Ruprecht, Göttingen</p> <p>Medicus / Lorenz, Schuldrecht I (Allgemeiner Teil), 21. Auflage, 2015, C. H. Beck, München</p> <p>Medicus / Lorenz, Schuldrecht II (Besonderer Teil), 18. Auflage, 2011, C. H. Beck, München</p> <p>Brox / Walker, Schuldrecht BT, 43. Auflage, 2022, C. H. Beck, München</p>

Fachgebiet	Wahlpflicht – Vertiefung Wirtschaftsrecht & Digitalisierung	DBB 7.4
Modul	Deutsches Insolvenzrecht	DBB 7.4.9

Verantwortliche/r		
Häufigkeit	Einmal im akademischen Jahr	
Verwendbarkeit	Nur in diesem Studiengang	
ECTS-Punkte	5	
Gesamtworkload (h)	130	
Lehrzeit (h)	40	z. B. 16 Tage á 2,5 Stunden
Lernzeit (h)	90	
Studiensemester	6	
Voraussetzungen	keine	
Lehr- und Lernformen	60% Online-Seminar, 40% Online-Vorlesung, Online-Übung	
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten		
Prüfungsform	Schriftlich (Klausur, 90 Minuten) / mündlich, 10 Minuten zzgl. Zeit für technische Bearbeitung und Upload	
Prüfungsleistung	Differenziert (mindestens die Note 4,0)	

Lernergebnisse und Kompetenzen	<p>Die Studierenden können:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ rechtliche Voraussetzungen, Abläufe und Wirkungen von Insolvenzverfahren erläutern, ▪ Rechte und Pflichten von Schuldner:innen, Gläubiger:innen und Insolvenzverwalter:innen differenziert bewerten, ▪ Sanierungs- und Restrukturierungsverfahren rechtlich und wirtschaftlich beurteilen, ▪ Schnittstellen zwischen Insolvenz-, Gesellschafts- und Arbeitsrecht analysieren, ▪ Maßnahmen zur frühzeitigen Krisenerkennung und Insolvenzprävention im Unternehmen entwickeln, ▪ rechtliche Optionen zur Unternehmensfortführung und Gläubigerbefriedigung beurteilen.
--------------------------------	--

Inhalte	Das Modul befasst sich mit den rechtlichen Grundlagen und Verfahren der Unternehmensinsolvenz. Behandelt werden Voraussetzungen und Ablauf eines Insolvenzverfahrens, Rechte und Pflichten von Gläubigern und Schuldern, Sanierungsverfahren, Eigenverwaltung und Restschuldbefreiung. Ein besonderer Fokus liegt auf dem Zusammenspiel von Insolvenz-, Gesellschafts- und Arbeitsrecht sowie auf den rechtlichen Aspekten von Restrukturierung und Sanierung.
Literatur	<p>Pflichtlektüre: keine</p> <p>Zusätzlich empfohlene Literatur:</p> <p>Braun (Hrsg.), Insolvenzordnung. Kommentar, 8. Auflage, 2022, C. H. Beck, München</p> <p>Uhlenbruck (Hrsg.), Insolvenzordnung. Kommentar, 15. Auflage, 2019, C. H. Beck, München</p> <p>Kübler / Prütting / Bork (Hrsg.), Kommentar zur Insolvenzordnung, laufende Auflage, Verlag Dr. Otto Schmidt, Köln</p> <p>Jacoby / Thole, Insolvenzrecht, 5. Auflage, 2019, C. H. Beck, München</p> <p>Ahrens, Insolvenzrecht, 3. Auflage, 2017, C. H. Beck, München</p>

Fachgebiet	Wahlpflicht – Vertiefung Wirtschaftsrecht & Digitalisierung	DBB 7.4
Modul	Deutsches Wirtschaftsstrafrecht I	DBB 7.4.10

Verantwortliche/r		
Häufigkeit	Einmal im akademischen Jahr	
Verwendbarkeit	Nur in diesem Studiengang	
ECTS-Punkte	5	
Gesamtworkload (h)	130	
Lehrzeit (h)	40	z. B. 16 Tage á 2,5 Stunden
Lernzeit (h)	90	
Studiensemester	6	
Voraussetzungen	keine	
Lehr- und Lernformen	60% Online-Seminar, 40% Online-Vorlesung, Online-Übung	
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten		
Prüfungsform	Schriftlich (Klausur, 90 Minuten) / mündlich, 10 Minuten zzgl. Zeit für technische Bearbeitung und Upload	
Prüfungsleistung	Differenziert (mindestens die Note 4,0)	

Lernergebnisse und Kompetenzen	<p>Die Studierenden können:</p> <ul style="list-style-type: none"> zentrale Straftatbestände des Wirtschaftsstrafrechts (Betrug, Untreue, Korruption, Insiderhandel u. a.) erklären und anwenden, die strafrechtliche Verantwortung von Unternehmen und Führungskräften bewerten, Compliance-Programme als Präventionsinstrument gegen wirtschaftskriminelle Handlungen einsetzen, die Rolle von Aufsichts-, Kontroll- und Dokumentationspflichten im Strafrecht einordnen, rechtliche und ethische Implikationen wirtschaftsstrafrechtlicher Sanktionen reflektieren, aktuelle Fälle und Urteile zur Ableitung von Risikomanagement- und Compliance-Strategien analysieren.
--------------------------------	--

Inhalte	Das Modul führt in die Grundlagen des deutschen Wirtschaftsstrafrechts ein. Behandelt werden Straftatbestände aus dem Bereich des Unternehmens- und Wirtschaftslebens, wie Betrug, Untreue, Insiderhandel, Korruption und Wettbewerbsdelikte. Zudem werden die strafrechtliche Verantwortlichkeit von Unternehmen, Compliance-Pflichten und die Rolle von Präventionsmaßnahmen erläutert. Aktuelle Fälle und gerichtliche Entscheidungen dienen der praxisorientierten Vertiefung.
Literatur	<p>Pflichtlektüre: keine</p> <p>Zusätzlich empfohlene Literatur:</p> <p>Hellmann / Beckemper, Wirtschaftsstrafrecht, 5. Auflage, 2021, C. F. Müller, Heidelberg</p> <p>Hefendehl / Kühl / Momsen (Hrsg.), Wirtschaftsstrafrecht, 3. Auflage, 2020, C. F. Müller, Heidelberg</p> <p>Kubiciel / Dannecker (Hrsg.), Handbuch des Wirtschaftsstrafrechts, 5. Auflage, 2023, C. H. Beck, München</p> <p>Marco Mansdörfer, Zur Theorie des Wirtschaftsstrafrechts. Zugleich eine Untersuchung zu funktionalen Steuerungs- und Verantwortlichkeitsstrukturen bei ökonomischem Handeln, 2011, C. F. Müller, Heidelberg</p> <p>Marco Mansdörfer / Jörg Habetha, Strafbarkeitsrisiken des Unternehmers. Verhaltensstrategien, Krisenmanagement, Compliance, 1. Auflage, 2015, C. H. Beck, München</p> <p>Marco Mansdörfer, Vorsatz und Entscheidung. Überlegungen zur subjektiven Zurechnung im Wirtschaftsstrafrecht, 1. Auflage, 2024, Nomos, Baden-Baden</p>

