

MANAGEMENT IM HANDEL (B.A.)

Teil E

Modulhandbuch

Stand: 16.02.2024

Inhalt

1.1	BWL - Grundlagen	1
1.2	Externes Rechnungswesen / Steuern	3
1.3	Wirtschaftsmathematik und -statistik	5
1.4	Internes Rechnungswesen / Projektmanagement	7
1.5	Wirtschaftsrecht	9
2.1	Wissenschaftliches Arbeiten / Management	11
2.2	VWL	14
2.3	Personalmanagement und Organisation	16
2.4	Wirtschaftsinformatik	18
2.5	Logistik und Distribution im Handel	20
3.1	Handelsmarketing	22
3.2	Internationaler Handel	24
3.3	Handelscontrolling	26
3.4	Interkulturelle Kommunikation / Technische Grundlagen der digitalen Transformation	28
3.5	Handelssprache Englisch I	31
4.1	Beschaffungsmanagement	33
4.2	Finanzwirtschaft	35
4.3	Handelsmarktforschung	37
4.4	Warenwirtschaftssysteme	39
4.5	Handelssprache Englisch II	41
5.1	Praxisvorbereitung	42
5.2 – 5.4	Praxis	44
5.5	Praxisnachbereitung	45
	Schwerpunkte A und B (6. Semester)	47
6.5	Bachelorprojekt	48
	Schwerpunkte A und B (7. Semester)	50
7.5	Bachelorthesis	51
6.1 – 6.4 / 7.1 – 7.4		53
	Schwerpunkte	53
	Schwerpunkte A und B (6. Semester)	53
	Schwerpunkte A und B (7. Semester)	53
	Überblick über die einzelnen Module der Schwerpunkte (SP)	54
	Schwerpunkt 1: Retail Marketing und E-Commerce	55
6.6	e/mCommerce und digitales Handelsmarketing	55
6.7	Data Driven Marketing – Marketing Automation und Data Mining	57

7.6 Vertriebs- und Category Management (ECR)	59
7.7 Markenmanagement / Rechtliche Grundlagen des Marketings	61
Schwerpunkt 2: Supply Chain Management	63
6.8 Supplier Relationship Management	63
6.9 Methoden und Instrumente des Supply Chain Managements	65
7.8 Netzwerke und Kooperationen	67
7.9 Management der digitalen Transformation / Digital Supply Chain Management	69
Schwerpunkt 3: Corporate Management	72
6.10 Strategisches Handelsmanagement	72
6.11 Standortmanagement im Handel	74
7.10 Business Development	76
7.11 Steuerungssysteme im Handel / Alternative Finance	78
Schwerpunkt 4: Human Resource Management	81
6.12 Human Resource Management I	81
6.13 Personalführung / Qualifizierung	83
7.12 Organisation und Arbeit im Wandel	85
7.13 Human Resource Management II / Arbeits- und Sozialrecht	87

1.1 BWL - Grundlagen

Modulverantwortliche_r:	Prof. Dr. Martina Harms		
ECTS-Leistungspunkte:	6 ECTS	Arbeitsbelastung gesamt:	180 h
Verwendung des Moduls in diesem Studiengang:	Pflichtmodul im 1. Semester	Davon Präsenzstudium:	56 h + 28 h Modulübung
Dauer und Häufigkeit des Angebots:	14 Termine im WiSe	Davon Selbststudium:	124 h, inkl. 28 h Modulübung
Verwendung des Moduls in anderen Studiengängen oder wiss. Weiterbildungsangeboten:			
Lernergebnisse:			
Nach Abschluss des Moduls haben die Student:innen folgende Kompetenzen erworben:			
Wissen und Verstehen (Wissensverbreiterung, Wissensvertiefung, Wissensverständnis)			
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Die Student:innen erlangen einen strukturierten Überblick über die zentralen Grundfragen und Problemstellungen der verschiedenen betriebswirtschaftlichen Teilgebiete wie Management, Marketing, Finanzierung und Investition, Beschaffung und Produktion, Organisation und Personalwesen. ▪ Sie können wichtige betriebswirtschaftliche Fachbegriffe benennen und erläutern. ▪ Sie sind in der Lage, verschiedene konzeptionelle Ansätze der BWL zu unterscheiden. 			
Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen (Nutzung und Transfer, wissenschaftliche Innovation)			
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Die Student:innen können wichtige betriebswirtschaftliche Modelle erläutern und sinnvoll anwenden. ▪ Sie sind in der Lage, erste betriebswirtschaftlich fundierte Entscheidungen zu treffen und diese zu begründen. ▪ Sie können betriebswirtschaftliche Grundlagen auf konkrete Praxisbeispiele übertragen. 			
Kommunikation und Kooperation			
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Die Student:innen können auf der Basis der erworbenen Grundlagen mit Fachvertreter:innen sowie Fachfremden sachgerecht kommunizieren und kooperativ vorgegebene Aufgabenstellungen lösen. ▪ Sie sind in der Lage, unterschiedliche Sichtweisen sowie Interessen anderer zu reflektieren und zu berücksichtigen. 			
Wissenschaftliches Selbstverständnis oder Professionalität			
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Die Student:innen entwickeln ein erstes berufliches Selbstbild und können ihre bisher erworbenen Kompetenzen einordnen. ▪ Sie können ihre eigenen Fähigkeiten und ihren sachbezogenen Gestaltungsspielraum einschätzen und reflektieren. 			
Lehrinhalte:			
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Betriebswirtschaftslehre als wissenschaftliche Disziplin ▪ Konstitutionelle und institutionelle Entscheidungen von Unternehmen (z.B. Rechtsform- und Standortwahl, Unternehmenszusammenschlüsse) ▪ Zentrale Funktionen im Unternehmen, z.B. Marketing, Beschaffung, Produktion, Logistik, Finanzierung und Investition, Personal und Organisation 			
In einer modulbezogenen Übung werden den Student:innen die Inhalte der Lehrveranstaltung als angeleitetes Selbststudium weiter verdeutlicht. Übungen und Fallbeispiele sind dem Lernfortschritt der Student:innen entsprechend in die Veranstaltung integriert. Die beschriebenen Inhalte des Moduls werden zur Sicherstellung des Kompetenzerwerbs geübt und auf die betriebliche Praxis im Handel übertragen.			
Unterrichtssprache:	Deutsch		
Teilnahmevoraussetzungen:			
Vorbereitung/Literatur:	Aktuelle Literaturlisten werden zu Beginn des Semesters ausgegeben.		
Weitere Informationen:	Weitere Lernmaterialien auf AULIS		

Zugehörige Lehrveranstaltungen				
Titel der Lehrveranstaltung	Lehrende	SWS	Lehr- und Lernformen	Prüfungsformen, -umfang, -dauer
BWL - Grundlagen	Prof. Dr. Frank Fürstenberg	4	Seminaristischer Unterricht	Referat oder Klausur (120 Minuten) oder mündliche Prüfung
Modulbezogene Übung		1	Angeleitetes Selbststudium	

1.2 Externes Rechnungswesen / Steuern

Modulverantwortliche_r:	Prof. Dr. Lars Büttner		
ECTS-Leistungspunkte:	6 ECTS	Arbeitsbelastung gesamt:	180h
Verwendung des Moduls in diesem Studiengang:	Pflichtmodul im 1. Semester	Davon Präsenzstudium:	56 h + 28 h Modulübung
Dauer und Häufigkeit des Angebots:	14 Termine im WiSe	Davon Selbststudium:	124 h, inkl. 28 h Modulübung
Verwendung des Moduls in anderen Studiengängen oder wiss. Weiterbildungsangeboten:			
Lernergebnisse:			
Externes Rechnungswesen:			
Nach Abschluss des Moduls haben die Student:innen folgende Kompetenzen erworben:			
Wissen und Verstehen (Wissensverbreiterung, Wissensvertiefung, Wissensverständnis)			
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Die Student:innen haben ein Verständnis für das Rechnungswesen als quantitatives Abbild des Unternehmensgeschehens. ▪ Sie können das Rechnungswesen in den Gesamtkontext der Unternehmensfunktionen einordnen und sind sicher in der Anwendung grundlegender Begrifflichkeiten des Rechnungswesens. Sie können zwischen externem und internem Rechnungswesen unterscheiden. ▪ Die Student:innen können nationale (HGB-) und internationale (IFRS-) Rechnungslegungssysteme hinsichtlich ihrer konzeptionellen Grundzüge unterscheiden. 			
Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen (Nutzung und Transfer, wissenschaftliche Innovation)			
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Die Student:innen können Bilanzierungswahlrechte zur Gestaltung des Jahresabschlusses beurteilen und anwenden. ▪ Sie sind in der Lage, Ansatz- und Bewertungsvorschriften nach HGB und IFRS für ausgewählte Bilanzposten anzuwenden. ▪ Sie können im Rahmen der Konzernrechnungslegung nach IFRS zusätzlich zum Einzelabschluss anfallende Geschäftsvorfälle einordnen und beurteilen. ▪ Sie sind in der Lage, bilanzpolitische Gestaltungsmöglichkeiten in der Rechnungslegung nach IFRS mit Bezug auf Konzernabschlüsse einzuordnen. ▪ Sie sind in der Lage, Jahresabschlüsse aus der Sicht unterschiedlicher Adressat:innen zu analysieren und zu beurteilen. 			
Kommunikation und Kooperation			
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Die Student:innen können mit Fachvertreter:innen sowie Fachfremden sachgerecht kommunizieren und kooperativ vorgegebene Aufgabenstellungen lösen. ▪ Sie sind in der Lage, unterschiedliche Sichtweisen sowie Interessen anderer zu reflektieren und zu berücksichtigen. 			
Wissenschaftliches Selbstverständnis oder Professionalität			
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Die Student:innen sind in der Lage, das eigene berufliche Handeln mit theoretischem und methodischem Wissen zu begründen und ihr neu erlangtes Wissen in bekannten und unbekanntem Kontexten einzusetzen. ▪ Sie können ihre eigenen Fähigkeiten und ihren sachbezogenen Gestaltungsspielraum einschätzen und reflektieren. 			
Steuern			
Wissen und Verstehen (Wissensverbreiterung, Wissensvertiefung, Wissensverständnis)			
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Die Student:innen können die Grundzüge der Unternehmensbesteuerung resultierend aus den wesentlichen Steuerarten benennen und einordnen. ▪ Sie sind in der Lage, den Zusammenhang zwischen Besteuerung und Rechnungslegung zu erkennen. 			

- Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen (Nutzung und Transfer, wissenschaftliche Innovation)
- Die Student:innen sind in der Lage, die steuerliche Belastung der unternehmerischen Betätigung grundsätzlich zu ermitteln.
 - Sie können die Auswirkungen der Besteuerung auf unternehmerische Entscheidungen beurteilen.

Kommunikation und Kooperation

- Die Student:innen können mit Fachvertreter:innen sowie Fachfremden sachgerecht kommunizieren und kooperativ vorgegebene Aufgabenstellungen lösen.

Wissenschaftliches Selbstverständnis oder Professionalität

- Die Student:innen sind in der Lage, das eigene berufliche Handeln mit theoretischem und methodischem Wissen zu begründen und ihr neu erlangtes Wissen in bekannten und unbekanntem Kontexten einzusetzen.
- Sie können ihre eigenen Fähigkeiten und ihren sachbezogenen Gestaltungsspielraum einschätzen und reflektieren.

Lehrinhalte:

Externes Rechnungswesen

- Technik des betrieblichen Rechnungswesens
- Jahresabschluss als ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage
- Grundsätze und Prinzipien der Rechnungslegung nach HGB
- Bilanzierungspflichten, -wahlrechte und -verbote im Einzelabschluss nach HGB
- Ansatz und Bewertung ausgewählter Bilanzposten
- Weiterführende Abschlüsse: Steuerbilanz, Konzernbilanz, IFRS

In einer modulbezogenen Übung werden den Student:innen die Inhalte der Lehrveranstaltung als angeleitetes Selbststudium weiter verdeutlicht. Übungen und Fallbeispiele sind dem Lernfortschritt der Student:innen entsprechend in die Veranstaltung integriert. Die beschriebenen Inhalte des Moduls werden zur Sicherstellung des Kompetenzerwerbs geübt und auf die betriebliche Praxis im Handel übertragen.

Steuern

- Grundlagen des Steuerrechts
- Grundzüge der Ertragssteuerarten
- Sonstige Steuerarten
- Der Einfluss der Besteuerung auf unternehmerische Entscheidungen

In einer modulbezogenen Übung werden den Student:innen die Inhalte der Lehrveranstaltung als angeleitetes Selbststudium weiter verdeutlicht. Übungen und Fallbeispiele sind dem Lernfortschritt der Student:innen entsprechend in die Veranstaltung integriert. Die beschriebenen Inhalte des Moduls werden zur Sicherstellung des Kompetenzerwerbs geübt und auf die betriebliche Praxis im Handel übertragen.

Unterrichtssprache:	Deutsch
Teilnahmevoraussetzungen:	
Vorbereitung/Literatur:	Aktuelle Literaturlisten werden zu Beginn des Semesters ausgegeben.
Weitere Informationen:	Weitere Lernmaterialien auf AULIS

Zugehörige Lehrveranstaltungen				
Titel der Lehrveranstaltung	Lehrende	SWS	Lehr- und Lernformen	Prüfungsformen, -umfang, -dauer
Externes Rechnungswesen / Steuern	Prof. Dr. Dorian Fischbach	4	Seminaristischer Unterricht	Klausur (120 Minuten)
Modulbezogene Übung		1	Angeleitetes Selbststudium	

1.3 Wirtschaftsmathematik und -statistik

Modulverantwortliche_r:	Berthold Halbmann		
ECTS-Leistungspunkte:	6 ECTS	Arbeitsbelastung gesamt:	180h
Verwendung des Moduls in diesem Studiengang:	Pflichtmodul im 1. Semester	Davon Präsenzstudium:	56 h + 28 h Modulübung
Dauer und Häufigkeit des Angebots:	14 Termine im WiSe	Davon Selbststudium:	124 h, inkl. 28 h Modulübung
Verwendung des Moduls in anderen Studiengängen oder wiss. Weiterbildungsangeboten:			

Lernergebnisse:

Nach Abschluss des Moduls haben die Student:innen folgende Kompetenzen erworben:

Wissen und Verstehen (Wissensverbreiterung, Wissensvertiefung, Wissensverständnis)

- Die Student:innen sind mit einer Vielzahl statistischer und mathematischer Methoden vertraut und können quantifizierbare ökonomische Probleme mit Hilfe geeigneter statistischer und/oder mathematischer Modelle beschreiben.
- Sie können geeignete mathematische Modelle zur Lösung konkreter ökonomischer Probleme auswählen.
- Sie erkennen, dass Ergebnisse von Rechnungen modellabhängig sind und daher unterschiedliche Modelle trotz gleicher Ausgangsstruktur zu unterschiedlichen Ergebnissen führen können.
- Sie erlangen eine Beurteilungsfähigkeit hinsichtlich mathematischer Lösungsverfahren und deren Ergebnisse als Entscheidungshilfe bei wirtschaftswissenschaftlichen Fragestellungen.
- Sie sind in der Lage, Datenmengen aufzubereiten und mittels Tabellen und Graphiken übersichtlich darzustellen und die Daten mit Hilfe statistischer Kennzahlen zu beschreiben.
- Die Student:innen sind in der Lage, die für statistische Erhebungen notwendigen exakten Begriffsdefinitionen zu leisten und können erläutern, warum es bei gleicher statistischer Problemstellung zu unterschiedlichen Ergebnissen kommt.

Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen (Nutzung und Transfer, wissenschaftliche Innovation)

- Die Student:innen können zur Lösung wirtschaftswissenschaftlicher Fragestellungen eine Vielzahl geeigneter mathematischer und/oder statistischer Modelle anwenden.
- Sie erlangen eine Beurteilungsfähigkeit hinsichtlich mathematischer Lösungsverfahren und deren Ergebnisse als Entscheidungshilfe bei wirtschaftswissenschaftlichen Fragestellungen.
- Sie können Ergebnisse der Anwendung statistischer Methoden interpretieren und hinsichtlich ihrer Aussagekraft beurteilen.
- Sie kennen die zur Analyse von Daten notwendigen und zulässigen statistischen Methoden/Modelle und können diese korrekt anwenden.

Kommunikation und Kooperation

- Die Student:innen können mit Fachvertreter:innen sowie Fachfremden sachgerecht kommunizieren und über statistische Aussagen und deren Aussagekraft diskutieren.
- Sie können kooperativ vorgegebene Aufgabenstellungen lösen und dabei die Qualität von Statistiken beurteilen, statistische Aussagen bewerten und gegebenenfalls begründet kritisieren.

Wissenschaftliches Selbstverständnis oder Professionalität

- Die Student:innen können eigene statistische Untersuchungen berufsspezifisch planen und die Relevanz statistischer Analysemethoden für statistische Probleme im Handel erkennen.
- Sie sind in der Lage auf Basis statistischer Analysen zur Lösung statistischer Probleme im Unternehmen beizutragen und diesen Beitrag wissenschaftlich mit Modellen der Statistik/Mathematik zu begründen.
- Sie können ihre eigenen Fähigkeiten und ihren sachbezogenen Gestaltungsspielraum einschätzen und reflektieren.

