



GAZETTE

Amtliches Mitteilungsblatt der Körperschaft und der Stiftung

- Zweite Änderung der Anlage 5.4 Betriebswirtschaftslehre zur Rahmenprüfungsordnung für die fakultätsübergreifenden berufsbegleitenden Bachelorstudiengänge der Leuphana Universität
- Neubekanntmachung der Anlage 5.4 Betriebswirtschaftslehre zur Rahmenprüfungsordnung für die fakultätsübergreifenden berufsbegleitenden Bachelorstudiengänge der Leuphana Universität Lüneburg unter Berücksichtigung der ersten Änderung vom 15. November 2017 und der zweiten Änderung vom 19. Juni 2019

Zweite Änderung der Anlage 5.4 Betriebswirtschaftslehre zur Rahmenprüfungsordnung für die fakultätsübergreifenden berufsbegleitenden Bachelorstudiengänge der Leuphana Universität

Der Senat der Leuphana Universität Lüneburg hat am 19. Juni 2019 gem. § 41 Abs. 1 Satz 2 NHG die folgende zweite Änderung der Anlage 5.4 Betriebswirtschaftslehre vom 21. Juni 2017 (Leuphana Gazette Nr. 70/17 vom 24. Juli 2017), zuletzt geändert am 15. November 2017 (Leuphana Gazette Nr. 82/17 vom 04. Dezember 2017), zur Rahmenprüfungsordnung für die fakultätsübergreifenden berufsbegleitenden Bachelorstudiengänge der Leuphana Universität Lüneburg vom 08. Dezember 2010 (Leuphana Gazette Nr. 01/11 vom 20. Januar 2011), zuletzt geändert am 21. Juni 2017 (Leuphana Gazette Nr. 62/17 vom 24. Juli 2017), beschlossen. Das Präsidium hat diese zweite Änderung am 10. Juli 2019 gem. § 37 Abs. 1 Satz 3 Nr. 5 b) NHG genehmigt.

ABSCHNITT I

Die Anlage 5.4 Betriebswirtschaftslehre zur Rahmenprüfungsordnung für die fakultätsübergreifenden berufsbegleitenden Bachelorstudiengänge der Leuphana Universität Lüneburg wird wie folgt geändert:

1. In der Modulstruktur wird das Wort „Innovationsmarketing“ durch „Innovationsmanagement“ und „Strategische Analyse“ durch „Statistische Analyse“ ersetzt.
2. Nach „10 CP 120 Minuten.“ wird folgender neuer Absatz eingefügt:
„Zu § 10 Abs. 5
Die Berufsgruppe der kaufmännischen Ausbildungsberufe erhält eine pauschale Anrechnung des folgenden Moduls:

Orientierungsmodul (5 CP)

Studierende, die eine Aufstiegsfortbildung zur/-m geprüften Wirtschaftsfachwirt/-in an der Industrie- und Handelskammer Lüneburg-Wolfsburg mindestens mit der Note „befriedigend“ abgeschlossen haben, erhalten eine pauschale Anrechnung der folgenden Module:

1. Marketing (5 CP)
2. Wirtschaftsrecht (5CP)
3. Unternehmensführung (5 CP)
4. Human Resource Management (5 CP)
5. Managementtechnik 1 (5 CP)

Studierende, die eine Aufstiegsfortbildung zur/-m geprüften Betriebswirt/-in an der Industrie- und Handelskammer Lüneburg-Wolfsburg mindestens mit der Note „befriedigend“ abgeschlossen haben, erhalten eine pauschale Anrechnung der folgenden Module:

1. Marketing (5 CP)
2. Unternehmensführung (5 CP)
3. Human Resource Management (5 CP)“

3. Die Modulübersicht Bachelor wird wie folgt geändert:
- a) Im Modul BWL-OM wird in der Spalte Inhalt „Verbindung von theoretischem Wissen kaufmännischer Grundlagen und exemplarischer handlungspraktischer Erfahrung“ durch „Praxisorientiertes Grundlagenwissen der allgemeinen Betriebswirtschaftslehre und des betriebswirtschaftlichen Rechnungswesens“ und „Combines basic commercial theory with key experience in practice“ durch „practice-oriented basic knowledge in the area of general Business administration and accounting“ und in der Spalte Modulanforderungen „1 Praxisbericht oder 1 Mündliche Prüfung“ durch „1 Referat oder 1 Präsentation“ ersetzt. In der Spalte Kommentar wird der Satz „Das Modul schließt ein Orientierungspraktikum von zwei Wochen ein.“ gestrichen.
 - b) Im Modul BWL-1 wird in der Spalte Modulanforderungen „1 Hausarbeit oder 1 Mündliche Prüfung“ durch „1 Referat“ ersetzt.
 - c) Im Modul BWL-2 wird in der Spalte Modulanforderungen nach „(60 min.)“ „oder 1 Mündliche Prüfung“ eingefügt.
 - d) Im Modul BWL-3 wird in der Spalte Modulanforderungen nach „(60 min.)“ „oder 1 Mündliche Prüfung“ eingefügt.
 - e) Im Modul BWL-4 wird in der Spalte Modulanforderungen nach „(60 min.)“ „oder 1 Mündliche Prüfung“ eingefügt.
 - f) Im Modul BWL-5 wird in der Spalte Modul „strategische“ durch „statistische“ und „Strategical“ durch „Statistical“ ersetzt, in der Spalte Modulanforderungen „1 Klausur (60 Min.) oder“ gestrichen und „1 Mündliche Prüfung“ durch „1 Referat“ ersetzt.
 - g) Im Modul BWL-6 wird in der Spalte Modulanforderungen „1 Klausur (60 Min.) oder“ gestrichen und „1 Mündliche Prüfung“ durch „1 Referat“ ersetzt.
 - h) Im Modul BWL-7 wird in der Spalte Modulanforderungen „1 Hausarbeit oder 1 Mündliche Prüfung“ durch „1 Referat“ ersetzt.
 - i) Im Modul BWL-8 wird in der Spalte Modulanforderungen nach „(60 min.)“ „oder 1 Mündliche Prüfung“ eingefügt.
 - j) Im Modul BWL-9 wird in der Spalte Modulanforderungen „1 Hausarbeit oder 1 Mündliche Prüfung“ durch „1 Referat“ ersetzt.
 - k) Im Modul BWL-10 wird in der Spalte Modulanforderungen „1 Hausarbeit oder 1 Mündliche Prüfung“ durch „1 Referat“ ersetzt.
 - l) Im Modul BWL-M1a wird in der Spalte Modulanforderungen „1 Mündliche Prüfung oder 1 Klausur (60 Min.)“ durch „1 Referat“ ersetzt.
 - m) Im Modul BWL-M1b wird in der Spalte Modulanforderungen „1 Mündliche Prüfung oder 1 Klausur (60 Min.)“ durch „1 Referat“ ersetzt.
 - n) Im Modul BWL-M1c wird in der Spalte Modulanforderungen „1 Mündliche Prüfung oder 1 Klausur (60 Min.)“ durch „1 Referat“ ersetzt.
 - o) Im Modul BWL-M2a wird in der Spalte Modulanforderungen „1 Klausur (60 Min.) oder“ gestrichen und „1 Mündliche Prüfung“ durch „1 Referat“ ersetzt.
 - p) Im Modul BWL-M2b wird in der Spalte Modulanforderungen „1 Klausur (60 Min.) oder“ gestrichen und „1 Mündliche Prüfung“ durch „1 Referat“ ersetzt.