Fachgebiet	Wahlpflicht – Vertiefung Wirtschaftsrecht & Digitalisierung	DBB 7.4
Modul	Deutsches Wirtschaftsstrafrecht II	DBB 7.4.11

Verantwortliche/r		
Häufigkeit	Einmal im akademischen Jahr	
Verwendbarkeit	Nur in diesem Studiengang	
ECTS-Punkte	5	
Gesamtworkload (h)	130	
Lehrzeit (h)	40	z. B. 16 Tage á 2,5 Stunden
Lernzeit (h)	90	
Studiensemester	6	
Voraussetzungen	keine	
Lehr- und Lernformen	60% Online-Seminar, 40% Online-Vorlesung, Online-Übung	
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten		
Prüfungsform	Schriftlich (Klausur, 90 Minuten) / mündlich, 10 Minuten zzgl. Zeit für technische Bearbeitung und Upload	
Prüfungsleistung	Differenziert (mindestens die Note 4,0)	

Lernergebnisse und Kompetenzen	<p>Die Studierenden können:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ vertiefte Kenntnisse spezifischer Deliktgruppen wie Geldwäsche, Steuerstraftaten, Cybercrime und internationale Wirtschaftskriminalität anwenden, ▪ strafrechtliche Ermittlungsverfahren, Beweisführung und Verteidigungsstrategien rechtlich einordnen, ▪ Corporate-Compliance-Systeme zur Prävention wirtschaftsstrafrechtlicher Risiken konzipieren, ▪ internationale Bezüge und grenzüberschreitende Strafverfolgung im Unternehmenskontext berücksichtigen, ▪ strafrechtliche Haftungsrisiken für Unternehmen und Entscheidungsträger:innen bewerten, ▪ aktuelle Entwicklungen der Wirtschaftsstrafrechtsprechung kritisch analysieren und auf Unternehmenspraxis übertragen.
--------------------------------	---

Inhalte	<p>Aufbauend auf <i>Deutsches Wirtschaftsstrafrecht I</i> vertieft dieses Modul die Kenntnisse über spezifische Deliktgruppen und aktuelle Entwicklungen im Unternehmensstrafrecht. Behandelt werden internationale Bezüge, Geldwäsche, Steuerstrafrecht, Cybercrime und Corporate Criminal Compliance. Ergänzend werden Ermittlungstechniken, digitale Beweissicherung und die Zusammenarbeit mit Ermittlungsbehörden behandelt. Der Fokus liegt auf der praktischen Anwendung des Wirtschaftsstrafrechts in komplexen Unternehmenssituationen.</p>
Literatur	<p>Pflichtlektüre: keine</p> <p>Zusätzlich empfohlene Literatur:</p> <p>Wabnitz / Janovsky / Schmitt (Hrsg.), Handbuch des Wirtschafts- und Steuerstrafrechts, 5. Auflage, 2020, C. F. Müller, Heidelberg</p> <p>Joecks, Steuerstrafrecht, 9. Auflage, 2020, C. H. Beck, München</p> <p>Assmann / Schlitt / Hadding (Hrsg.), Kapitalmarktsstrafrecht, 2. Auflage, 2018, C. H. Beck, München</p> <p>Marco Mansdörfer, Kommentierungen zum Nebenstrafrecht, in: Münchener Kommentar zum StGB, Band 7, 4. Auflage, 2022, C. H. Beck, München</p> <p>Marco Mansdörfer, Vor § 13 und § 13, in: Esser / Rübenstahl / Saliger / Tsambikakis (Hrsg.), Praxiskommentar zum Wirtschaftsstrafrecht: mit Steuer- und Verfahrensrecht, 1. Auflage, 2017, Otto Schmidt, Köln</p> <p>Marco Mansdörfer, Bilanzstrafrecht und handelsrechtliche OWi-/Strafvorschriften, in: Heymann HGB – Kommentar, 3. Auflage, 2019/2020, C. H. Beck, München</p>

Fachgebiet	Wahlpflicht – Vertiefung Wirtschaftsrecht & Digitalisierung	DBB 7.4
Modul	Deutsches Arbeitsrecht I	DBB 7.4.12

Verantwortliche/r		
Häufigkeit	Einmal im akademischen Jahr	
Verwendbarkeit	Nur in diesem Studiengang	
ECTS-Punkte	5	
Gesamtworkload (h)	130	
Lehrzeit (h)	40	z. B. 16 Tage á 2,5 Stunden
Lernzeit (h)	90	
Studiensemester	6	
Voraussetzungen	keine	
Lehr- und Lernformen	60% Online-Seminar, 40% Online-Vorlesung, Online-Übung	
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten		
Prüfungsform	Schriftlich (Klausur, 90 Minuten) / mündlich, 10 Minuten zzgl. Zeit für technische Bearbeitung und Upload	
Prüfungsleistung	Differenziert (mindestens die Note 4,0)	

Lernergebnisse und Kompetenzen	<p>Die Studierenden können:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ grundlegende Regelungen des individuellen Arbeitsrechts auf betriebliche Situationen anwenden, ▪ Arbeitsverträge rechtssicher gestalten und prüfen, ▪ Rechte und Pflichten von Arbeitgeber:innen und Arbeitnehmer:innen systematisch darstellen, ▪ Kündigungsschutz, Arbeitszeit, Vergütung und Urlaubsansprüche rechtlich bewerten, ▪ arbeitsrechtliche Konflikte analysieren und konstruktiv lösen, ▪ rechtliche Entscheidungen im Personalmanagement und in Führungsprozessen berücksichtigen.
Inhalte	Das Modul vermittelt die Grundlagen des individuellen Arbeitsrechts. Behandelt werden Rechtsquellen, Begründung und Beendigung von Arbeitsverhältnissen, Arbeitnehmerrechte und Arbeitgeberpflichten. Weitere Inhalte sind Arbeitsvertrag,

	Kündigungsschutz, Arbeitszeit, Vergütung und betriebliche Mitbestimmung. Praxisbeispiele verdeutlichen die Umsetzung arbeitsrechtlicher Regelungen im Unternehmensalltag.
Literatur	<p>Pflichtlektüre: keine</p> <p>Zusätzlich empfohlene Literatur:</p> <p>Däubler, Arbeitsrecht, 18. Auflage, 2023, Bund-Verlag, Frankfurt a. M.</p> <p>Erfurter Kommentar zum Arbeitsrecht (Müller-Glöge / Preis / Schmidt u. a.), 23. Auflage, 2023, C. H. Beck, München</p> <p>Ascheid / Preis / Schmidt, Kündigungsrecht, 6. Auflage, 2021, C. H. Beck, München</p> <p>Oetker, Arbeitsrecht, 5. Auflage, 2019, C. H. Beck, München</p> <p>Schwab / Weth, Arbeitsrecht, 20. Auflage, 2022, C. H. Beck, München</p>