Lehrinhalte:

- 1. Finanzmathematik
 - Grundlagen der Finanzmathematik (Folgen, Reihen, Grenzwerte)
 - Zinsrechnung
 - Rentenrechnung
 - Tilgungsrechnung
- 2. Analysis / Lineare Algebra
 - Funktionen zur Darstellung und Interpretation wirtschaftlicher Zusammenhänge, lineare und nicht-lineare Gleichungssysteme (u.a. Vektoren und Matrizen)
 - Ökonomische Anwendungen der Differentialrechnung (Grenzkosten, Grenzerlöse, Elastizitäten)
 - Lösen von ökonomischen Optimierungsproblemen, auch unter Nebenbedingungen
- 4. Wirtschaftsstatistik
 - Methoden zur Gewinnung, Aufbereitung und Darstellung von Daten
 - Ein- und zweidimensionale Datenanalyse (Skalierung, Lageparameter und Streuungsmaße, Korrelations- und Regressionsrechnung)
 - Maß- und Indexzahlen
 - Elementare Zeitreihenanalysen

In einer modulbezogenen Übung werden den Student:innen die Inhalte der Lehrveranstaltung als angeleitetes Selbststudium weiter verdeutlicht. Übungen und Fallbeispiele sind dem Lernfortschritt der Student:innen entsprechend in die Veranstaltung integriert. Die beschriebenen Inhalte des Moduls werden zur Sicherstellung des Kompetenzerwerbs geübt.

Unterrichtssprache:	Deutsch
Teilnahmevoraussetzungen:	
Vorbereitung/Literatur:	Aktuelle Literaturlisten werden zu Beginn des Semesters ausgegeben.
Weitere Informationen:	Weitere Lernmaterialien auf AULIS

Zugehörige Lehrveranstaltungen				
Titel der Lehrveranstaltung	Lehrende	SWS	Lehr- und Lernformen	Prüfungsformen, -umfang, -dauer
Wirtschaftsmathematik und -statistik	Berthold Halbmann	4	Seminaristischer Unterricht	Klausur (120 Minuten) oder Portfolio
Modulbezogene Übung		1	Angeleitetes Selbststudium	

1.4 Internes Rechnungswesen / Projektmanagement

Modulverantwortliche_r:	Prof. Dr. Lars Büttner		
ECTS-Leistungspunkte:	6 ECTS	Arbeitsbelastung gesamt:	180h
Verwendung des Moduls in diesem Studiengang:	Pflichtmodul im 1. Semester	Davon Präsenzstudium:	56 h + 28 h Modulübung
Dauer und Häufigkeit des Angebots:	14 Termine im WiSe	Davon Selbststudium:	124 h, inkl. 28 h Modulübung
Verwendung des Moduls in anderen Studiengängen oder wiss. Weiterbildungsangeboten:			

Lernergebnisse:

Nach Abschluss des Moduls haben die Student:innen folgende Kompetenzen erworben:

Internes Rechnungswesen

Wissen und Verstehen (Wissensverbreiterung, Wissensvertiefung, Wissensverständnis)

- Die Student:innen sind in der Lage, die Teilgebiete der Kosten- und Leistungsrechnung abzugrenzen und einzuordnen.

Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen (Nutzung und Transfer, wissenschaftliche Innovation)

- Die Student:innen sind befähigt, traditionelle Methoden der Kosten- und Leistungsrechnung anzuwenden und kritisch zu beurteilen.
- Sie erkennen Ansatzpunkte der weiterführenden Methoden der entscheidungsorientierten Kostenrechnung wie auch des Kostenmanagements.

Kommunikation und Kooperation

- Die Student:innen können mit Fachvertreter:innen sowie Fachfremden sachgerecht kommunizieren und kooperativ vorgegebene Aufgabenstellungen lösen.

Wissenschaftliches Selbstverständnis oder Professionalität

- Die Student:innen sind in der Lage, das eigene berufliche Handeln mit theoretischem und methodischem Wissen zu begründen und ihr neu erlangtes Wissen in bekannten und unbekanntem Kontexten einzusetzen.

Projektmanagement:

Wissen und Verstehen (Wissensverbreiterung, Wissensvertiefung, Wissensverständnis)

- Die Student:innen erlangen einen strukturierten Überblick über Ansätze des klassischen, hybriden und agilen Projektmanagements.
- Sie können die grundlegenden Ansätze zur Organisation, Planung, Steuerung und Kontrolle von Projekten erläutern.

Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen (Nutzung und Transfer, wissenschaftliche Innovation)

- Die Student:innen können wichtige Modelle aus dem Projektmanagement erläutern und sinnvoll anwenden.
- Sie sind in der Lage, fundierte Entscheidungen über die Planung und Gestaltung von Projekten zu treffen und diese zu begründen.
- Sie können die Grundlagen zum Projektmanagement auf konkrete Praxisbeispiele übertragen.

Kommunikation und Kooperation

- Die Student:innen können mit Fachvertreter:innen sowie Fachfremden sachgerecht kommunizieren und kooperativ vorgegebene Aufgabenstellungen lösen.
- Sie sind in der Lage, unterschiedliche Sichtweisen sowie Interessen anderer zu reflektieren und zu berücksichtigen.

Wissenschaftliches Selbstverständnis oder Professionalität

- Die Student:innen sind in der Lage, das eigene berufliche Handeln mit theoretischem und methodischem Wissen zu begründen und ihr neu erlangtes Wissen in bekannten und unbekanntem Kontexten einzusetzen.
- Sie können ihre eigenen Fähigkeiten und ihren sachbezogenen Gestaltungsspielraum einschätzen und reflektieren.

Lehrinhalte:

Internes Rechnungswesen

- Dokumentations-, Informations- und Planungsaufgaben der Kosten- und Leistungsrechnung
- Teilgebiete der Kosten- und Leistungsrechnung (Kostenarten-, Kostenstellen-, Kostenträger-, Vollkosten-, Teilkostenrechnung)
- Möglichkeiten und Grenzen traditioneller Kostenrechnungssysteme als entscheidungs-unterstützende Instrumente der Unternehmensführung

Projektmanagement

- Grundbegriffe des Projektmanagements
- Klassisches, agiles und hybrides Projektmanagement
- Organisation von Projekten
- Projektplanung und -terminierung, Netzplantechniken
- Steuerung und Kontrolle von Projekten, Methoden des Projektcontrollings
- Anforderungen an Projektleiter:innen und –teams

In einer modulbezogenen Übung werden den Student:innen die Inhalte der Lehrveranstaltung als angeleitetes Selbststudium weiter verdeutlicht. Übungen und Fallbeispiele sind dem Lernfortschritt der Student:innen entsprechend in die Veranstaltung integriert. Die beschriebenen Inhalte des Moduls werden zur Sicherstellung des Kompetenzerwerbs geübt und auf die betriebliche Praxis im Handel übertragen.

Unterrichtssprache:	Deutsch
Teilnahmevoraussetzungen:	
Vorbereitung/Literatur:	Aktuelle Literaturlisten werden zu Beginn des Semesters ausgegeben.
Weitere Informationen:	Weitere Lernmaterialien auf AULIS

Zugehörige Lehrveranstaltungen				
Titel der Lehrveranstaltung	Lehrende	SWS	Lehr- und Lernformen	Prüfungsformen, -umfang, -dauer
Internes Rechnungswesen	Prof. Dr. Wilfried Teichert	2,5	Seminaristischer Unterricht	Klausur (60 Minuten)
Modulbezogene Übung		0,5	Angeleitetes Selbststudium	
Projektmanagement	Prof. Dr. Jens Eschenbächer	2,5	Seminaristischer Unterricht	Klausur (60 Minuten) oder Projektarbeit
Modulbezogene Übung		0,5	Angeleitetes Selbststudium	