4. Die Modulübersicht Schwerpunkt Digitales Marketing wird wie folgt geändert:
- a) Im Modul BWL-SP2a wird in der Spalte Modulanforderungen „1 Hausarbeit oder 1 Mündliche Prüfung“ durch „1 Referat“ ersetzt.
 - b) Im Modul BWL-SP2b wird in der Spalte Modulanforderungen „1 Klausur (60 Min.) oder“ gestrichen und „1 Mündliche Prüfung“ durch „1 Referat“ ersetzt.
 - c) Im Modul BWL-SP2c wird in der Spalte Modulanforderungen „1 Hausarbeit oder 1 Mündliche Prüfung“ durch „1 Referat“ ersetzt.
 - d) Im Modul BWL-SP2d wird in der Spalte Modul „Opimazation“ durch „Optimization“ und in der Spalte Modulanforderungen „1 Hausarbeit oder 1 Mündliche Prüfung“ durch „1 Referat“ ersetzt.
 - e) Im Modul BWL-SP2e wird in der Spalte Modulanforderungen „1 Hausarbeit oder 1 Mündliche Prüfung“ durch „1 Referat“ ersetzt.
 - f) Im Modul BWL-SP2f wird in der Spalte Modulanforderungen „1 Hausarbeit oder 1 Mündliche Prüfung“ durch „1 Referat“ ersetzt.
 - g) Im Modul BWL-SP2g wird in der Spalte Modul „SMM – Social Media Marketing“ durch „Abschlussprojekt Digitales Marketing“ und „Final project: Digital Marketing“, in der Spalte Inhalt „Einführung und Grundlagen Social Media: Begriff, Funktionen, Arten, Instrumente, Strategie; Zusammenhang Kommunikationskanäle (Facebook, Twitter, Instagram, Pinterest, Tumblr, etc.) und Zielgruppen; Planung und Umsetzung von Social Media Kampagnen mit Facebook, Twitter, Instagram, YouTube; Regeln im Umgang mit einer öffentlichen Community; Beeinflussung von Transaktionen und Conversion-Rates durch Social-Media-Kampagnen“ durch „Anforderungen an Projektarbeit, Projektideen, Projektauswahl, Projektproposal, Projektmeilensteine, Projektrealisierung, Projektpräsentation, Projektabschluss“, „Introduction to social media: term, functions, types, tools and strategy; links between communication channels (Facebook, Twitter, Instagram, Pinterest, Tumblr, etc.) and target groups; planning and implementing social media campaigns using Facebook, Twitter, Instagram and YouTube; rules for dealing with a public community; influencing transactions and conversion rates with social media campaigns“ durch „Project work requirements; project ideas; project selection; project proposals; project milestones; project implementation; project presentation and project conclusion“ und in der Spalte Modulanforderungen „1 Klausur (60 Min.) oder 1 Hausarbeit oder 1 Mündliche Prüfung“ durch „1 Projektarbeit oder 1 Referat“ ersetzt.
5. Die Modulübersicht Schwerpunkt Digitales Marketing wird wie folgt geändert:
- a) Im Modul BWL-SP3a wird in der Spalte Modulanforderungen „1 Klausur (60 Min.) oder“ gestrichen und „1 Mündliche Prüfung“ durch „1 Referat“ ersetzt.
 - b) Im Modul BWL-SP3b wird in der Spalte Modulanforderungen „1 Klausur (60 Min.) oder“ gestrichen und „1 Mündliche Prüfung“ durch „1 Präsentation“ ersetzt.
 - c) Im Modul BWL-SP3c wird in der Spalte Modulanforderungen „1 Klausur (60 Min.) oder“ gestrichen und „1 Mündliche Prüfung“ durch „1 Präsentation“ ersetzt.
 - d) Im Modul BWL-SP3d wird in der Spalte Modulanforderungen „1 Klausur (60 Min.) oder“ gestrichen und „1 Mündliche Prüfung“ durch „1 Präsentation“ ersetzt.
 - e) Im Modul BWL-SP3e wird in der Spalte Modulanforderungen „1 Klausur (60 Min.) oder“ gestrichen und „1 Mündliche Prüfung“ durch „1 Präsentation“ ersetzt.

- f) Im Modul BWL-SP3f wird in der Spalte Modul „Personalcontrolling und Human Capital Reporting/ Vergütung“ durch „Abschlussprojekt Human Resource Management“ und „SP3f“ durch „SP3g“, in der Spalte Inhalt „Kennzahlensysteme; Personalbewertung; Modern Vergütungssysteme; Leistungsorientierte Bezahlung implementieren; Vergütungskomponenten in ein Gesamtsystem integrieren“ durch „Anforderungen an Projektarbeit, Projektideen, Projektauswahl, Projektproposal, Projektmeilensteine, Projektrealisierung, Projektpräsentation, Projektabschluss“, „Indicator systems; employee evaluation; modern pay systems; implementing performance-related pay; integrating pay components into an overall system“ durch „Project work requirements; project ideas; project selection; project proposals; project milestones; project implementation; project presentation and project conclusion“ und in der Spalte „Modulanforderungen „1 Klausur (60 Min.) oder 1 Hausarbeit oder 1 Mündliche Prüfung“ durch „1 Projektarbeit oder 1 Präsentation“ ersetzt. Das Modul wird ans Ende der Modulübersicht verschoben.
- g) Im Modul BWL-SP3g wird in der Spalte Modul „SP3g“ durch „SP3f“ ersetzt und in der Spalte Modulanforderungen „1 Klausur (60 Min.) oder“ gestrichen und „1 Mündliche Prüfung“ durch „1 Präsentation“ ersetzt.

ABSCHNITT II

Diese Anlage tritt nach ihrer Genehmigung durch das Präsidium am Tag nach der Veröffentlichung im Amtlichen Mitteilungsblatt der Leuphana Universität in Kraft.