Fachgebiet	Wahlpflicht – Vertiefung Wirtschaftsrecht & Digitalisierung	DBB 7.4
Modul	Deutsches Arbeitsrecht II	DBB 7.4.13

Verantwortliche/r		
Häufigkeit	Einmal im akademischen Jahr	
Verwendbarkeit	Nur in diesem Studiengang	
ECTS-Punkte	5	
Gesamtworkload (h)	130	
Lehrzeit (h)	40	z. B. 16 Tage á 2,5 Stunden
Lernzeit (h)	90	
Studiensemester	6	
Voraussetzungen	keine	
Lehr- und Lernformen	60% Online-Seminar, 40% Online-Vorlesung, Online-Übung	
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten		
Prüfungsform	Schriftlich (Klausur, 90 Minuten) / mündlich, 10 Minuten zzgl. Zeit für technische Bearbeitung und Upload	
Prüfungsleistung	Differenziert (mindestens die Note 4,0)	

Lernergebnisse und Kompetenzen	<p>Die Studierenden können:</p> <ul style="list-style-type: none"> das kollektive Arbeitsrecht mit seinen Kernbereichen (Tarifvertragsrecht, Betriebsverfassungsrecht, Mitbestimmung) anwenden, betriebliche Mitbestimmungsstrukturen und deren rechtliche Grundlagen verstehen und gestalten, Tarifverhandlungen und Arbeitskämpfe rechtlich einordnen, aktuelle Entwicklungen und Herausforderungen im Arbeitsrecht infolge von Digitalisierung und flexiblen Arbeitsformen bewerten, betriebliche Entscheidungsprozesse im Einklang mit kollektivrechtlichen Vorgaben steuern, arbeitsrechtliche Risiken in modernen Arbeitsmodellen frühzeitig erkennen und adressieren.
Inhalte	Dieses Modul baut auf <i>Deutsches Arbeitsrecht I</i> auf und vertieft die Kenntnisse im kollektiven Arbeitsrecht. Behandelt werden Tarifvertragsrecht, Arbeitskampfrecht,

	Betriebsverfassungsrecht und Mitbestimmungsstrukturen. Ergänzend werden aktuelle Entwicklungen der Rechtsprechung sowie Herausforderungen durch Digitalisierung und flexible Arbeitsformen diskutiert. Der Bezug zum individuellen Arbeitsrecht wird durch praxisnahe Fallstudien hergestellt.
Literatur	<p>Pflichtlektüre: keine</p> <p>Zusätzlich empfohlene Literatur:</p> <p>Fitting, Betriebsverfassungsgesetz: Kommentar, 31. Auflage, 2022, C. H. Beck, München</p> <p>Richardi, Betriebsverfassungsgesetz: Kommentar, 17. Auflage, 2022, C. H. Beck, München</p> <p>Däubler / Kittner / Klebe / Wedde (Hrsg.), Betriebsverfassungsgesetz: Kommentar, 17. Auflage, 2022, Bund-Verlag, Frankfurt a. M.</p> <p>Tschöpe (Hrsg.), Handbuch Arbeitsrecht, 12. Auflage, 2021, Verlag Dr. Otto Schmidt, Köln</p> <p>Wiedemann (Hrsg.), Tarifvertragsgesetz: Kommentar, 8. Auflage, 2019, C. H. Beck, München</p>

Fachgebiet	Wahlpflicht – Vertiefung Wirtschaftsrecht & Digitalisierung	DBB 7.4
Modul	Deutsches Verwaltungsrecht Grundlagen	DBB 7.4.14

Verantwortliche/r		
Häufigkeit	Einmal im akademischen Jahr	
Verwendbarkeit	Nur in diesem Studiengang	
ECTS-Punkte	5	
Gesamtworkload (h)	130	
Lehrzeit (h)	40	z. B. 16 Tage á 2,5 Stunden
Lernzeit (h)	90	
Studiensemester	6	
Voraussetzungen	keine	
Lehr- und Lernformen	60% Online-Seminar, 40% Online-Vorlesung, Online-Übung	
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten		
Prüfungsform	Schriftlich (Klausur, 90 Minuten) / mündlich, 10 Minuten zzgl. Zeit für technische Bearbeitung und Upload	
Prüfungsleistung	Differenziert (mindestens die Note 4,0)	

Lernergebnisse und Kompetenzen	<p>Die Studierenden können:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Aufbau, Grundprinzipien und Handlungsformen des deutschen Verwaltungsrechts erklären, ▪ Verwaltungsakte, Verfahren und Rechtsschutzmechanismen rechtlich analysieren, ▪ Prinzipien wie Gesetzmäßigkeit, Verhältnismäßigkeit und Gleichbehandlung in Verwaltungshandeln anwenden, ▪ Schnittstellen zwischen öffentlichem Wirtschaftsrecht und Unternehmenspraxis erkennen, ▪ verwaltungsrechtliche Entscheidungen nachvollziehbar prüfen und begründen, ▪ rechtliche Risiken im Kontakt zwischen Unternehmen und Behörden einschätzen und minimieren.
Inhalte	Das Modul vermittelt die Grundlagen des allgemeinen Verwaltungsrechts. Behandelt werden Verwaltungsaufbau, Handlungsformen der Verwaltung, Verwaltungsakte,

	Verfahren und Rechtsschutz. Zudem werden Grundprinzipien des Verwaltungsrechts – insbesondere Gesetzmäßigkeit, Verhältnismäßigkeit und Gleichbehandlung – erläutert. Fallbeispiele aus Wirtschaft und öffentlicher Verwaltung veranschaulichen die Anwendung des Verwaltungsrechts in der Praxis.
Literatur	<p>Pflichtlektüre: keine</p> <p>Zusätzlich empfohlene Literatur:</p> <p>Maurer / Waldhoff, Allgemeines Verwaltungsrecht, 21. Auflage, 2022, C. H. Beck, München</p> <p>Detterbeck, Allgemeines Verwaltungsrecht, 20. Auflage, 2022, C. H. Beck, München</p> <p>Kopp / Ramsauer, Verwaltungsverfahrensgesetz: Kommentar, 23. Auflage, 2022, C. H. Beck, München</p> <p>Kopp / Schenke, Verwaltungsgerichtsordnung: Kommentar, 28. Auflage, 2022, C. H. Beck, München</p>