1.5 Wirtschaftsrecht

Modulverantwortliche_r:	Prof. Dr. Ulrich Krüger		
ECTS-Leistungspunkte:	6 ECTS	Arbeitsbelastung gesamt:	180h
Verwendung des Moduls in diesem Studiengang:	Pflichtmodul im 1. Semester	Davon Präsenzstudium:	56 h + 28 h Modulübung
Dauer und Häufigkeit des Angebots:	14 Termine im WiSe	Davon Selbststudium:	124 h, inkl. 28 h Modulübung
Verwendung des Moduls in anderen Studiengängen oder wiss. Weiterbildungsangeboten:			
Lernergebnisse:			
Nach Abschluss des Moduls haben die Student:innen folgende Kompetenzen erworben:			
Wissen und Verstehen (Wissensverbreiterung, Wissensvertiefung, Wissensverständnis)			
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Die Student:innen erwerben die grundlegende Fachkompetenz bezüglich des Wirtschaftsrechts für die Vertragspraxis und die Konfliktlösung. 			
Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen (Nutzung und Transfer, wissenschaftliche Innovation)			
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Die Student:innen verfügen über die Methodenkompetenz, entsprechende juristische Probleme der ökonomischen Praxis frühzeitig zu erkennen und in die Planung der betriebswirtschaftlichen Handlungsoptionen auch im Rahmen von Compliance Management Systemen aufzunehmen. ▪ Sie sind in der Lage zu entscheiden, ob einfache juristische Probleme ohne die Einschaltung professioneller juristischer Hilfe gelöst werden können oder ob es dieser Hilfe bedarf. ▪ Sie erlangen Selbstkompetenz durch das Erlernen der Techniken zur Fallbearbeitung und damit auch die Kompetenz, eigene Arbeitsprozesse definiert und reflektiert zu gestalten. 			
Kommunikation und Kooperation			
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Die Student:innen können mit Anwälten oder Rechtsabteilungen sachgerecht kommunizieren und kooperativ vorgegebene Aufgabenstellungen lösen. ▪ Sie sind in der Lage, unterschiedliche Sichtweisen sowie Interessen anderer zu reflektieren und zu berücksichtigen. 			
Wissenschaftliches Selbstverständnis oder Professionalität			
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Die Student:innen sind in der Lage, das eigene berufliche Handeln mit theoretischem und methodischem Wissen zu begründen und ihr neu erlangtes Wissen in bekannten und unbekanntem Kontexten einzusetzen. ▪ Sie können ihre eigenen Fähigkeiten und ihren sachbezogenen Gestaltungsspielraum einschätzen und reflektieren. 			
Lehrinhalte:			
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Einführung in das Rechtssystem ▪ Allgemeine Rechtsgeschäftslehre einschließlich AGB ▪ Vertragsrecht ▪ Grundzüge des Sachenrechts ▪ Grundzüge des Gesellschaftsrecht 			
In einer modulbezogenen Übung werden den Student:innen die Inhalte der Lehrveranstaltung als angeleitetes Selbststudium weiter verdeutlicht. Übungen und Fallbeispiele sind dem Lernfortschritt der Student:innen entsprechend in die Veranstaltung integriert. Die beschriebenen Inhalte des Moduls werden zur Sicherstellung des Kompetenzerwerbs geübt und auf die betriebliche Praxis im Handel übertragen.			
Unterrichtssprache:	Deutsch		
Teilnahmevoraussetzungen:			

Vorbereitung/Literatur:	Aktuelle Literaturlisten werden zu Beginn des Semesters ausgegeben.			
Weitere Informationen:	Weitere Lernmaterialien auf AULIS			
Zugehörige Lehrveranstaltungen				
Titel der Lehrveranstaltung	Lehrende	SWS	Lehr- und Lernformen	Prüfungsformen, -umfang, -dauer
Wirtschaftsrecht	Doris Herrmann	4	Seminaristischer Unterricht	Klausur (120 Minuten) oder Mündliche Prüfung
Modulbezogene Übung		1	Angeleitetes Selbststudium	

2.1 Wissenschaftliches Arbeiten / Management

Modulverantwortliche_r:	Prof. Dr. Martina Harms		
ECTS-Leistungspunkte:	6 ECTS	Arbeitsbelastung gesamt:	180h
Verwendung des Moduls in diesem Studiengang:	Pflichtmodul im 2. Semester	Davon Präsenzstudium:	56 h + 28 h Modulübung
Dauer und Häufigkeit des Angebots:	14 Termine im SoSe	Davon Selbststudium:	124 h, inkl. 28 h Modulübung
Verwendung des Moduls in anderen Studiengängen oder wiss. Weiterbildungsangeboten:			

Lernergebnisse:

Nach Abschluss des Moduls haben die Student:innen folgende Kompetenzen erworben:

Wissenschaftliches Arbeiten

Wissen und Verstehen (Wissensverbreiterung, Wissensvertiefung, Wissensverständnis)

- Die Student:innen erlangen einen strukturierten Überblick über die formalen und inhaltlichen Grundlagen des wissenschaftlichen Arbeitens. Sie sind mit den formalen Anforderungen an das wissenschaftliche Arbeiten vertraut.
- Sie können fachliche Themen nach wissenschaftlichen Grundsätzen bearbeiten und sprachlich angemessen darstellen.
- Sie sind in der Lage, die Vorgehensweise bei der Bearbeitung von einfacheren wissenschaftlichen Aufgabenstellungen zu planen.

Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen (Nutzung und Transfer, wissenschaftliche Innovation)

- Die Student:innen sind in der Lage, zielgerichtete Recherchen in Bibliothekskatalogen, Online-Datenbanken und anderen Informationsquellen auf fortgeschrittenem Niveau durchzuführen.
- Sie können die Qualität und Zuverlässigkeit unterschiedlicher Quellen einschätzen.
- Sie sind in der Lage, die Materialien für die Bearbeitung wissenschaftlicher Fragestellungen zu strukturieren und sodann Problemstellung, Zielsetzung sowie Methodik und Vorgehensweise zu entwickeln. Sie können eine Grob- und Feingliederung als Grundlage für eine wissenschaftliche Arbeit entwerfen.
- Sie wissen um die Bedeutung von Logik und Stringenz in der Argumentation. Sie können ihre Ergebnisse ansprechend visualisieren und gestalten.
- Sie verfügen über verfeinerte Methodenkenntnisse und können u.a. zwischen quantitativer und qualitativer sowie explorativer und deskriptiver Forschung unterscheiden.
- Die Student:innen erlangen die Kompetenz, einfache empirische Untersuchungen zu entwerfen und auszuwerten.
- Sie können wissenschaftliche Arbeiten in schriftlicher Form erstellen und sind in der Lage, gewonnene Erkenntnisse in Form einer Präsentation aufzubereiten und zu vermitteln.

Kommunikation und Kooperation

- Die Student:innen sind in der Lage, kooperativ vorgegebene wissenschaftliche Aufgabenstellungen zu lösen.
- Sie können Fragestellungen, Vorgehensweise und Ergebnisse ihrer wissenschaftlichen Arbeit Fachvertreter:innen wie Fachfremden sachgerecht kommunizieren.
- Sie können vor Fachvertretern wissenschaftliche Beiträge zielorientiert präsentieren und haben den Umgang mit Rück- und Verständnisfragen seitens der Zuhörer:innen des Vortrages gelernt.
- Sie sind in der Lage, unterschiedliche Sichtweisen sowie Interessen anderer zu reflektieren und zu berücksichtigen.

Wissenschaftliches Selbstverständnis oder Professionalität

- Die Student:innen sind in der Lage, das eigene berufliche Handeln mit theoretischem und methodischem Wissen zu begründen.

- Durch Anwendung und Reflexion des Gelernten können sie die Bedeutung qualitativ hochwertigen wissenschaftlichen Arbeitens einschätzen.
- Sie können ihre eigenen Fähigkeiten und ihren sachbezogenen Gestaltungsspielraum einschätzen und reflektieren.

Management

Wissen und Verstehen (Wissensverbreiterung, Wissensvertiefung, Wissensverständnis)

- Die Student:innen kennen die verschiedenen Ebenen des Managements (normativ, strategisch, operativ) und können diese sowohl voneinander abgrenzen als auch miteinander in Bezug setzen.
- Sie erkennen die enge Verzahnung theoretischer Konzepte mit der Herangehensweise im Managementalltag.
- Sie haben einen ersten Überblick über das Themengebiet Entrepreneurship (einschließlich der Unternehmensgründung sowie des unternehmerischen Handelns in den weiteren typischen Phasen einer Unternehmensentwicklung).
- Sie können die grundlegenden ethischen Dimensionen des Managements skizzieren.

Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen (Nutzung und Transfer, wissenschaftliche Innovation)

- Die Student:innen können wichtige Managementkonzepte erläutern, beurteilen und auf konkrete Praxisbeispiele übertragen.
- Sie sind in der Lage, im Rahmen der Bearbeitung von Fallbeispielen erste Managemententscheidungen zu treffen, deren Konsequenzen abzuschätzen und zu reflektieren.

Kommunikation und Kooperation

- Die Student:innen können mit Fachvertreter:innen sowie Fachfremden sachgerecht kommunizieren und kooperativ vorgegebene Aufgabenstellungen lösen.
- Sie sind in der Lage, unterschiedliche Sichtweisen sowie Interessen anderer zu reflektieren und zu berücksichtigen.

Wissenschaftliches Selbstverständnis oder Professionalität

- Die Student:innen sind in der Lage, das eigene berufliche Handeln mit theoretischem und methodischem Wissen zu begründen und ihr neu erlangtes Wissen in bekannten und unbekanntem Kontexten einzusetzen.
- Sie können ihre eigenen Fähigkeiten und ihren sachbezogenen Gestaltungsspielraum einschätzen und reflektieren.