Neubekanntmachung der Anlage 5.4 Betriebswirtschaftslehre zur Rahmenprüfungsordnung für die fakultätsübergreifenden berufsbegleitenden Bachelorstudiengänge der Leuphana Universität Lüneburg unter Berücksichtigung der ersten Änderung vom 15. November 2017 und der zweiten Änderung vom 19. Juni 2019

Das Präsidium der Leuphana Universität Lüneburg gibt nachstehend den Wortlaut der Anlage 5.4 Betriebswirtschaftslehre vom 21. Juni 2017 (Leuphana Gazette Nr. 70/17 vom 24. Juli 2017) in der nunmehr geltenden Fassung unter Berücksichtigung der ersten Änderung vom 15. November 2017 (Leuphana Gazette Nr. 82/17 vom 04. Dezember 2017) sowie der zweiten Änderung vom 19. Juni 2019 (Leuphana Gazette Nr. 47/19 vom 18. September 2019) zur Rahmenprüfungsordnung für die fakultätsübergreifenden berufsbegleitenden Bachelorstudiengänge der Leuphana Universität Lüneburg vom 21. April 2010 (Leuphana Gazette Nr. 12/10 vom 04. August 2010), zuletzt geändert am 21. Juni 2017 (Leuphana Gazette Nr. 62/17 vom 24. Juli 2017), bekannt.

Die Regelungen der Rahmenprüfungsordnung für die fakultätsübergreifenden berufsbegleitenden Bachelorstudiengänge der Leuphana Professional School werden wie folgt ergänzt:

Zu § 3

Ist die Bachelorprüfung bestanden, wird der Abschlussgrad „Bachelor of Arts“ (B.A.) vergeben.

Zu § 4 Abs. 4

Die Regelstudienzeit für das berufsbegleitende Bachelorstudium beträgt sieben Semester. Der Studiengang umfasst 180 Creditpoints. Er besteht aus drei Komplementärmodulen mit jeweils 5 Creditpoints (Anlage 6 zur RPO), einem Orientierungsmodul im Umfang von 5 CP, zehn Fachmodulen mit einem Umfang von jeweils 5 bzw. 10 Creditpoints, einem Projektstudium im Gesamtumfang von 50 Creditpoints bestehend aus jeweils fünf Modulen mit 10 Creditpoints, zwei Wahlpflichtmodulen mit jeweils 5 CP, einem wählbaren Studienschwerpunkte mit 35 Creditpoints, der sich jeweils aus sieben Modulen zusammensetzt, sowie aus dem Bachelormodul (Bachelor Thesis + Bachelorseminar) mit 15 Creditpoints.

Das Projektstudium erstreckt sich über sieben Semester, beginnend mit dem ersten und teilt sich in Individuelle Projekte und Gruppenprojekte ein. Das Projektstudium „Individuelle Projekte“, bestehend aus drei Modulen von jeweils 10 Creditpoints, erstreckt sich über fünf Semester beginnend ab dem ersten Semester. Das Projektstudium „Gruppenprojekte“ bestehend aus zwei Modulen mit jeweils 10 Creditpoints erstreckt sich über zwei Semester beginnend ab dem sechsten Semester. Im Schwerpunktbereich ist ein Studienschwerpunkt aus drei angebotenen Schwerpunkten zu wählen.

Modulstruktur Bachelor Betriebswirtschaftslehre

7.	Bachelormodul 15C P			Gruppenprojekt: Nachhaltige Personalentwicklung 10CP	Managementtechnik II 5CP
6.	Gruppenprojekt: Prozessoptimierung 10CP	Managementtechnik I 5CP			Komplementär: Gesellschaft & Verantwortung 5CP
5.	Schwerpunkte I-III Schwerpunkt Innovationsmanagement (BA-BWL-SP1) <i>oder</i> Schwerpunkt Digitales Marketing (BA-BWL-SP2) <i>oder</i> Schwerpunkt Human Resource Management (BA-BWL-SP3) 20CP				Individuelle Projekte: Geschäftsmodelle & strategische Unternehmensanalyse 10CP
4.	Schwerpunkte I-III Schwerpunkt Innovationsmanagement (BA-BWL-SP1) <i>oder</i> Schwerpunkt Digitales Marketing (BA-BWL-SP2) <i>oder</i> Schwerpunkt Human Resource Management (BA-BWL-SP3) 15CP			Fachmodul: Unternehmensprozesse 5CP	
3.	Fachmodul: Wirtschaftsrecht 5CP	Fachmodul: Investition & Finan- zierung 5CP	Individuelle Projekte: Controlling & Rechnungs- wesen 10CP	Fachmodul: Human Resource Management 5CP	Fachmodul: Unternehmensführung 5CP
2.	Fachmodul: Management & Accounting 5CP	Fachmodul: Empirische Forschung & Statistische Analyse 5CP		Individuelle Projekte: Marketing & Marktanalyse 10CP	Komplementär: Organisation & Veränderung 5CP
1.	Fachmodul: Marketing 5CP	Fachmodul: Grundlagen der VWL 5CP	Fachmodul: Externe Rechnungslegung 5CP		Komplementär: Person & Interaktion 5CP
01	Orientierungsmodul 5CP				

	Orientierungsmodul		Wahlpflicht Managementtechniken
	Komplementärstudium		Fachmodule
	Studienschwerpunkt		Projektstudium

Die Inhalte der Module sind den Tabellen „Modulübersicht Bachelor Betriebswirtschaftslehre“ sowie den Modulübersichten zu den Schwerpunkten zu entnehmen.

Zu § 4 Abs. 7

Der Workload umfasst 25 zu erbringende Arbeitsstunden je CP.

Zu § 8 Abs. 3

Die Bearbeitungszeit einer Klausur beträgt in einem Modul von 5 CP 60 Minuten, in einem Modul von 10 CP 120 Minuten.

Zu § 10 Abs. 5

Die Berufsgruppe der kaufmännischen Ausbildungsberufe erhält eine pauschale Anrechnung des folgenden Moduls:

1. Orientierungsmodul (5 CP)

Studierende, die eine Aufstiegsfortbildung zur/-m geprüften Wirtschaftsfachwirt/-in an der Industrie- und Handelskammer Lüneburg-Wolfsburg mindestens mit der Note “befriedigend” abgeschlossen haben, erhalten eine pauschale Anrechnung der folgenden Module:

1. Marketing (5 CP)
2. Wirtschaftsrecht (5CP)
3. Unternehmensführung (5 CP)
4. Human Resource Management (5 CP)
5. Managementtechnik 1 (5 CP)

Studierende, die eine Aufstiegsfortbildung zur/-m geprüften Betriebswirt/-in an der Industrie- und Handelskammer Lüneburg-Wolfsburg mindestens mit der Note “befriedigend” abgeschlossen haben, erhalten eine pauschale Anrechnung der folgenden Module:

1. Marketing (5 CP)
2. Unternehmensführung (5 CP)
3. Human Resource Management (5 CP)

Zu § 12 Abs. 5

Prüfungsleistungen im Rahmen des Projektstudiums werden durch einen Prüfenden bewertet.