Fachgebiet	Wahlpflicht – Vertiefung Wirtschaftsrecht & Digitalisierung	DBB 7.4
Modul	Deutsches Verwaltungsrecht Vergaberecht	DBB 74.15

Verantwortliche/r			
Häufigkeit	Einmal im akademischen Jahr		
Verwendbarkeit	Nur in diesem Studiengang		
ECTS-Punkte	5		
Gesamtworkload (h)	130		
Lehrzeit (h)	40	z. B. 16 Tage á 2,5 Stunden	
Lernzeit (h)	90		
Studiensemester	6		
Voraussetzungen	keine		
Lehr- und Lernformen	60% Online-Seminar, 40% Online-Vorlesung, Online-Übung		
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten			
Prüfungsform	Schriftlich (Klausur, 90 Minuten) / mündlich, 10 Minuten zzgl. Zeit für technische Bearbeitung und Upload		
Prüfungsleistung	Differenziert (mindestens die Note 4,0)		

Lernergebnisse und Kompetenzen	<p>Die Studierenden können:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ rechtliche Rahmenbedingungen des öffentlichen Beschaffungs- und Vergaberechts systematisch anwenden, ▪ Vergabeverfahren rechtskonform planen, durchführen und dokumentieren, ▪ Grundsätze wie Transparenz, Gleichbehandlung und Wirtschaftlichkeit in Vergabeprozessen umsetzen, ▪ nationale und europäische Richtlinien im Vergaberecht interpretieren und anwenden, ▪ Nachprüfungs- und Rechtsschutzverfahren im öffentlichen Auftragswesen analysieren, ▪ rechtliche und wirtschaftliche Risiken in der öffentlichen Beschaffung erkennen und steuern.
Inhalte	Aufbauend auf dem Modul <i>Deutsches Verwaltungsrecht Grundlagen</i> vertieft dieses Modul die Kenntnisse im öffentlichen Beschaffungs- und Vergaberecht. Behandelt

	werden rechtliche Rahmenbedingungen öffentlicher Auftragsvergaben, Vergabeverfahren, Nachprüfungsverfahren und europäische Richtlinien. Der Schwerpunkt liegt auf Transparenz, Gleichbehandlung und Wirtschaftlichkeit bei der Vergabe öffentlicher Aufträge. Ergänzend werden Praxisfälle und aktuelle rechtliche Entwicklungen im nationalen und europäischen Kontext analysiert.
Literatur	<p>Pflichtlektüre: keine</p> <p>Zusätzlich empfohlene Literatur:</p> <p>Ziekow / Völlink, Vergaberecht: Kommentar, 4. Auflage, 2020, C. H. Beck, München</p> <p>Müller-Wrede (Hrsg.), Vergaberecht: Kommentar, 5. Auflage, 2020, Verlag C. H. Beck, München</p> <p>Byok / Jaeger (Hrsg.), Handbuch des Vergaberechts, 5. Auflage, 2020, C. H. Beck, München</p> <p>Heiermann / Zeiss / Pech (Hrsg.), Vergaberecht: Kommentar, 5. Auflage, 2018, C. H. Beck, München</p> <p>Kulartz / Kus / Portz / Prieß (Hrsg.), GWB-Vergaberecht: Kommentar, 4. Auflage, 2016, Bund-Verlag / Deutscher Vergabe- und Vertragsausschuss, Frankfurt a. M.</p>

Fachgebiet	Wahlpflicht – Vertiefung Kommunikation, Medien & Präsentation	DBB 7.5
Modul	Storytelling & Content Creation: Entwicklung überzeugender Inhalte für unterschiedliche Medienformate	DBB 7.5.1

Verantwortliche/r		
Häufigkeit	Einmal im akademischen Jahr	
Verwendbarkeit	Nur in diesem Studiengang	
ECTS-Punkte	5	
Gesamtworkload (h)	130	
Lehrzeit (h)	40	z. B. 16 Tage á 2,5 Stunden
Lernzeit (h)	90	
Studiensemester	6	
Voraussetzungen	keine	
Lehr- und Lernformen	60% Online-Seminar, 40% Online-Vorlesung, Online-Übung	
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten		
Prüfungsform	Schriftlich (Klausur, 90 Minuten) / mündlich, 10 Minuten zzgl. Zeit für technische Bearbeitung und Upload	
Prüfungsleistung	Differenziert (mindestens die Note 4,0)	

Lernergebnisse und Kompetenzen	<p>Die Studierenden können:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Inhalte für verschiedene Medienformate (Print, Online, Audio, Video) konzipieren, strukturieren und gestalten, ▪ Storytelling-Techniken einsetzen, um komplexe Themen emotional und zielgruppengerecht zu vermitteln, ▪ kreative Konzepte für Unternehmenskommunikation, Marketing und Social Media entwickeln, ▪ redaktionelle und visuelle Elemente zu konsistenten Kommunikationsstrategien verbinden, ▪ Content unter Berücksichtigung rechtlicher, ethischer und kultureller Aspekte produzieren, ▪ digitale Tools und Plattformen zur Erstellung, Verbreitung und Analyse von Content professionell einsetzen.
--------------------------------	---

Inhalte	Das Modul behandelt die theoretischen Grundlagen und praktischen Methoden des Storytellings in Wirtschaft und Medien. Behandelt werden narrative Strukturen, Dramaturgie, Zielgruppenansprache und Markenkommunikation. Im Mittelpunkt stehen Strategien der Content-Erstellung für verschiedene Medienformate – von Text und Bild über Video bis hin zu Social-Media-Formaten. Darüber hinaus werden redaktionelle Planungsprozesse, crossmediale Kampagnenkonzepte und kreative Techniken zur Entwicklung konsistenter Markenbotschaften thematisiert.
Literatur	<p>Pflichtlektüre: keine</p> <p>Zusätzlich empfohlene Literatur:</p> <p>Robert McKee, Story: Die Prinzipien des Drehbuchschreibens, 5. Auflage, 2013, Alexander Verlag, Berlin</p> <p>Nancy Duarte, resonate: Präsentationen, die begeistern, 2012, Wiley-VCH, Weinheim</p> <p>Miriam Löffler / Irene Michl, Think Content! Content-Strategie, Content-Marketing und Texten fürs Web, 3. Auflage, 2019, Rheinwerk, Bonn</p> <p>Petra Sammer, Storytelling: Die Zukunft von PR und Marketing, 2. Auflage, 2014, Haufe, Freiburg</p> <p>Ann Handley, Everybody Writes (engl.), 2. Auflage, 2022, HarperCollins, New York</p>

Fachgebiet	Wahlpflicht – Vertiefung Kommunikation, Medien & Präsentation	DBB 7.5
Modul	Rhetorik & Verhandlungstechniken: Techniken zur erfolgreichen Gesprächsführung und Argumentation	DBB 7.5.2