Lehrinhalte:

Wissenschaftliches Arbeiten

- Bedeutung von wissenschaftlichem Arbeiten im Studium und im Berufsleben
- Ablaufplanung, Selbst- und Zeitmanagement
- Erstellung von Exposés (Zweck, Aufbau, Inhalt)
- Gliederungsvarianten (theoretische Untersuchungen, empirische Untersuchungen, anwendungsorientierte Untersuchungen, fallstudienbasierte Untersuchungen)
- Quellensuche: Kataloge, wissenschaftliche Journale, Abstract-Sammlungen, Internet allgemein, Google Scholar zur Identifikation von Monographien, Aufsätze in deutsch- und englischsprachigen refereed journals sowie Aufsätze in sonstigen Journalen, Internet-Quellen
- Quellenbewertung
- Techniken der Quellenauswertung
- Grundlagen einfacher empirischer Untersuchungen (Fragebögen, Interviewleitfäden, Auswertung), Auswahl der passenden Forschungsmethoden
- Formale Aspekte wissenschaftlicher Arbeiten (z.B. Zitierweise, Gliederung und weitere Verzeichnisse, Sprache, Gestaltung)
- Didaktische Aspekte einer Präsentation (Gestaltung, Umfang, Aufbau, Methodik)

Management

- Unternehmensgründung und Managementphasen im Unternehmenszyklus
- Management als Institution und Funktion
- Operatives, strategisches und normatives Management

- Managementtechniken (z.B. Management by ...)
- Übertragung von theoretischen Ansätzen auf den Managementalltag
- Ethische Dimensionen des Managements

In einer modulbezogenen Übung werden den Student:innen die Inhalte der Lehrveranstaltung als angeleitetes Selbststudium weiter verdeutlicht. Übungen und Fallbeispiele sind dem Lernfortschritt der Student:innen entsprechend in die Veranstaltung integriert. Die beschriebenen Inhalte des Moduls werden zur Sicherstellung des Kompetenzerwerbs geübt und auf die betriebliche Praxis im Handel übertragen.

Unterrichtssprache: Deutsch

Teilnahmevoraussetzungen:

Vorbereitung/Literatur: Aktuelle Literaturlisten werden zu Beginn des Semesters ausgegeben.

Weitere Informationen: Weitere Lernmaterialien auf AULIS

Zugehörige Lehrveranstaltungen

Titel der Lehrveranstaltung	Lehrende	SWS	Lehr- und Lernformen	Prüfungsformen, -umfang, -dauer
Wissenschaftliches Arbeiten	Lobertus Griesmeyer	2	Seminaristischer Unterricht	Hausarbeit
Modulbezogene Übung		0,5	Angeleitetes Selbststudium	
Management		2	Seminaristischer Unterricht	Referat
Modulbezogene Übung		0,5	Angeleitetes Selbststudium	

2.2 VWL

Modulverantwortliche_r:	Prof. Dr. Martina Harms		
ECTS-Leistungspunkte:	6 ECTS	Arbeitsbelastung gesamt:	180h
Verwendung des Moduls in diesem Studiengang:	Pflichtmodul im 2. Semester	Davon Präsenzstudium:	56 h + 28 h Modulübung
Dauer und Häufigkeit des Angebots:	14 Termine im SoSe	Davon Selbststudium:	124 h, inkl. 28 h Modulübung
Verwendung des Moduls in anderen Studiengängen oder wiss. Weiterbildungsangeboten:			

Lernergebnisse:

Nach Abschluss des Moduls haben die Student:innen folgende Kompetenzen erworben:

Wissen und Verstehen (Wissensverbreiterung, Wissensvertiefung, Wissensverständnis)

- Die Student:innen kennen die Grundbegriffe und -tatbestände der VWL.
- Sie können die wichtigsten Paradigmen der VWL darstellen.
- Sie verfügen über Kenntnisse zum Verständnis und zur Einschätzung der gängigen Methoden und Instrumente der mikroökonomischen Modellbildung und Analyse.

Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen (Nutzung und Transfer, wissenschaftliche Innovation)

- Sie können diese Methoden und Instrumente der mikroökonomischen Modellbildung und Analyse in einfachen Problemlagen im Unternehmen und in der Wirtschaftspolitik anwenden.

Kommunikation und Kooperation

- Die Student:innen können mit Fachvertreter:innen sowie Fachfremden sachgerecht kommunizieren und kooperativ vorgegebene Aufgabenstellungen lösen.
- Sie sind in der Lage, unterschiedliche Sichtweisen sowie Interessen anderer zu reflektieren und zu berücksichtigen.

Wissenschaftliches Selbstverständnis oder Professionalität

- Die Student:innen sind in der Lage, das eigene berufliche Handeln mit theoretischem und methodischem Wissen zu begründen und ihr neu erlangtes Wissen in bekannten und unbekanntem Kontexten einzusetzen.
- Sie können ihre eigenen Fähigkeiten und ihren sachbezogenen Gestaltungsspielraum einschätzen und reflektieren.
- Sie sind befähigt, Standard-Argumentationen in den Wirtschaftswissenschaften zu folgen.

Lehrinhalte:

- Partialanalyse des Angebots und der Nachfrage sowie entsprechende Marktpreisbildungen bei unterschiedlichen Marktformen (Polypol, Oligopol, Monopol und monopolistische Konkurrenz)
- Grundzüge der Haushalts-, Produktions- und Kostentheorie
- Ansätze der Wohlfahrtsökonomik und der Ökonomik des öffentlichen Sektors
- Grundlagen der volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung
- Wachstumstheorie
- Analyse der makroökonomisch bedeutsamen Märkte
- Langfristige realökonomische Betrachtung und
- Kurzfristige wirtschaftliche Schwankungen

In einer modulbezogenen Übung werden den Student:innen die Inhalte der Lehrveranstaltung als angeleitetes Selbststudium weiter verdeutlicht. Übungen und Fallbeispiele sind dem Lernfortschritt der Student:innen entsprechend in die Veranstaltung integriert. Die beschriebenen Inhalte des Moduls werden zur Sicherstellung des Kompetenzerwerbs geübt und auf die betriebliche Praxis im Handel übertragen.

Unterrichtssprache:	Deutsch			
Teilnahmevoraussetzungen:				
Vorbereitung/Literatur:	Aktuelle Literaturlisten werden zu Beginn des Semesters ausgegeben.			
Weitere Informationen:	Weitere Lernmaterialien auf AULIS			
Zugehörige Lehrveranstaltungen				
Titel der Lehrveranstaltung	Lehrende	SWS	Lehr- und Lernformen	Prüfungsformen, -umfang, -dauer
VWL	Jörg Ohlrogge	4	Seminaristischer Unterricht	Klausur (120 Minuten) oder Mündliche Prüfung
Modulbezogene Übung		1	Angeleitetes Selbststudium	

2.3 Personalmanagement und Organisation

Modulverantwortliche_r:	Prof. Dr. Jens Eschenbächer		
ECTS-Leistungspunkte:	6 ECTS	Arbeitsbelastung gesamt:	180 h
Verwendung des Moduls in diesem Studiengang:	Pflichtmodul im 2. Semester	Davon Präsenzstudium:	56 h + 28 h Modulübung
Dauer und Häufigkeit des Angebots:	14 Termine im SoSe	Davon Selbststudium:	124 h, inkl. 28 h Modulübung
Verwendung des Moduls in anderen Studiengängen oder wiss. Weiterbildungsangeboten:			

Lernergebnisse:

Nach Abschluss des Moduls haben die Student:innen folgende Kompetenzen erworben:

Personalmanagement

Wissen und Verstehen (Wissensverbreiterung, Wissensvertiefung, Wissensverständnis)

- Die Student:innen erlangen einen strukturierten Überblick über die zentralen Grundfragen und Problemstellungen der verschiedenen Teilgebiete des Personalmanagements.
- Sie können die grundlegende Bedeutung des Personalmanagements sowie dessen Rolle und Aufgabe im Unternehmen verstehen und einordnen.
- Sie können die Leistungskette der Personalwirtschaft im Handelsunternehmen erläutern.

Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen (Nutzung und Transfer, wissenschaftliche Innovation)

- Die Student:innen können Modelle zur Ermittlung des Personalbedarfs in Fallbeispielen anwenden.
- Sie kennen Verfahren zur Rekrutierung und Auswahl neuer Mitarbeiter:innen sowie zur Leistungsbeurteilung bei bereits vorhandenen Mitarbeiter:innen und können deren Vor- und Nachteile beurteilen.
- Sie können Führungs-, Motivations- sowie Entgeltkonzepte und deren Anwendungsmöglichkeiten im Betrieb einschätzen.
- Sie können die erlernten Grundlagen des Personalmanagements auf konkrete Praxisbeispiele übertragen.

Kommunikation und Kooperation

- Die Student:innen können mit Fachvertreter:innen sowie Fachfremden sachgerecht kommunizieren und kooperativ vorgegebene Aufgabenstellungen lösen.
- Sie sind in der Lage, unterschiedliche Sichtweisen sowie Interessen anderer zu reflektieren und zu berücksichtigen.

Wissenschaftliches Selbstverständnis oder Professionalität

- Die Student:innen sind in der Lage, das eigene berufliche Handeln mit theoretischem und methodischem Wissen zu begründen und ihr neu erlangtes Wissen in bekannten und unbekanntem Kontexten einzusetzen.
- Sie können ihre eigenen Fähigkeiten und ihren sachbezogenen Gestaltungsspielraum einschätzen und reflektieren.