Modulübersicht Bachelor Betriebswirtschaftslehre

Modul Modul	Inhalt Content	Sem. Sem.	Modulanforderungen Module requirements	CP CP	Kommentar Commentary
Orientierungsmodul (BA-BWL-0M) <i>Orientation Module</i>	Praxisorientiertes Grundlagenwissen der allgemeinen Betriebswirtschaftslehre und des betriebswirtschaftlichen Rechnungswesens <i>practice-oriented basic knowledge in the area of general Business administration and accounting</i>	01	1 Referat oder 1 Präsentation	5	
Marketing (BA-BWL-1) <i>Marketing</i>	Einführung in die Grundlagen und Grundbegriffe des Marketings, Marktforschung, Käuferverhalten, Strategische Unternehmens- und Marketingplanung, Marktsegmentierung, operative Marketing-Mix-Planung: Produktpolitik und Markenführung, Preispolitik, Kommunikations- und Distributionspolitik; Implementierung und Kontrolle des Marketings, Institutionelle Bereiche des Marketings; Dienstleistungsmarketing, Industriegütermarketing, Internationales Marketing; Einführung in das digitale Marketing <i>Introduction to the fundamentals and key concepts of marketing; market research, consumer behaviour, strategic business and marketing planning, market segmentation and operational marketing mix planning: product policy and brand management, pricing policy, communication and distribution policy; marketing implementation and monitoring; institutional marketing; service marketing, industrial marketing, international marketing and introduction to digital marketing</i>	1	1 Klausur (60 Min.) oder 1 Referat	5	
Grundlagen VWL (BA-BWL-2) <i>Basics of Economics</i>	Grundlegende Aspekte der ökonomischen Denkweise; Grundlagen des ökonomischen Verhaltensmodells und des Nachfrageverhaltens auf Märkten; Grundlagen der Verhaltensweisen von Anbietern bezüglich ihrer Produktionsentscheidungen zur Gewinnmaximierung; Grundzüge der volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung <i>Fundamental aspects of economic thinking; fundamentals of the economic behavioural model and demand behaviour on markets; fundamentals of provider behaviour in terms of production decisions for profit maximisation; basics of national accounts</i>	1	1 Klausur (60 Min.) oder 1 Mündliche Prüfung	5	
Externe Rechnungslegung (BA-BWL-3) <i>External Accounting</i>	Einführung in die relevanten Inhalte und Elemente der externen Rechnungslegung (Ansatz-, Bewertungs- und Ausweisregelungen) <i>Introduction to relevant areas and features of financial reporting (regulations on methods, valuation and reporting)</i>	1	1 Klausur (60 Min.) oder 1 Mündliche Prüfung	5	

Fortsetzung Modulübersicht Bachelor Betriebswirtschaftslehre

Modul Modul	Inhalt Content	Sem. Sem.	Modulanforderungen Module requirements	CP CP	Kommentar Commentary
Individuelle Projekte: Marketing & Marktanalyse (BA-WL-IP1) <i>Individual Projects: Marketing & Market Analysis</i>	Evaluierung der aktuellen Markt- und Wettbewerbssituation oder einzelner Marketingaktivitäten (Marketingmix) des eigenen/arbeitgebenden Unternehmens auf Basis der erlernten Konzepte im Grundlagenmodul: Beschreibung, Analyse und Verbesserungsvorschläge (i.S. implementierbaren Marketing-Strategie) <i>Evaluation of the current market situation and competition or individual marketing activities (marketing mix) of the student's own company/employer on the basis of concepts taught in the foundation module: description, analysis and suggestions for improvement (for a feasible marketing strategy)</i>	1 und 2	1 Projektarbeit	10	
Management & Accounting (BA-BWL-4) <i>Management & Accounting</i>	Einführung in das Management Accounting; Überblick über Instrumente und Systeme des Management Accounting <i>Fundamentals of management accounting; introduction to management accounting tools and systems</i>	2	1 Klausur (60 Min.) oder 1 Mündliche Prüfung	5	
Empirische Forschung und statistische Analyse (BA-BWL-5) <i>Empirical Research and Statistical Analysis</i>	Grundlagen empirischer Forschung und statistischer Datenanalyse; Überblick qualitativer und quantitativer Forschungsdesign (Einzelfallanalyse, Feldforschung, standardisierte Methoden der Datenerhebung und -aufbereitung); Methoden der statistischen Auswertung und Analyse <i>Fundamentals of empirical research and statistical data analysis; introduction to qualitative and quantitative research design (case studies, field-work, standardised data collection and processing methods); statistical evaluation and analysis methods</i>	2	1 Hausarbeit oder 1 Referat	5	
Individuelle Projekte: Controlling & Rechnungswesen (BA-BWL-IP2) <i>Individual Projects: Controlling & External Accounting</i>	Evaluierung des Controllingsystems oder einzelner Controllinganwendungen des eigenen/arbeitgebenden Unternehmens: Beschreibung, Analyse, Verbesserungsvorschläge <i>Evaluation of the management accounting system or individual management accounting applications at the student's own company/employer: description, analysis and suggestions for improvement</i>	2 und 3	1 Projektarbeit	10	

Fortsetzung Modulübersicht Bachelor Betriebswirtschaftslehre

Modul Modul	Inhalt Content	Sem. Sem.	Modulanforderungen Module requirements	CP CP	Kommentar Commentary
Human Resource Management (BA-BWL-6) <i>Human Resource Management</i>	Grundlagen des Personalmanagements: Ziele, Funktionen und Aufgaben des Personalmanagements, wie Personalplanung, Personalbeschaffung, Personalentwicklung, Personalcontrolling, Personalführung, Organizational Behavior, Grundzüge des Arbeitsrechts <i>Fundamentals of human resource management: objectives, roles and duties of human resource management, for example human resource planning, staff procurement, staff development, personnel management, people management, organisational behaviour and the basics of employment law</i>	3	1 Hausarbeit <i>oder</i> 1 Referat	5	
Wirtschaftsrecht (BA-BWL-7) <i>Business Law</i>	Grundlagen der Kernstrukturen des Wirtschaftsprivatrechts (WPR): Begriffe, Rechtsquellen und Methodik des Rechts, Rechtssubjekte und -objekte, BGB und HGB im Überblick, Rechtsgeschäfte und Allgemeines Schuldrecht, Grundzüge des Sachenrechts; Überblick über wirtschaftstypische Schuldverhältnisse: Veräußerungs-, Gebrauchsüberlassungs-, Dienst- und Werkleistungsverträge; Gesetzliche Schuldverhältnisse: Geschäftsführung ohne Auftrag; ungerechtfertigte Bereicherung; unerlaubte Handlungen, Produkthaftung; Personen- und Kapitalgesellschaften im Überblick <i>Basic business law structures: terms, sources of law and legal methods; legal personalities and legal objects; introduction to the German Civil Code and German Commercial Code; transactions and the general law of obligations; fundamentals of property law; introduction to typical business obligations: contracts of disposal, for permitting use by third parties and for services and works; statutory obligations: introduction to agency without specific authorisation; unjust enrichment; torts; product liability; partnerships and corporations</i>	3	1 Klausur (60 Min.) <i>oder</i> 1 Referat	5	