Verantwortliche/r		
Häufigkeit	Einmal im akademischen Jahr	
Verwendbarkeit	Nur in diesem Studiengang	
ECTS-Punkte	5	
Gesamtworkload (h)	130	
Lehrzeit (h)	40	z. B. 16 Tage á 2,5 Stunden
Lernzeit (h)	90	
Studiensemester	6	
Voraussetzungen	keine	
Lehr- und Lernformen	60% Online-Seminar, 40% Online-Vorlesung, Online-Übung	
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten		
Prüfungsform	Schriftlich (Klausur, 90 Minuten) / mündlich, 10 Minuten zzgl. Zeit für technische Bearbeitung und Upload	
Prüfungsleistung	Differenziert (mindestens die Note 4,0)	

Lernergebnisse und Kompetenzen	<p>Die Studierenden können:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ rhetorische Strategien und Argumentationsmethoden gezielt einsetzen, um überzeugend zu kommunizieren, ▪ Verhandlungsprozesse strukturiert planen, moderieren und ergebnisorientiert steuern, ▪ in komplexen Gesprächssituationen souverän auftreten und auf unterschiedliche Kommunikationsstile reagieren, ▪ Empathie, Körpersprache und nonverbale Signale gezielt in Gesprächsführung und Konfliktlösung integrieren, ▪ Strategien für Win-Win-Verhandlungen entwickeln und anwenden, ▪ kommunikative und ethische Verantwortung in beruflichen Entscheidungsprozessen reflektieren.
--------------------------------	--

Inhalte	Das Modul befasst sich mit den Grundlagen und Techniken wirkungsvoller mündlicher Kommunikation. Thematisiert werden Rhetorik, Gesprächsführung, Argumentationsstrategien, Körpersprache und Überzeugungstechniken. Ein weiterer Schwerpunkt liegt auf Verhandlungsstrategien, Konfliktmanagement und Kommunikationspsychologie. Ergänzend werden praxisorientierte Methoden der Gesprächsvorbereitung und -steuerung vorgestellt, die in betriebswirtschaftlichen und interdisziplinären Kontexten Anwendung finden.
Literatur	<p>Pflichtlektüre: keine</p> <p>Zusätzlich empfohlene Literatur:</p> <p>Friedemann Schulz von Thun, Miteinander reden 1: Störungen und Klärungen, aktualisierte Ausgabe, 2008, Rowohlt, Reinbek</p> <p>Roger Fisher / William Ury / Bruce Patton, Das Harvard-Konzept. Der Klassiker der Verhandlungstechnik, aktualisierte Ausgabe, 2012, Campus, Frankfurt a. M.</p> <p>Chris Voss / Tahl Raz, Niemals verhandeln: So bekommen Sie mehr, 2019, Redline, München</p> <p>Stefan Wachtel, Die Macht der Rede: Das Programm für Ihren Auftritt, 3. Auflage, 2015, Redline, München</p> <p>Matthias Pöhm, Rhetorik: Die Kunst der Rede im Beruf, 7. Auflage, 2017, Econ, Berlin</p>

Fachgebiet	Wahlpflicht – Vertiefung Kommunikation, Medien & Präsentation	DBB 7.5
Modul	Visuelle Kommunikation & Grafikdesign: Grundlagen der Gestaltung für digitale und analoge Medien	DBB 7.5.3

Verantwortliche/r		
Häufigkeit	Einmal im akademischen Jahr	
Verwendbarkeit	Nur in diesem Studiengang	
ECTS-Punkte	5	
Gesamtworkload (h)	130	
Lehrzeit (h)	40	z. B. 16 Tage á 2,5 Stunden
Lernzeit (h)	90	
Studiensemester	6	
Voraussetzungen	keine	
Lehr- und Lernformen	60% Online-Seminar, 40% Online-Vorlesung, Online-Übung	
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten		
Prüfungsform	Schriftlich/Mündlich (Sc./Mü)	
Prüfungsleistung	Differenziert (mindestens die Note 4,0)	

Lernergebnisse und Kompetenzen	<p>Die Studierenden können:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ visuelle Gestaltungskonzepte für Print-, Online- und Präsentationsmedien entwickeln und umsetzen, ▪ grundlegende Prinzipien von Layout, Typografie, Farbe und Bildsprache anwenden, ▪ Designsoftware und digitale Tools zur professionellen Mediengestaltung nutzen, ▪ Informations- und Markenbotschaften visuell ansprechend, klar und zielgruppenorientiert kommunizieren, ▪ visuelle Inhalte im Kontext von Corporate Design, Markenidentität und strategischer Kommunikation gestalten, ▪ ästhetische, funktionale und ethische Aspekte visueller Kommunikation kritisch bewerten.
--------------------------------	--

Inhalte	<p>Das Modul vermittelt die gestalterischen und konzeptionellen Grundlagen visueller Kommunikation. Behandelt werden Prinzipien der Gestaltung, Typografie, Farb- und Formlehre, Layout und Bildsprache sowie die visuelle Markenführung. Der Fokus liegt auf der Entwicklung ansprechender und funktionaler Designs für digitale und analoge Medienformate. Darüber hinaus werden Designprozesse, Softwaretools und Trends im digitalen Grafikdesign thematisiert, um die Rolle visueller Gestaltung in Marketing und Unternehmenskommunikation zu verdeutlichen.</p>
Literatur	<p>Pflichtlektüre: keine</p> <p>Zusätzlich empfohlene Literatur:</p> <p>Josef Müller-Brockmann, Raster Systeme für die visuelle Gestaltung, 6. Auflage, 2015, Niggli, Sulgen</p> <p>Ellen Lupton, Mit Schrift denken: Gestaltung, Typografie, 2. Auflage, 2020, Verlag Hermann Schmidt, Mainz</p> <p>Robin Williams, Non-Designer Design Book: Design & Typografie, 4. Auflage (dt.), 2015, mitp, Frechen</p> <p>Don Norman, Die Psychologie des Alltags, 4. Auflage (dt.), 2016, Piper, München</p> <p>Edward R. Tufte, The Visual Display of Quantitative Information (engl.), 2. Auflage, 2001, Graphics Press, Cheshire</p>

Fachgebiet	Wahlpflicht – Vertiefung Kommunikation, Medien & Präsentation	DBB 7.5
Modul	Film- und Videoproduktion: Praxisorientierte Einführung in Unternehmensvideos, Werbung und audiovisuelle Medien	DBB 7.5.4

Verantwortliche/r		
Häufigkeit	Einmal im akademischen Jahr	
Verwendbarkeit	Nur in diesem Studiengang	
ECTS-Punkte	5	
Gesamtworkload (h)	130	
Lehrzeit (h)	40	z. B. 16 Tage á 2,5 Stunden
Lernzeit (h)	90	
Studiensemester	6	
Voraussetzungen	keine	
Lehr- und Lernformen	60% Online-Seminar, 40% Online-Vorlesung, Online-Übung	
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten		
Prüfungsform	Schriftlich/Mündlich (Sc./Mü)	
Prüfungsleistung	Differenziert (mindestens die Note 4,0)	