Organisation

Wissen und Verstehen (Wissensverbreiterung, Wissensvertiefung, Wissensverständnis)

- Die Student:innen können verschiedene Ansätze der Organisationstheorie erläutern.
- Sie können alternative Gestaltungsoptionen für Organisationen unterscheiden.
- Sie können ausgewählte Instrumente bzw. Methoden des Prozessmanagements beschreiben.

Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen (Nutzung und Transfer, wissenschaftliche Innovation)

- Die Student:innen können wichtige organisationstheoretische Konzepte erläutern und auf konkrete Praxisbeispiele übertragen.
- Sie können betriebliche Organisationsstrukturen analysieren.
- Sie können moderne Organisationsformen einschätzen und evaluieren.
- Sie sind in der Lage, verschiedene Ansätze des Change Managements aufzuzeigen und zu bewerten.

Kommunikation und Kooperation

- Die Student:innen können mit Fachvertreter:innen sowie Fachfremden sachgerecht kommunizieren und kooperativ vorgegebene Aufgabenstellungen lösen.
- Sie sind in der Lage, unterschiedliche Sichtweisen sowie Interessen anderer zu reflektieren und zu berücksichtigen.

Wissenschaftliches Selbstverständnis oder Professionalität

- Die Student:innen sind in der Lage, das eigene berufliche Handeln mit theoretischem und methodischem Wissen zu begründen und ihr neu erlangtes Wissen in bekannten und unbekanntem Kontexten einzusetzen.
- Sie können ihre eigenen Fähigkeiten und ihren sachbezogenen Gestaltungsspielraum einschätzen und reflektieren.

Lehrinhalte:

Personalmanagement

- Begriff, Inhalt und Ziele des Personalmanagements
- Die personalwirtschaftliche Leistungskette im Rahmen der betrieblichen Wertschöpfung
- Ermittlung des Personalbedarfs
- Personalauswahl, Personalbeurteilung
- Personalentwicklung
- Führungs- und Motivationskonzepte
- Grundlagen der Entgeltgestaltung

Organisation

- Ausgewählte Ansätze der Organisationstheorie
- Grundmodelle der Leitungsorganisation (Einlinien-, Stablinien- und Mehrliniensysteme)
- Organisationskonzepte der Praxis (Funktional-, Divisional-, Matrix- und Holding-Organisationen)
- Moderne Organisationsformen (z.B. Netzwerkorganisation, virtuelle Unternehmen)
- Grundzüge der Prozessorganisation einschließlich Prozessmodellierung, -optimierung und -implementierung
- Grundzüge des Change Managements

In einer modulbezogenen Übung werden den Student:innen die Inhalte der Lehrveranstaltung als angeleitetes Selbststudium weiter verdeutlicht. Übungen und Fallbeispiele sind dem Lernfortschritt der Student:innen entsprechend in die Veranstaltung integriert. Die beschriebenen Inhalte des Moduls werden zur Sicherstellung des Kompetenzerwerbs geübt und auf die betriebliche Praxis im Handel übertragen.

Unterrichtssprache:	Deutsch
Teilnahmevoraussetzungen:	
Vorbereitung/Literatur:	Aktuelle Literaturlisten werden zu Beginn des Semesters ausgegeben.
Weitere Informationen:	Weitere Lernmaterialien auf AULIS

Zugehörige Lehrveranstaltungen

Titel der Lehrveranstaltung	Lehrende	SWS	Lehr- und Lernformen	Prüfungsformen, -umfang, -dauer
Personalmanagement und Organisation	Prof. Dr. Jens Eschenbächer	4	Seminaristischer Unterricht	Klausur (120 Minuten)
Modulbezogene Übung		1	Angeleitetes Selbststudium	

2.4 Wirtschaftsinformatik

Modulverantwortliche_r:	Prof. Dr. Harmen Jelten		
ECTS-Leistungspunkte:	6 ECTS	Arbeitsbelastung gesamt:	180 h
Verwendung des Moduls in diesem Studiengang:	Pflichtmodul im 2. Semester	Davon Präsenzstudium:	56 h + 28 h Modulübung
Dauer und Häufigkeit des Angebots:	14 Termine im SoSe	Davon Selbststudium:	124 h, inkl. 28 h Modulübung
Verwendung des Moduls in anderen Studiengängen oder wiss. Weiterbildungsangeboten:			

Lernergebnisse:

Nach Abschluss des Moduls haben die Student:innen folgende Kompetenzen erworben:

Wissen und Verstehen (Wissensverbreiterung, Wissensvertiefung, Wissensverständnis)

- Die Student:innen können Aufbau, Funktionsumfang und Einsatzmöglichkeiten betrieblicher Anwendungssysteme erläutern.
- Sie können die Systemarchitektur von ERP-Systemen (Enterprise Resource Planning) am Beispiel des SAP-Systems beschreiben.
- Sie können die Funktionsweise von Datenbanksystemen und deren Datenbankmodellen beschreiben.
- Sie kennen alternative Techniken einer Datenübertragung in Netzwerken (Transportmedien, Protokolle).
- Sie können die technologischen Grundlagen des Internets (TCP/IP) und von Internet-Anwendungen (http, smtp, ...) erläutern.

Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen (Nutzung und Transfer, wissenschaftliche Innovation)

- Die Student:innen können Funktionen (Transaktionen) entlang einer durchgehenden Fallstudie im SAP-System sowie weiterer ausgewählter Geschäftsprozesse selbständig anwenden.
- Sie können die Funktionsweise von Datenbanken praktisch umsetzen und einfache Beispiele einer Datenmodellierung lösen.

Kommunikation und Kooperation

- Die Student:innen können mit Fachvertreter:innen sowie Fachfremden sachgerecht kommunizieren und kooperativ vorgegebene Aufgabenstellungen lösen.
- Sie sind in der Lage, unterschiedliche Sichtweisen sowie Interessen anderer zu reflektieren und zu berücksichtigen.

Wissenschaftliches Selbstverständnis oder Professionalität

- Die Student:innen sind in der Lage, das eigene berufliche Handeln mit theoretischem und methodischem Wissen zu begründen und ihr neu erlangtes Wissen in bekannten und unbekanntem Kontexten einzusetzen.
- Sie können ihre eigenen Fähigkeiten und ihren sachbezogenen Gestaltungsspielraum einschätzen und reflektieren.

Lehrinhalte:

- Ausgewählte Themen zur Einführung in die Wirtschaftsinformatik mit dem Fokus auf betriebliche Anwendungssysteme
- Technologische und betriebswirtschaftliche Grundlagen von ERP-Systemen, Marktübersicht und SAP als Marktführer:in
- Architektur des SAP-Systems als Anwendungsbeispiel
- Fallstudie im SAP-System zu Prozessen in der Logistik und im Rechnungswesen
- Datenbanksysteme und Datenmodellierung
- Datenübertragung und Rechnernetze
- Internet, TCP/IP und Internet-Anwendungen

In einer modulbezogenen Übung werden den Student:innen die Inhalte der Lehrveranstaltung als angeleitetes Selbststudium weiter verdeutlicht. Übungen und Fallbeispiele sind dem Lernfortschritt der Student:innen entsprechend in die Veranstaltung integriert. Die beschriebenen Inhalte des Moduls werden zur Sicherstellung des Kompetenzerwerbs geübt und auf die betriebliche Praxis im Handel übertragen.

Unterrichtssprache:	Deutsch			
Teilnahmevoraussetzungen:				
Vorbereitung/Literatur:	Aktuelle Literaturlisten werden zu Beginn des Semesters ausgegeben.			
Weitere Informationen:	Weitere Lernmaterialien auf AULIS			
Zugehörige Lehrveranstaltungen				
Titel der Lehrveranstaltung	Lehrende	SWS	Lehr- und Lernformen	Prüfungsformen, -umfang, -dauer
Wirtschaftsinformatik	Prof. Dr. Harmen Jelten	4	Seminaristischer Unterricht	Klausur (120 Minuten) oder Portfolio
Modulbezogene Übung		1	Angeleitetes Selbststudium	

2.5 Logistik und Distribution im Handel

Modulverantwortliche_r:	Prof. Dr. Frank Fürstenberg		
ECTS-Leistungspunkte:	6 ECTS	Arbeitsbelastung gesamt:	180 h
Verwendung des Moduls in diesem Studiengang:	Pflichtmodul im 2. Semester	Davon Präsenzstudium:	56 h + 28 h Modulübung
Dauer und Häufigkeit des Angebots:	14 Termine im SoSe	Davon Selbststudium:	124 h, inkl. 28 h Modulübung
Verwendung des Moduls in anderen Studiengängen oder wiss. Weiterbildungsangeboten:			

Lernergebnisse:

Nach Abschluss des Moduls haben die Student:innen folgende Kompetenzen erworben:

Logistik

Wissen und Verstehen (Wissensverbreiterung, Wissensvertiefung, Wissensverständnis)

- Die Student:innen erlangen fachliche Kenntnisse über die Logistik als Querschnittsfunktion im Unternehmen sowie über die wichtigsten Komponenten logistischer Prozesse.
- Sie können die Bedeutung der Logistik für den Unternehmenserfolg einschätzen.

Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen (Nutzung und Transfer, wissenschaftliche Innovation)

- Die Student:innen werden in die Lage versetzt, mit Hilfe geeigneter Planungsmethoden ausgewählte strategische und operative Entscheidungen in der Logistik zu treffen.
- Sie können die Konzepte und Ansätze der Distributionslogistik anwenden.
- Sie können theoretische Grundlagen der Logistik auf konkrete Praxisbeispiele übertragen.

Kommunikation und Kooperation

- Die Student:innen können mit Fachvertreter:innen sowie Fachfremden sachgerecht kommunizieren und kooperativ vorgegebene Aufgabenstellungen lösen.
- Sie sind in der Lage, unterschiedliche Sichtweisen sowie Interessen anderer zu reflektieren und zu berücksichtigen.

Wissenschaftliches Selbstverständnis oder Professionalität

- Die Student:innen sind in der Lage, das eigene berufliche Handeln mit theoretischem und methodischem Wissen zu begründen und ihr neu erlangtes Wissen in bekannten und unbekanntem Kontexten einzusetzen.
- Sie können ihre eigenen Fähigkeiten und ihren sachbezogenen Gestaltungsspielraum einschätzen und reflektieren.

Distribution

Wissen und Verstehen (Wissensverbreiterung, Wissensvertiefung, Wissensverständnis)

- Die Studentinnen kennen die Grundlagen der Distributionspolitik und können wichtige Fragestellungen erläutern.
- Sie erlernen die Ableitung von Zielsetzungen sowie die Entwicklung alternativer Strategien der Distributionspolitik.
- Sie kennen die wichtigsten distributionspolitischen Instrumente.

Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen (Nutzung und Transfer, wissenschaftliche Innovation)

- Sie können die wichtigsten Methoden und Instrumente sowie ausgewählte Analyse- und Planungstätigkeiten auf spezifische Fallsituationen anwenden.
- Sie sind in der Lage, betriebswirtschaftlich fundierte Entscheidungen über die Distributionsprozesse im Handel zu treffen und diese zu begründen.

Kommunikation und Kooperation

- Die Student:innen können mit Fachvertreter:innen sowie Fachfremden sachgerecht kommunizieren und kooperativ vorgegebene Aufgabenstellungen lösen.

- Sie sind in der Lage, unterschiedliche Sichtweisen sowie Interessen anderer zu reflektieren und zu berücksichtigen.

Wissenschaftliches Selbstverständnis oder Professionalität

- Die Student:innen sind in der Lage, das eigene berufliche Handeln mit theoretischem und methodischem Wissen zu begründen.
- Sie können ihre eigenen Fähigkeiten und ihren sachbezogenen Gestaltungsspielraum einschätzen und reflektieren.

Lehrinhalte:

Logistik

- Einführung in die Logistik
- Einführende Case Studies zu: Transportplanung, Tourenplanung, Standortplanung, Outsourcing
- Logistikdienstleister
- Entscheidungsfelder beim Design von Logistiknetzwerken
- Kooperative Ansätze in der Logistik
- Lagerhaltung, Lagersysteme, Bestellsysteme
- Ausgewählte strategische und operative Entscheidungen der Logistik
- Standortplanung
- Innerbetriebliche Logistik
- Kommissioniersysteme
- Layoutplanung
- Transportprobleme
- Tourenplanung
- Reverse Logistics und Retouren Management
- Einführung in das Supply Chain Management

Distribution

- Absatzwege und Vertriebsformen
- Vertriebsstrategien
- Konsum- und Investitionsgüterdistribution
- Integrierte Wertschöpfungsnetze

In einer modulbezogenen Übung werden den Student:innen die Inhalte der Lehrveranstaltung als angeleitetes Selbststudium weiter verdeutlicht. Übungen und Fallbeispiele sind dem Lernfortschritt der Student:innen entsprechend in die Veranstaltung integriert. Die beschriebenen Inhalte des Moduls werden zur Sicherstellung des Kompetenzerwerbs geübt und auf die betriebliche Praxis im Handel übertragen.

Unterrichtssprache:	Deutsch
Teilnahmevoraussetzungen:	
Vorbereitung/Literatur:	Aktuelle Literaturlisten werden zu Beginn des Semesters ausgegeben.
Weitere Informationen:	Weitere Lernmaterialien auf AULIS

Zugehörige Lehrveranstaltungen

Titel der Lehrveranstaltung	Lehrende	SWS	Lehr- und Lernformen	Prüfungsformen, -umfang, -dauer
Logistik und Distribution im Handel	Prof. Dr. Frank Fürstenberg	4	Seminaristischer Unterricht	Klausur (120 Minuten) oder mündliche Prüfung
Modulbezogene Übung		1	Angeleitetes Selbststudium	

3.1 Handelsmarketing

Modulverantwortliche_r:	Prof. Dr. Christian Feddersen		
ECTS-Leistungspunkte:	6 ECTS	Arbeitsbelastung gesamt:	180 h
Verwendung des Moduls in diesem Studiengang:	Pflichtmodul im 3. Semester	Davon Präsenzstudium:	56 h + 28 h Modulübung
Dauer und Häufigkeit des Angebots:	14 Termine im WiSe	Davon Selbststudium:	124 h, inkl. 28 h Modulübung
Verwendung des Moduls in anderen Studiengängen oder wiss. Weiterbildungsangeboten:			
Lernergebnisse:			
Nach Abschluss des Moduls haben die Student:innen folgende Kompetenzen erworben:			
Wissen und Verstehen (Wissensverbreiterung, Wissensvertiefung, Wissensverständnis)			
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Die Student:innen werden in die Lage versetzt, Zielsetzungen, Alternativen und Strategien für das Handelsmarketing zu formulieren und diese im Rahmen des Handelsmarketingmixes in Maßnahmen umzusetzen. ▪ Sie können wichtige Fachbegriffe des Marketings benennen und erläutern. 			
Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen (Nutzung und Transfer, wissenschaftliche Innovation)			
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Die Student:innen kennen den Handelsmarketingmix und seine Spezifika. Sie erwerben die Kompetenz, eigenständige Entscheidungen innerhalb des Marketing-Mixes zu treffen. ▪ Sie sind in der Lage, aktuelle Entwicklungen im Handel aufzugreifen und für sich nutzbar zu machen (Digitalisierung, Nachhaltigkeit etc.). ▪ Sie können ausgewählte Methoden und Instrumente auf spezifische Fallsituationen anwenden und neue Inhalte mit Bezug zu aktuellen Themen des Handelsmarketings entwickeln. 			
Kommunikation und Kooperation			
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Die Student:innen können mit Fachvertreter:innen sowie Fachfremden sachgerecht kommunizieren und kooperativ vorgegebene Aufgabenstellungen lösen. ▪ Sie sind in der Lage, unterschiedliche Sichtweisen sowie Interessen anderer zu reflektieren und zu berücksichtigen. 			
Wissenschaftliches Selbstverständnis oder Professionalität			
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Die Student:innen sind in der Lage, das eigene berufliche Handeln mit theoretischem und methodischem Wissen zu begründen und ihr neu erlangtes Wissen in bekannten und unbekanntem Kontexten einzusetzen. ▪ Sie können ihre eigenen Fähigkeiten und ihren sachbezogenen Gestaltungsspielraum einschätzen und reflektieren. 			
Lehrinhalte:			
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Grundkenntnisse des Handelsmarketingmixes unter besonderer Berücksichtigung strategischer und konzeptioneller Überlegungen für die Operationalisierung der Instrumente des Handelsmarketings ▪ Inhalte, Instrumente und aktuelle Probleme des Handelsmarketings (z.B. Unternehmensnetzwerke und Plattformökonomie) ▪ Strategisches Handelsmarketing (u.a. Marketingziele, Instrumente der strategischen Marketingplanung, strategische Grundkonzeptionen im Handel, Rahmenbedingungen und Aufbau eines Marketingkonzeptes) ▪ Operative Marketinginstrumente des Handels (u.a. Betriebstypenpolitik, Markenpolitik, Standortpolitik, Sortimentspolitik, Personalpolitik, Preispolitik, Präsentationspolitik und Kommunikationspolitik) ▪ Ganzheitliche Planungs- und Umsetzungsmethodik, um strategische sowie konzeptionelle Ziele des Verkaufsmanagements zu erreichen ▪ Grundlagen des E-Commerce und Versandhandels ▪ Fallstudie zur Anwendung der erlernten Kompetenzen ▪ Grundlagen des digitalen Marketings und der Markenführung ▪ Grundlagen des Dienstleistungsmarketings und des Customer Relationship Managements 			

In einer modulbezogenen Übung werden den Student:innen die Inhalte der Lehrveranstaltung als angeleitetes Selbststudium weiter verdeutlicht. Übungen und Fallbeispiele sind dem Lernfortschritt der Student:innen entsprechend in die Veranstaltung integriert. Die beschriebenen Inhalte des Moduls werden zur Sicherstellung des Kompetenzerwerbs geübt und auf die betriebliche Praxis im Handel übertragen.