Fortsetzung Modulübersicht Bachelor Betriebswirtschaftslehre

Modul Modul	Inhalt Content	Sem. Sem.	Modulanforderungen Module requirements	CP CP	Kommentar Commentary
Investition & Finanzierung (BA-BWL-8) <i>Investment & Finance</i>	Einführung in die Finanzierung: Begriffsabgrenzungen Investition und Finanzierung, Finanzierungsproblem, Finanz- und Anlagebedarf, Bestimmung der optimalen Kapitalstruktur, Finanzierungsaufbau, Finanzierungsinstrumente, Finanzanalyse, Vermögensanlagen und Risikomanagement; Einführung in die Investitionslehre: Grundlagen, Investitionsbegriff/-arten/-prozess, Statische Verfahren: Kostenvergleichs-, Gewinnvergleichs-, Rentabilitätsvergleichsrechnung, Dynamische Verfahren: Kapitalwertmethode, Interne Zinsfußmethode, Unternehmensbewertung <i>Introduction to finance: definition of investment and finance; financing problems; finance and investment requirements; selecting the best capital structure; finance structure; financing instruments; financial analysis; investments and risk management; introduction to investment: the basics; the concept/types/process of investment; statistical methods: cost comparison, profit comparison and rate of return; dynamic methods: net present value; internal rate of return; business valuation</i>	3	1 Klausur (60 Min.) <i>oder</i> 1 Mündliche Prüfung	5	
Unternehmensführung (BA-BWL-9) <i>Management</i>	Grundlagen und Einführung in die Unternehmensführung: Strategieentwicklung, Organisationsdesign, unternehmerischen Erfolgsmessung und nachhaltiger Geschäftsethiken; Unterscheidung verschiedener Arten von Organisationen (u.a. entrepreneurial organizations, mature organizations, professional organizations, innovative organizations, diversified organizations); Analyse und Evaluierung im Hinblick auf die o.g. Themenbereiche; Theoretischen Konstrukte werden von case studies angewendet <i>Introduction to business management: strategy development, organisational design, measurement of business success and sustainable business ethics; differentiation between different types of organisation (including entrepreneurial organisations, mature organisations, professional organisations, innovative organisations and diversified organisations); analysis and evaluation in the above areas; theoretical constructs are used in case studies</i>	3	1 Klausur (60 Min.) <i>oder</i> 1 Referat	5	

Fortsetzung Modulübersicht Bachelor Betriebswirtschaftslehre

Modul Modul	Inhalt Content	Sem. Sem.	Modulanforderungen Module requirements	CP CP	Kommentar Commentary
Unternehmensprozesse (BA-BWL-10) <i>Business Processes</i>	Organisationsformen und Prozesse der Produktion und Beschaffung, Programmplanung, Losgrößenplanung, Bestellmengenplanung, Maschinenbelegung, Logistik als Managementsystem, Supply Change Management, PPS-Systeme <i>Organisations and processes in production and procurement; demand planning; lot size planning; order quantity planning; machine scheduling; logistics as a management system; supply change management and production planning and control systems</i>	4	1 Klausur (60 Min.) <i>oder</i> 1 Referat	5	
Individuelle Projekte: Strategische Unternehmensanalyse & Geschäftsmodelle (BA-BWL-IP3) <i>Individual Projects: Strategic Business Analysis & Business Models</i>	Analyse der strategischen Unternehmensführung auf relevante Marktveränderungen, um wirtschaftlichen Erfolg des Unternehmens dauerhaft zu sichern; Erarbeitung exemplarischer Lösungen und praktische Erprobung erworbener Analysetools <i>Analysis of strategic business management for relevant market changes to secure a company's long-term business success; development of model solutions and application in practice of the analytical tools developed</i>	3 und 4	1 Projektarbeit	10	
Gruppenprojekte: Prozessoptimierung (BA-BWL-GP1) <i>Group projects: Process Optimisation</i>	Analyse betriebswirtschaftlicher Probleme und Erarbeitung exemplarischer Lösungen mit Methoden der Geschäftsprozessmodellierung <i>Analysis of business problems and development of model solutions using business process modelling methods</i>	5	1 Projektarbeit	10	
Managementtechnik 1a Verhandlungsführung (BA-BWL-M1a) <i>Managementtechniques 1a</i>	Grundlagen der Verhandlungsführung: Definition des eigenen Verhandlungsziels, Motiv- und Interessensanalyse des Verhandlungspartners, Beziehungsaufbau zu Verhandlungspartnern, Einsatz kooperativer Verhandlungsstrategien, Umgang mit Verhandlungsniederlagen <i>Basic negotiation skills: defining your objective and the motive and interests of the other party; developing a relationship with the other parties; using cooperative negotiation strategies; dealing with setbacks</i>	6	1 Hausarbeit <i>oder</i> 1 Referat	5	Es ist ein Modul aus drei Modulen zu wählen.

Fortsetzung Modulübersicht Bachelor Betriebswirtschaftslehre

Modul Modul	Inhalt Content	Sem. Sem.	Modulanforderungen Module requirements	CP CP	Kommentar Commentary
Managementtechnik 1b Gesprächsführung (BA-BWL-M1b) <i>Managementtechniques 1b</i>	Grundlagen der Gesprächsführung: Analyse von Kommunikationsbeziehungen und Gesprächsverläufen, Anwendung von Techniken, Vermittlung von Instrumenten und Maßnahmen, Selbstevaluation der Erfolgsfaktoren, die eine erfolgreiche Gesprächsführung erkennen lassen <i>Basic discussion skills: analysing communication relationships and the progress of discussions; applying techniques; learning about tools and measures; evaluating success factors that indicate successful discussion management</i>	6	1 Hausarbeit oder 1 Referat	5	Es ist ein Modul aus drei Modulen zu wählen.
Managementtechnik 1c Moderation (BA-BWL-M1c) <i>Managementtechniques 1c</i>	Grundlagen der Moderation: Aufgaben und Rolle der Moderatorin und des Moderators im Prozess, Moderationstechnik wie Visualisierung, Fragetechnik und Ergebnissicherung, Steuerung von Gruppenprozessen, Umgang mit Störungen <i>Basic facilitation skills: tasks and role of the facilitator in the process; facilitation techniques such as visualisation, using questions; documentation of results; managing group processes; dealing with interruptions</i>	6	1 Hausarbeit oder 1 Referat	5	Es ist ein Modul aus drei Modulen zu wählen.
Gruppenprojekte: Nachhaltige Personalentwicklung (BA-BWL-GP2) <i>Group projects:</i> <i>Sustainable Human Resource Development</i>	Analyse von Problemen und Herausforderungen der nachhaltigen Personalentwicklung: Verständnis um Ausgleich langfristige wirtschaftlichen Unternehmensinteressen mit sozialen Anforderungen der Beschäftigten und ökologisch-kulturellen Aspekten; Erarbeitung exemplarischer Lösungen und Erproben von Planungstools <i>Analysis of the problems and challenges of sustainable human resource development: understanding how to balance long-term economic business interests against the social demands of the workforce and cultural and ecological aspects; developing model solutions and testing planning tools</i>	6 und 7	1 Projektarbeit	10	