Lernergebnisse und Kompetenzen	<p>Die Studierenden können:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ audiovisuelle Medienprojekte von der Idee bis zur Postproduktion professionell umsetzen, ▪ Film- und Videotechnik (Kamera, Licht, Ton, Schnitt) zielgerichtet einsetzen, ▪ Dramaturgie, Storyboard und Bildsprache zur Vermittlung von Marken- und Unternehmensbotschaften gestalten, ▪ audiovisuelle Inhalte für Marketing, interne Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit konzipieren, ▪ Qualität, Wirkung und Zielgruppenansprache audiovisueller Medien kritisch bewerten, ▪ ethische, rechtliche und datenschutzrechtliche Anforderungen bei der Medienproduktion berücksichtigen.
Inhalte	Dieses Modul führt in die Produktion audiovisueller Medienformate ein und verbindet technische, gestalterische und kommunikative Aspekte. Behandelt werden Konzeption,

	Drehbuchentwicklung,ameratechnik, Lichtsetzung, Tonaufnahme, Schnitt und Postproduktion. Im Mittelpunkt steht die Erstellung professioneller Unternehmens-, Produkt- und Werbevideos. Ergänzend werden Fragen der Medienästhetik, Corporate Media und rechtliche Aspekte audiovisueller Produktionen behandelt.
Literatur	<p>Pflichtlektüre: keine</p> <p>Zusätzlich empfohlene Literatur:</p> <p>Achim Dunker, Licht & Beleuchtung im Film. Das umfassende Handbuch, 3. Auflage, 2020, Rheinwerk, Bonn</p> <p>Lutz Dieckmann, Videoproduktion: Das umfassende Praxis-Handbuch, 2017, Rheinwerk, Bonn</p> <p>Blain Brown, Cinematography: Theory and Practice (engl.), 4. Auflage, 2021, Routledge, London</p> <p>Walter Murch, In einem Atemzug: Über den Filmschnitt, 3. Auflage (dt.), 2015, Alexander Verlag, Berlin</p> <p>Michael Dickreiter / Peter Kallenbach / Volker Wöhr, Handbuch der Tonstudiotchnik, 10. Auflage, 2014, De Gruyter, Berlin</p>

Fachgebiet	Wahlpflicht – Vertiefung Methoden & Datenanalyse	DBB 7.6
Modul	Big Data & Business Intelligence: Analyse großer Datenmengen zur Entscheidungsfindung in Unternehmen	DBB 7.6.1

Verantwortliche/r		
Häufigkeit	Einmal im akademischen Jahr	
Verwendbarkeit	Nur in diesem Studiengang	
ECTS-Punkte	5	
Gesamtworkload (h)	130	
Lehrzeit (h)	40	z. B. 16 Tage á 2,5 Stunden
Lernzeit (h)	90	
Studiensemester	6	
Voraussetzungen	keine	
Lehr- und Lernformen	60% Online-Seminar, 40% Online-Vorlesung, Online-Übung	
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten		
Prüfungsform	Schriftlich (Klausur, 90 Minuten) / mündlich, 10 Minuten zzgl. Zeit für technische Bearbeitung und Upload	
Prüfungsleistung	Differenziert (mindestens die Note 4,0)	

Lernergebnisse und Kompetenzen	<p>Die Studierenden können:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ große Datenmengen mit modernen Analysemethoden und BI-Tools systematisch erfassen, verarbeiten und visualisieren, ▪ Datenstrukturen und -quellen in Unternehmen identifizieren und für Entscheidungsprozesse nutzbar machen, ▪ datengetriebene Geschäftsmodelle und Strategien entwickeln, ▪ Kennzahlen, Dashboards und Reports für Managemententscheidungen gestalten und interpretieren, ▪ Chancen und Grenzen datenbasierter Entscheidungsunterstützung kritisch bewerten, ▪ ethische, rechtliche und sicherheitsrelevante Aspekte im Umgang mit Unternehmensdaten berücksichtigen.
--------------------------------	---

Inhalte	<p>Das Modul behandelt die Grundlagen und Anwendungsmöglichkeiten von Big-Data-Technologien und Business-Intelligence-Systemen im Unternehmenskontext. Thematisiert werden Datenarchitekturen, Analyseverfahren und Visualisierungstools zur Gewinnung geschäftsrelevanter Erkenntnisse. Im Mittelpunkt steht die Integration großer, heterogener Datenmengen in Entscheidungsprozesse. Weitere Inhalte sind Data Warehousing, ETL-Prozesse (Extract, Transform, Load), Dashboard-Design, Kennzahlenentwicklung sowie die Nutzung datengetriebener Entscheidungsunterstützungssysteme.</p>
Literatur	<p>Pflichtlektüre: keine</p> <p>Zusätzlich empfohlene Literatur:</p> <p>Wolfgang Kemper / Henning Baars / Heiner Lasi, Business Intelligence, 3. Auflage, 2019, Springer Gabler, Wiesbaden</p> <p>Gerrit Heinemann / Tobias Kollmann (Hrsg.), Digitale Transformation verstehen und gestalten: Strategie, Technologie, Daten, 2020, Springer Gabler, Wiesbaden</p> <p>Foster Provost / Tom Fawcett, Data Science for Business (dt. Ausgabe), 2016, O'Reilly, Köln</p> <p>Joe Reis / Matt Housley, Fundamentals of Data Engineering (engl.), 2023, O'Reilly, Sebastopol</p> <p>Ralph Kimball / Margy Ross, The Data Warehouse Toolkit: The Definitive Guide to Dimensional Modeling (engl.), 3. Auflage, 2013, Wiley, Hoboken</p>

Fachgebiet	Wahlpflicht – Vertiefung Methoden & Datenanalyse	DBB 7.6
Modul	Machine Learning & Automatisierung: Grundlagen maschinellen Lernens für betriebswirtschaftliche Anwendungen	DBB 7.6.2

Verantwortliche/r		
Häufigkeit	Einmal im akademischen Jahr	
Verwendbarkeit	Nur in diesem Studiengang	
ECTS-Punkte	5	
Gesamtworkload (h)	130	
Lehrzeit (h)	40	z. B. 16 Tage á 2,5 Stunden
Lernzeit (h)	90	
Studiensemester	6	
Voraussetzungen	keine	
Lehr- und Lernformen	60% Online-Seminar, 40% Online-Vorlesung, Online-Übung	
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten		
Prüfungsform	Schriftlich (Klausur, 90 Minuten) / mündlich, 10 Minuten zzgl. Zeit für technische Bearbeitung und Upload	
Prüfungsleistung	Differenziert (mindestens die Note 4,0)	