Fortsetzung Modulübersicht Bachelor Betriebswirtschaftslehre

Modul Modul	Inhalt Content	Sem. Sem.	Modulanforderungen Module requirements	CP CP	Kommentar Commentary
Managementtechnik 2a Visual Thinking (BA-BWL-MA2a) <i>Managementtechniques 2a</i>	Grundlagen des Visual Thinkings: bildliche Aufbereitung von Problemen und Ideen, Einführung und Anwendung verschiedener Techniken, wie visuellen Alphabets, visuelles Protokollieren, Bikablo-Methode etc., Unterscheidung zwischen von Sketchnoting, Graphical Recording und Visual Facilitation, Erstellung digitaler Werkzeuge <i>Fundamentals of visual thinking: visual approach to problems and ideas; introduction to and application of a range of techniques such as visual alphabets, visual recording, the bikablo method, etc.; differentiating between sketchnoting, graphical recording and visual facilitation; developing digital tools</i>	7	1 Hausarbeit oder 1 Referat	5	Es ist ein Modul aus zwei Modulen zu wählen.
Managementtechnik 2b Design Thinking (BA-BWL-MA2b) <i>Managementtechniques 2b</i>	Grundlagen des Design Thinkings: Einblick in Prozessablauf und der Kreativmethoden, Durchlaufen und analysieren einzelner Phasen des Design Thinking-Prozesses (Verstehen - Beobachten - Point-of-View – Ideenfindung – Prototyping - Testing), Konzeptentwicklung für einen Design Thinking-Workshop <i>Fundamentals of design thinking: insight into the process and creative methods; examination and analysis of individual phases in the design thinking process (understanding – observing – point of view – generating ideas – prototyping – testing); development of concepts for a design thinking workshop</i>	7	1 Hausarbeit oder 1 Referat	5	Es ist ein Modul aus zwei Modulen zu wählen.
Bachelormodul BA-BWL-BM <i>Bachelor 's Module</i>	Bachelorarbeit <i>Bachelor dissertation</i>	7	1 Bachelorarbeit	12	
	Bachelorseminar <i>Bachelor seminar</i>	7		3	

Modulübersicht Schwerpunkte Bachelor Betriebswirtschaftslehre (es ist einer von drei Schwerpunkten zu wählen)

Modulübersicht Schwerpunkt Innovationsmanagement

Modul Modul	Inhalt Content	Sem. Sem.	Modulanforderungen Module requirements	CP CP	Kommentar Commentary
Selbstmanagement (BA-BWL-SP1a) <i>Self-Management</i>	Erscheinungsformen von Zeitproblemen, Zeitdisponenten, Lebensplanung, Tagesplanung, Planung von Innovationsaktivitäten, Veränderungsstrategien <i>Types of time-related problems; schedulers; life planning; daily planning; planning innovation activities and change strategies</i>	4	1 Portfolioprüfung <i>oder</i> 1 Hausarbeit	5	
Innovationen in Marketing und Vertrieb (BA-BWL-SP1b) <i>Innovations in Marketing and Sales</i>	Interne und externe Kunden, Interessenanalyse, Marktforschung, Wettbewerbsanalyse, Kundenbindung und –pflege, Marketing-Mix, Marketingziele, Selbstmarketing, Vertriebsstrategie, Geschäftsmodell, Vertriebsformen, Vertriebsplanung und -controlling, Vertriebsprozess <i>Internal and external customers; analysis of interests; market research; competition analysis; customer retention and care; marketing mix; marketing goals; self marketing; sales strategy; business model; forms of distribution, sales planning and controlling and the sales process</i>	4	1 Projektarbeit <i>oder</i> 1 Hausarbeit	5	
Kreativitätstechniken (BA-BWL-SP1c) <i>Creativity Techniques</i>	Entstehung von Kreativität, Anforderungen an die Moderation, Auftragsklärung, Förderung von Kreativitätspotenzialen, TeilnehmerInnenauswahl, Kreativitätstechniken und -methoden, Methodenauswahl, Umgang mit Ergebnissen <i>The Development of creativity; facilitation needs; clarification of requirements; promotion of creative potential; selection of participants; creativity techniques and methods; selection of methods and use of results</i>	4	1 Projektarbeit	5	
Projektmanagement von Innovationsvorhaben (BA-BWL-SP1d) <i>Management of Innovation Projects</i>	Begriffsklärungen, Erwartungen von Stakeholdern, Anforderungen an das Projektmanagement, Rollenkonzepte, Erfolgsfaktoren, Standards und Normen, Ressourcenanforderungen, Projektphasen, Besonderheiten der Führung von Innovationsprojekten <i>Definition of terms: expectations of stakeholders, project management requirements; promotion of creative potential; selection of participants; creativity techniques and methods; selection of methods and use of results</i>	5	1 Hausarbeit	5	

Fortsetzung Modulübersicht Schwerpunkt Innovationsmanagement

Modul Modul	Inhalt Content	Sem. Sem.	Modulanforderungen Module requirements	CP CP	Kommentar Commentary
Innovationscontrolling (BA-BWL-SP1e) <i>Innovation Management Accounting</i>	Managementprozess und Controlling, Innovationen im Kontext des Unternehmenscontrolling, Aufgaben des Innovationscontrolling, Integrierte Planungs-, Kontroll- und Informationssysteme, Performance Measurement und Kennzahlen, Kosten und Ertragsschätzungen, Projektsteuerung und –evaluierung, Reporting, Instrumente des Innovationscontrolling <i>Management process and management accounting; innovations in the context of corporate management accounting; innovation management accounting tasks; integrated planning, control and information systems; performance measurement and indicators; costs and earnings estimates; project control and evaluation; reporting and innovation management accounting tools</i>	5	1 Hausarbeit	5	
Innovationsmangement (BA-BWL-SP1f) <i>Innovation Management</i>	Innovation und Unternehmensstrategie, Innovationskultur, Führung von Freiwilligen, Fehlerkultur, Umgang mit Anregungen Dritter, Entwicklung der MitarbeiterInnen, Innovationsprozess – Ideengenerierung und –sammlung, Umgang mit Ideen, Ideenbewertung, Gratifikation und Wertschätzung, Stakeholderanalyse, Durchsetzung von Innovationen <i>Innovation and corporate strategy; innovation culture; managing volunteers; culture of dealing with mistakes; dealing with third-party ideas; employee development; innovation process – generating and collecting ideas; dealing with ideas, evaluating ideas; bonus payments and recognition; stakeholder analysis and implementation of innovations</i>	5	1 Portfolioprüfung <i>oder</i> 1 Hausarbeit	5	
Realisierung eines Innovationsprojektes (BA-BWL-SP1g) <i>Implementation of an Innovative Project</i>	Anforderungen an Projektarbeit, Projektideen, Projektauswahl, Projektproposal, Projektmeilensteine, Projektrealisierung, Projektpräsentation, Projektabschluss <i>Project work requirements; project ideas; project selection; project proposals; project milestones; project implementation; project presentation and project conclusion</i>	5	1 Praxisbericht	5	