Lernergebnisse und Kompetenzen	<p>Die Studierenden können:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ grundlegende Verfahren des maschinellen Lernens (z. B. Klassifikation, Regression, Clustering) verstehen und anwenden, ▪ automatisierte Entscheidungsprozesse in betriebswirtschaftlichen Kontexten konzipieren und bewerten, ▪ datenbasierte Prognosemodelle zur Optimierung betrieblicher Abläufe entwickeln, ▪ ML-Algorithmen kritisch hinsichtlich Datenqualität, Fairness und Nachvollziehbarkeit beurteilen, ▪ Automatisierungs- und KI-Technologien in Unternehmensprozesse integrieren, ▪ technologische, organisatorische und ethische Herausforderungen datengetriebener Entscheidungen reflektieren.
--------------------------------	--

Inhalte	<p>Dieses Modul führt in die theoretischen Grundlagen und praktischen Einsatzmöglichkeiten des maschinellen Lernens in der Betriebswirtschaft ein. Behandelt werden überwachtes und unüberwachtes Lernen, Klassifikations- und Clustering-Methoden, Regressionsmodelle sowie einfache neuronale Netze. Ergänzend werden Automatisierungstechnologien, KI-basierte Entscheidungsmodelle und Anwendungsbeispiele aus Controlling, Marketing und Prozessoptimierung vorgestellt. Der Fokus liegt auf dem Einsatz datengetriebener Modelle zur Steigerung von Effizienz und Entscheidungsqualität in Unternehmen.</p>
Literatur	<p>Pflichtlektüre: keine</p> <p>Zusätzlich empfohlene Literatur:</p> <p>Aurélien Géron, Praxiseinstieg Machine Learning mit Scikit-Learn, Keras und TensorFlow (dt. Ausgabe), 3. Auflage, 2023, O'Reilly, Köln</p> <p>Gareth James / Daniela Witten / Trevor Hastie / Robert Tibshirani, An Introduction to Statistical Learning (engl.), 2. Auflage, 2021, Springer, New York</p> <p>Sebastian Raschka / Vahid Mirjalili, Python Machine Learning (engl.), 4. Auflage, 2022, Packt, Birmingham</p> <p>Ian Goodfellow / Yoshua Bengio / Aaron Courville, Deep Learning (engl.), 2016, MIT Press, Cambridge (MA)</p> <p>Leslie Willcocks / Mary Lacity, Robotic Process Automation and Risk (engl.), 2019, SB Publishing, Stratford-upon-Avon</p>

Fachgebiet	Wahlpflicht – Vertiefung Methoden & Datenanalyse	DBB 7.6
Modul	Kundenanalyse & Marktforschung: Empirische Methoden zur Erhebung und Auswertung von Kundendaten	DBB 7.6.3

Verantwortliche/r		
Häufigkeit	Einmal im akademischen Jahr	
Verwendbarkeit	Nur in diesem Studiengang	
ECTS-Punkte	5	
Gesamtworkload (h)	130	
Lehrzeit (h)	40	z. B. 16 Tage á 2,5 Stunden
Lernzeit (h)	90	
Studiensemester	6	
Voraussetzungen	keine	
Lehr- und Lernformen	60% Online-Seminar, 40% Online-Vorlesung, Online-Übung	
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten		
Prüfungsform	Schriftlich (Klausur, 90 Minuten) / mündlich, 10 Minuten zzgl. Zeit für technische Bearbeitung und Upload	
Prüfungsleistung	Differenziert (mindestens die Note 4,0)	

Lernergebnisse und Kompetenzen	<p>Die Studierenden können:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ empirische Methoden zur Analyse von Kundendaten gezielt auswählen und anwenden, ▪ qualitative und quantitative Datenerhebungen (z. B. Umfragen, Beobachtungen, Online-Tracking) planen und durchführen, ▪ Kundensegmente, Verhaltensmuster und Präferenzen mit statistischen Verfahren identifizieren, ▪ Erkenntnisse aus Datenanalysen in Marketing-, Vertriebs- und Produktstrategien überführen, ▪ Forschungsdaten kritisch interpretieren und hinsichtlich Validität und Reliabilität bewerten, ▪ rechtliche und ethische Vorgaben bei der Erhebung und Nutzung von Kundendaten einhalten.
--------------------------------	---

Inhalte	<p>Das Modul befasst sich mit empirischen Methoden der Markt- und Konsumentenforschung im digitalen Umfeld. Behandelt werden qualitative und quantitative Verfahren der Datenerhebung, Stichprobendesigns, Befragungs- und Beobachtungstechniken sowie statistische Auswertungsverfahren. Ein Schwerpunkt liegt auf der Analyse von Kundendaten zur Identifikation von Zielgruppen, Kaufmotiven und Verhaltensmustern. Darüber hinaus werden digitale Tools der Marktforschung, Data Analytics und Predictive-Modeling-Ansätze für die Kundenbindung thematisiert.</p>
Literatur	<p>Pflichtlektüre: keine</p> <p>Zusätzlich empfohlene Literatur:</p> <p>Christian Homburg / Martin Klarmann / Armin Schmitt, Marktforschung: Methoden, Anwendungen, Praxisbeispiele, 4. Auflage, 2020, Springer Gabler, Wiesbaden</p> <p>Klaus Backhaus / Bernd Erichson / Wulff Plinke / Rolf Weiber, Multivariate Analysemethoden: Eine anwendungsorientierte Einführung, 9. Auflage, 2018, Springer Gabler, Wiesbaden</p> <p>Manfred Bruhn, Marktforschung: Grundlagen, Methoden und Anwendungen, 3. Auflage, 2019, Vahlen, München</p> <p>Peter S. Fader / Bruce G. S. Hardie / Michael Ross, The Customer-Base Audit: The First Step on the Journey to Customer Centricity (engl.), 2022, Wharton School Press, Philadelphia</p> <p>Uwe Flick, Qualitative Sozialforschung. Eine Einführung, 10. Auflage, 2022, Rowohlt, Reinbek</p>

Fachgebiet	Wahlpflicht – Vertiefung Methoden & Datenanalyse	DBB 7.6
Modul	Mathematische Optimierung in der BWL: Anwendung quantitativer Modelle zur Optimierung von Geschäftsprozessen	DBB 7.6.4

Verantwortliche/r		
Häufigkeit	Einmal im akademischen Jahr	
Verwendbarkeit	Nur in diesem Studiengang	
ECTS-Punkte	5	
Gesamtworkload (h)	130	
Lehrzeit (h)	40	z. B. 16 Tage á 2,5 Stunden
Lernzeit (h)	90	
Studiensemester	6	
Voraussetzungen	keine	
Lehr- und Lernformen	60% Online-Seminar, 40% Online-Vorlesung, Online-Übung	
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten		
Prüfungsform	Schriftlich (Klausur, 90 Minuten) / mündlich, 10 Minuten zzgl. Zeit für technische Bearbeitung und Upload	
Prüfungsleistung	Differenziert (mindestens die Note 4,0)	

Lernergebnisse und Kompetenzen	<p>Die Studierenden können:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ mathematische Modelle zur Entscheidungs- und Prozessoptimierung in betriebswirtschaftlichen Kontexten entwickeln und anwenden, ▪ lineare, nichtlineare und kombinatorische Optimierungsverfahren in praktischen Szenarien einsetzen, ▪ quantitative Analysen zur Ressourcenallokation, Produktionsplanung und Logistiksteuerung durchführen, ▪ digitale Werkzeuge zur Modellierung und Simulation komplexer Entscheidungssituationen nutzen, ▪ die Ergebnisse mathematischer Modelle kritisch interpretieren und in Managemententscheidungen einbinden, ▪ ökonomische, ökologische und ethische Zielgrößen in Optimierungsprozesse integrieren.
--------------------------------	--

Inhalte	<p>Das Modul behandelt mathematische und algorithmische Verfahren zur Modellierung und Optimierung betrieblicher Entscheidungsprozesse. Thematisiert werden lineare und nichtlineare Optimierung, Entscheidungsbäume, Simulationen und heuristische Verfahren. Anwendungsbeispiele aus Produktionsplanung, Logistik, Finanzmanagement und Marketing zeigen, wie quantitative Modelle zur Effizienzsteigerung, Ressourcennutzung und Kostenreduktion beitragen. Ergänzend werden Softwaretools und Optimierungsalgorithmen vorgestellt, die in der Unternehmenspraxis eingesetzt werden.</p>
Literatur	<p>Pflichtlektüre: keine</p> <p>Zusätzlich empfohlene Literatur:</p> <p>Hartmut Stadtler / Christoph Kilger / Herbert Meyr (Hrsg.), Supply Chain Management und Advanced Planning: Konzepte, Modelle und Software, 6. Auflage, 2013, Springer, Berlin</p> <p>Hamdy A. Taha, Operations Research: An Introduction (engl.), 10. Auflage, 2017, Pearson, Harlow</p> <p>Frederick S. Hillier / Gerald J. Lieberman, Introduction to Operations Research (engl.), 11. Auflage, 2020, McGraw-Hill, New York</p> <p>Dieter Domschke / Andreas Drexl / Stefan Klostermeier / Anne Zimmermann, Einführung in Operations Research, 9. Auflage, 2014, Springer, Berlin</p> <p>Dimitris Bertsimas / John N. Tsitsiklis, Introduction to Linear Optimization (engl.), 1997, Athena Scientific, Belmont (MA)</p>

Fachgebiet	Praxis	DBB 8
Modul	Praxismodul mit Praxisbericht	DBB 8.1

Verantwortliche/r		
Häufigkeit	Zweimal im akademischen Jahr	
Verwendbarkeit	Nur in diesem Studiengang	
ECTS-Punkte	20	
Gesamtworkload (h)	520	
Lehrzeit (h)		
Lernzeit (h)	520	Praktikum
Studiensemester	7	
Voraussetzungen	keine	
Lehr- und Lernformen	Projektbericht	
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten		
Prüfungsform	Schriftlich (Bericht 10-15 Seiten)	
Prüfungsleistung	undifferenziert	

Lernergebnisse und Kompetenzen	Die Studierenden kennen und verstehen den Unternehmensablauf und identifizieren wirtschaftsrechtliche Problemfelder, die durch rechtliche Gestaltungen verbessert oder gelöst werden können. Sie erarbeiten einen ersten Vorschlag einer rechtlichen Gestaltung zur Lösung des identifizierten Problemfeldes.
Inhalte	14-wöchige praktische Tätigkeit in einem Unternehmen.
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Verwendung der TakeLaw-Create Funktion zum Online-Erstellen von logikbasierten Rechtsstrukturen. Diskussionsmöglichkeit der Entwürfe über die TakeLaw-Funktion Vote.
Literatur	Pflichtlektüre: keine

Fachgebiet	Bachelor-Thesis	DBB 9
Modul	BachelorThesis	DBB 9.1

Verantwortliche/r		
Häufigkeit	Einmal im akademischen Jahr	
Verwendbarkeit	Nur in diesem Studiengang	
ECTS-Punkte	10	
Gesamtworkload (h)	260	
Lehrzeit (h)		
Lernzeit (h)	260	
Studiensemester	8	
Voraussetzungen	DBB 1: Methoden und Kompetenzen DBB 2: Unternehmensführung und Management DBB 3: Finanz- und Rechnungswesen, Controlling DBB 4: Marketing und Vertrieb DBB 5: Wirtschaft und Digitalisierung DBB 6: Kommunikation, Medien und Präsentation DBB 7: Wahlpflicht DBB 8: Praxis	
Lehr- und Lernformen	keine	
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten		
Prüfungsform	Schriftlich/Mündlich (Sc./Mü) – Thesis (mind. 42 Seiten) und mündlich	
Prüfungsleistung	differenziert (mindestens die Note 4,0)	

Lernergebnisse und Kompetenzen	Die Studierenden sind in der Lage, ein Problem aus dem ihrem Studiengang entsprechenden beruflichen Tätigkeitsfeld selbstständig unter Anwendung wissenschaftlicher Methoden und Erkenntnisse zu bearbeiten und in geeigneter Form schriftlich abzufassen.
Inhalte	Die Bachelor-Thesis ist eine eigenständige wissenschaftliche Arbeit, in der Studierende ein klar abgegrenztes Thema aus ihrem Studienfach bearbeiten. Sie zeigt, dass die Studierenden in der Lage sind, ein Problem systematisch zu analysieren, relevante

	<p>wissenschaftliche Literatur auszuwerten, geeignete Methoden auszuwählen und diese auf eine praxisrelevante Fragestellung anzuwenden.</p> <p>Die Arbeit umfasst die theoriegeleitete Auseinandersetzung mit dem gewählten Thema, die Aufbereitung und Bewertung empirischer oder konzeptioneller Ergebnisse sowie die reflektierte Diskussion der gewonnenen Erkenntnisse. Die Studierenden entwickeln daraus begründete Schlussfolgerungen und Handlungsempfehlungen. Die Thesis wird nach wissenschaftlichen Standards verfasst und dokumentiert.</p>
Literatur	Keine
Hinweis	In der Abschlussarbeit stellen die Studenten ihr erlerntes Wissen in einer Forschungs- und Projektarbeit höheren Komplexitätsgrades unter Beweis. Für die Abschlussarbeit sind sowohl anwendungsorientierte als auch reine Forschungsprojekte zulässig.