Modulübersicht Schwerpunkt Digitales Marketing

Modul Modul	Inhalt Content	Sem. Sem.	Modulanforderungen Module requirements	CP CP	Kommentar Commentary
Digital Business (BA-BWL-SP2a) <i>Digital Business</i>	<p>Einführung in Grundlagen und Grundbegriffe der digitalen Ökonomie: Vermarktung und Vertrieb über existierende Internetkanäle; Einordnung und Abgrenzung von Bereichen wie eCommerce und Online Marketing; Vermittlung eines grundlegenden, technischen Verständnisses (Internet-Technologien als Basis aller Browserbasierten Anwendungen verstehen); Kennen von HW- und SW-Architektur von Servern und wichtige Merkmale für Entscheidungen heranziehen</p> <p><i>Introduction to the fundamentals and key terms in the digital economy: marketing and sales through existing Internet channels; definition of and differentiation between fields such as e-commerce and online marketing; developing a fundamental technical understanding (understanding Internet technologies as the basis for all browser-based applications); understanding hardware and software server architecture and key considerations for decisions</i></p>	4	1 Klausur (60 Min.) <i>oder</i> 1 Referat	5	
Konzeption von digitalen Portalen (BA-BWL-SP2b) <i>Designing Digital Portals</i>	<p>Analyse von digitalen Portalen; Definition von Qualitätsmerkmalen für Webportale; Konzeption von Portalen; Vorstellung von Kreativitätstechniken; Projektarbeit in Teams: Briefinggespräche, Erstellung Feinkonzept für ein Portal, prägnante Präsentation wesentlichen Merkmale, Funktionen und Vorteile des entwickelten Konzeptes, Etablierung eines intensiven Austausches innerhalb des Teams</p> <p><i>Analysis of digital portals; definition of quality features for Web portals; portal design; presentation of creative techniques; project work in teams: briefings; developing a detailed concept for a portal; effective presentation of key features; functions and benefits of the concept developed; establishment of intensive exchange within the team</i></p>	4	1 Hausarbeit <i>oder</i> 1 Referat	5	

Fortsetzung Modulübersicht Schwerpunkt Digitales Marketing

Modul Modul	Inhalt Content	Sem. Sem.	Modulanforderungen Module requirements	CP CP	Kommentar Commentary
Innovationsmarketing (BA-BWL-SP2c) <i>Innovation Marketing</i>	Verständnis von Marketing innerhalb des Innovationsprozesses: Innovationen in der Vermarktung, Vermarktung von Innovationen nach innen und außen, Kundenanalysen, Zielgruppenbestimmung, CIA – Competitive Innovation Advantage, Verkaufsförderungspolitik im Innovationsmarketing, Innovative Vermarktungsstrategien im Internet, Kultur der Wissensteilung als Voraussetzung für Innovationen <i>Understanding marketing within the innovation process: innovations in marketing, marketing innovations within companies and to third parties; customer analyses; target group definition; CIA (Competitive Innovation Advantage); sales promotion policy in innovation marketing; innovative marketing strategies on the Internet; culture of knowledge sharing as essential to innovation</i>	4	1 Klausur (60 Min.) <i>oder</i> 1 Referat	5	
SEO – Search Engine Optimization (BA-BWL-SP2d) <i>SEO – Search Engine Optimization</i>	Vermittlung der Grundlagen von SEO; Kennenlernen von verschiedenen Methoden zur SEO Optimierung; Grundlagen zur Entwicklung von SEO-Strategien und Affiliate-Marketing-Strategien; Konzeption und Umsetzung eines konkreten Falles <i>Basic SEO; understanding different SEO optimisation methods; fundamentals of SEO strategy and affiliate marketing strategy development; design and implementation in a specific case</i>	5	1 Klausur (60 Min.) <i>oder</i> 1 Referat	5	
SEA – Search Engine Advertising (BA-BWL-SP2e) <i>SEA – Search Engine Advertising</i>	Einführung in das Suchmaschinenmarketing mit wissenschaftlichen Beiträgen zum Sponsored Search; Verständnis betriebswirtschaftlicher Zusammenhänge im Kontext der Suchmaschinenwerbung sowie Verständnis und Weiterentwicklung optimaler Gebotsstrategien in Pay-Per-Click Auktionen <i>Introduction to search engine marketing with expert input on sponsored searches; understanding business aspects in the context of search engine advertising and understanding and developing optimised bidding strategies in pay-per-click auctions</i>	5	1 Klausur (60 Min.) <i>oder</i> 1 Referat	5	

Fortsetzung Modulübersicht Schwerpunkt Digitales Marketing

Modul Modul	Inhalt Content	Sem. Sem.	Modulanforderungen Module requirements	CP CP	Kommentar Commentary
Markenpolitik (BA-BWL-SP2f) <i>Branding</i>	Analyse wesentlicher Aspekte einer wertorientierten Markenpolitik, Praxisrelevanz und Integration neuester Erkenntnisse der Forschung; rechtliche Grundlagen der Markenführung und Vorteilhaftigkeit von Markenstrategiealternativen; Einführung in Markenidentität, Markenimage in sozialen Medien, Markenimagemessung durch Advanced Brand Concept Maps, Markenarchitekturen, Markenevolutionsstrategien <i>Analysis of key aspects of value-based branding; practical relevance and integration of the latest research findings; legal basis for brand management and benefits of brand strategy alternatives; introduction to brand identity, brand image in the social media, measuring brand image with advanced brand concept maps, brand architectures and brand evolution strategies</i>	5	1 Klausur (60 Min.) <i>oder</i> 1 Referat	5	
Abschlussprojekt Digitales Marketing (BA-BWL-SP2g) <i>Final project: Digital Marketing</i>	Anforderungen an Projektarbeit, Projektideen, Projektauswahl, Projektproposal, Projektmeilensteine, Projektrealisierung, Projektpräsentation, Projektabschluss <i>Project work requirements; project ideas; project selection; project proposals; project milestones; project implementation; project presentation and project conclusion</i>	5	1 Projektarbeit <i>oder</i> 1 Referat	5	

Modulübersicht Schwerpunkt Human Resource Management

Modul Modul	Inhalt Content	Sem. Sem.	Modulanforderungen Module requirements	CP CP	Kommentar Commentary
Rollenverständnis HR, Sozial- und Arbeitsbeziehungen gestalten/ Grundzüge im Arbeitsrecht (BA-BWL-SP3a) <i>The role of HR – shaping social and working relations / basic employment law principles</i>	Rolle des HR als Businesspartner: zwischen Management und Mitarbeitenden; Kompetenzentwicklung als HR, wie Gesprächsführung, systemische Beratung, Coaching; Krisenkompetenzen, wie Restrukturierung und Personalabbau, Mobbing, Konflikte mit Sozialpartnern; Grundzüge im Arbeitsrecht <i>HR as a business partner between management and employees; skills development through HR, for example discussion skills, integrated advice, coaching; crisis skills such as restructuring and redundancies; bullying; conflicts with social partners; basic principles in employment law</i>	4	1 Hausarbeit oder 1 Präsentation	5	
Personalstrategie (BA-BWL-SP3b) <i>Human Resource Strategy</i>	Einführung in multiplen Rollen des HR-Managements: wie die Rolle der Unternehmensstrategie, die Rolle der Personalstrategie im Unternehmen; Spannungsfeld zwischen strategischem Management und Personalmanagement; Verknüpfung von Unternehmensstrategie und Personalstrategie, wie ‚Best Fit‘ Ansatz, ‚Best Practice‘-Ansatz; Gestaltung Personalstrategie: Verknüpfung von Personalstrategie und Unternehmenserfolg; Instrumente zur Strategieimplementierung, wie HR-Scorecard; Strategische Personalplanung; Zusammenarbeit/Kommunikation mit Sozialpartnern <i>Introduction to multiple roles of HR management such as the role of the business strategy and the role of human resource strategy within a company; potential conflict between strategic management and human resource management; linking business strategies and human resource strategies, for example the 'best fit' and 'best practice' approaches; human resource strategy design: links between human resource strategy and business success; tools for strategy implementation such as HR scorecards; strategic human resource planning; cooperation/communication with social partners</i>	4	1 Hausarbeit oder 1 Präsentation	5	
Personalauswahl/-recruiting/-einsatz (BA-BWL-SP3c) <i>Staff Selection/Recruitment/Deployment</i>	Einsatzfelder und Ziele der Eignungsdiagnostik; Anforderungsanalyse, Anforderungsprofil; Eignungsdiagnostische Verfahren; Managementdiagnostik, Assessmentcenter: Aufbau, Methoden und Instrumente <i>Applications and objectives of aptitude assessment; analysis of requirements; job specifications; types of aptitude testing; management diagnostics; and assessment centres: structure, methods and tools</i>	4	1 Hausarbeit oder 1 Präsentation	5	

Fortsetzung Modulübersicht Schwerpunkt Human Resource Management

Modul Modul	Inhalt Content	Sem. Sem.	Modulanforderungen Module requirements	CP CP	Kommentar Commentary
Personalführung und Organisation (BA-BWL-SP3d) <i>Human Resource Management and Organisation</i>	<p>Theorien über Führungsverhalten und -prozesse; Grundlagen der Personalführung, Führungstechniken, Determinanten von Führungserfolg, Führungsethik, latentes Führen; Personalbeurteilung & Zielvereinbarung (Beurteilung im Dialog mit den Sozialpartnern); Arbeitsmotivation und -zufriedenheit; Belastung, Beanspruchung, Stress; Arbeits- und Arbeitsplatzgestaltung; Mitarbeiterbindung, Gestaltung von betrieblichen Anreizsystemen</p> <p><i>Theories of management behaviour and processes; fundamentals of human resource management; management techniques; determinants of successful management; management ethics; unofficial management; employee evaluation & agreements on objectives (evaluation in dialogue with social partners); motivation and job satisfaction; workload and stress; job and workplace design; employee retention; designing company incentive schemes</i></p>	5	1 Hausarbeit <i>oder</i> 1 Präsentation	5	
Personalentwicklung und Talentmanagement (BA-BWL-SP3e) <i>Human Resource Development and Talent Management</i>	<p>Unternehmensstrategie und strategische Personalentwicklung; Grundlagen der Personalentwicklung; Aufbau, Methoden und Instrumente; Kompetenzen von Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern erkennen, fördern und fordern; Bedarfsanalyse und verschiedene Formen der Weiterbildung; Training, Coaching und Weiterbildung organisieren; Transfer und Evaluation in der Personalentwicklung; Führungskräfteentwicklung; aktuelle Themen in der Personalentwicklung</p> <p><i>Business strategy and strategic human resource development; fundamentals of human resource development: structure, methods and tools; recognising, developing and requiring employee skills; needs assessment and types of professional development; organising training, coaching and professional development; transfer and evaluation in human resource development; manager development and latest human resource development issues</i></p>	5	1 Hausarbeit <i>oder</i> 1 Präsentation	5	
Abschlussprojekt Human Resource Management (BA-BWL-SP3g) <i>Final project: Human Resource Management</i>	<p>Anforderungen an Projektarbeit, Projektideen, Projektauswahl, Projektproposal, Projektmeilensteine, Projektrealisierung, Projektpräsentation, Projektabschluss</p> <p><i>Project work requirements; project ideas; project selection; project proposals; project milestones; project implementation; project presentation and project conclusion</i></p>	5	1 Projektarbeit <i>oder</i> 1 Präsentation	5	

Fortsetzung Modulübersicht Schwerpunkt Human Resource Management

Modul Modul	Inhalt Content	Sem. Sem.	Modulanforderungen Module requirements	CP CP	Kommentar Commentary
<p>Unternehmenskultur & Change Management im Personalmanagement (BA-BWL-SP3f)</p> <p><i>Corporate Culture & Change Management in Human Resource Management</i></p>	<p>Die Person des Veränderungsmanagers/in; Veränderungsstile: Fallarbeit und Abfragen zum Vorkommen von Veränderungsstilen; Veränderungsstrategien, Change Matrix; Typen von Change-Prozessen, Changeplanung; Taktik, Tools und Kommunikation im Change; Instrumente und deren Anwendung in unterschiedlichen Phasen eines Veränderungsprozesses; Mobilisierung von sozialem Kapital; kommunikative Netzwerke, die einen Veränderungsprozess tragen; Anspruchsgruppenmanagement und Mikropolitik; Change Evaluation und Change Impact</p> <p><i>The person of the change manager; change styles: case studies and work on different change styles and their contexts; change strategies; change matrix; types of change process; change planning; tactics, tools and communication in change; instruments and their application at different stages of the change process; mobilising social capital; communicative networks that can make change processes successful; stakeholder group management and micropolitics; change evaluation and change impact</i></p>	5	1 Hausarbeit <i>oder</i> 1 Präsentation	5	