Unterrichtssprache:	Deutsch			
Teilnahmevoraussetzungen:				
Vorbereitung/Literatur:	Aktuelle Literaturlisten werden zu Beginn des Semesters ausgegeben.			
Weitere Informationen:	Weitere Lernmaterialien auf AULIS			
Zugehörige Lehrveranstaltungen				
Titel der Lehrveranstaltung	Lehrende	SWS	Lehr- und Lernformen	Prüfungsformen, -umfang, -dauer
Handelsmarketing	Prof. Dr. Christian Feddersen	4	Seminaristischer Unterricht	Klausur (120 Minuten) oder
Modulbezogene Übung		1	Angeleitetes Selbststudium	Mündliche Prüfung

3.2 Internationaler Handel

Modulverantwortliche_r:	Prof. Dr. Martina Harms		
ECTS-Leistungspunkte:	6 ECTS	Arbeitsbelastung gesamt:	180 h
Verwendung des Moduls in diesem Studiengang:	Pflichtmodul im 3. Semester	Davon Präsenzstudium:	56 h + 28 h Modulübung
Dauer und Häufigkeit des Angebots:	14 Termine im WiSe	Davon Selbststudium:	124 h, inkl. 28 h Modulübung
Verwendung des Moduls in anderen Studiengängen oder wiss. Weiterbildungsangeboten:			

Lernergebnisse:

Nach Abschluss des Moduls haben die Student:innen folgende Kompetenzen erworben:

Wissen und Verstehen (Wissensverbreiterung, Wissensvertiefung, Wissensverständnis)

- Die Student:innen können das Ausmaß, die Struktur und Besonderheiten internationaler Handelsströme sowie die Grundlagen der Welthandelspolitik erklären.
- Sie können die Strukturen der internationalen Währungs- und Finanzpolitik beschreiben.
- Sie können die Bedeutung internationaler Handelsabkommen einschätzen.
- Sie sind in der Lage, Potentiale und Konfliktfeldern im internationalen Handel zu erkennen.
- Sie können Faktoren, die auf die Marketingleistung von internationalen Unternehmen einwirken, identifizieren.

Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen (Nutzung und Transfer, wissenschaftliche Innovation)

- Die Student:innen können ökonomische Analysemethoden auf den internationalen Handel anwenden und für die Managementpraxis nutzbar machen.
- Sie können Techniken und Instrumente zur Analyse von Länderrisiken auswählen und anwenden.
- Sie sind in der Lage, geeignete Markteintrittsstrategien begründet auszuwählen.
- Sie können Datenquellen in Bezug auf Kunden, Handel und Wettbewerb in einem internationalen Zusammenhang identifizieren und zur Beurteilung länderspezifischer Unterschiede nutzen.
- Sie sind in der Lage, Marktsegmentationstechniken auszuwählen und anzuwenden.
- Sie können Fallstudien mit einem aktuellen Bezug zu den Fragestellungen des globalen Marketings in Gruppenarbeit lösen.

Kommunikation und Kooperation

- Die Student:innen können mit Fachvertreter:innen sowie Fachfremden sachgerecht kommunizieren und kooperativ vorgegebene Aufgabenstellungen lösen.
- Sie sind in der Lage, unterschiedliche Sichtweisen sowie Interessen anderer zu reflektieren und zu berücksichtigen.

Wissenschaftliches Selbstverständnis oder Professionalität

- Die Student:innen sind in der Lage, das eigene berufliche Handeln mit theoretischem und methodischem Wissen zu begründen und ihr neu erlangtes Wissen in bekannten und unbekanntem Kontexten einzusetzen.
- Sie können ihre eigenen Fähigkeiten und ihren sachbezogenen Gestaltungsspielraum einschätzen und reflektieren.

Lehrinhalte:

Mikro- und makroökonomische Grundlagen des internationalen Handels

- Bedeutung, Struktur und Besonderheiten internationaler Handelsströme und -räume
- Potentiale des internationalen Handels (absolute und komparative Kostenvorteile, Skalenerträge, Produktdifferenzierung etc.)
- Risiken und politische Ökonomik internationalen Handels (Verteilwirkungen, potenzielle Gewinner und Verlierer, Protektionismus, Interessenvertretung, Lobbyarbeit)
- Entwicklung internationaler Handelspolitik und internationaler Finanzmärkte

Internationales Marketing

- Internationale Industrie-, Unternehmens- und Marketingorganisationen
- Besonderheiten der internationalen Marktbearbeitung
- Strategische Optionen der Internationalisierung (Grundtypen internationaler Marktbearbeitung, Marktauswahl- und -eintrittsstrategien, internationale Standortwahl)
- Internationales Marketing-Mix Management
 - a) internationale Produktpolitik
 - b) internationale Preispolitik
 - c) internationale Distributionspolitik
 - d) internationale Kommunikationspolitik

In einer modulbezogenen Übung werden den Student:innen die Inhalte der Lehrveranstaltung als angeleitetes Selbststudium weiter verdeutlicht. Übungen und Fallbeispiele sind dem Lernfortschritt der Student:innen entsprechend in die Veranstaltung integriert. Die beschriebenen Inhalte des Moduls werden zur Sicherstellung des Kompetenzerwerbs geübt und auf die betriebliche Praxis im Handel übertragen.

Unterrichtssprache:	Deutsch			
Teilnahmevoraussetzungen:				
Vorbereitung/Literatur:	Aktuelle Literaturlisten werden zu Beginn des Semesters ausgegeben.			
Weitere Informationen:	Weitere Lernmaterialien auf AULIS			
Zugehörige Lehrveranstaltungen				
Titel der Lehrveranstaltung	Lehrende	SWS	Lehr- und Lernformen	Prüfungsformen, -umfang, -dauer
Internationaler Handel	Lobertus Griesmeyer / Uta Pralle-Häusser	4	Seminaristischer Unterricht	Klausur (120 Minuten) oder Portfolio
Modulbezogene Übung		1	Angeleitetes Selbststudium	

3.3 Handelscontrolling

Modulverantwortliche_r:	Prof. Dr. Lars Büttner		
ECTS-Leistungspunkte:	6 ECTS	Arbeitsbelastung gesamt:	180 h
Verwendung des Moduls in diesem Studiengang:	Pflichtmodul im 3. Semester	Davon Präsenzstudium:	56 h + 28 h Modulübung
Dauer und Häufigkeit des Angebots:	14 Termine im WiSe	Davon Selbststudium:	124 h, inkl. 28 h Modulübung
Verwendung des Moduls in anderen Studiengängen oder wiss. Weiterbildungsangeboten:			
Lernergebnisse:			
Nach Abschluss des Moduls haben die Student:innen folgende Kompetenzen erworben:			
Wissen und Verstehen (Wissensverbreiterung, Wissensvertiefung, Wissensverständnis)			
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Die Student:innen erlangen einen strukturierten Überblick über die Aufgaben und Ziele des Controllings und sind befähigt, die strategische und operative Dimensionen des Controllings klar voneinander abzugrenzen und zu benennen. ▪ Sie erlangen ein praxisorientiertes Verständnis der Rolle und Bedeutung von Steuerung und Planung im Unternehmen. ▪ Sie verstehen die Notwendigkeit maßgeschneiderter Controllinginstrumente in Abhängigkeit von unterschiedlichen Geschäftsmodellen und Branchen (bspw. in Bezug auf Digitale Geschäftsmodelle). ▪ Sie verstehen, dass Controlling auch als Business-Partner in Funktionsbereichen (bspw. Einkauf, Vertrieb, IT, Personalwesen) Mehrwerte und Steuerungshilfen liefern kann. 			
Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen (Nutzung und Transfer, wissenschaftliche Innovation)			
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Im Rahmen von fallstudienbasierten Vertiefungen lernen die Student:innen im Rahmen aktueller unternehmerischer Problemstellungen die Anwendung der Konzepte zur eigenständigen Lösungsentwicklung. ▪ Die Student:innen können die wirtschaftliche Leistungsfähigkeit von Unternehmen selbständig berechnen und bewerten und auf dieser Basis Maßnahmen zur Verbesserung entwickeln. ▪ Die Student:innen können Risiken von (Handels-)Unternehmen identifizieren, bewerten und mit Gegenmaßnahmen reagieren. ▪ Die Student:innen wenden ihr neues Wissen im Rahmen der Bearbeitung von Fallstudien an. 			
Kommunikation und Kooperation			
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Die Student:innen können mit Fachvertreter:innen sowie Fachfremden sachgerecht kommunizieren und kooperativ vorgegebene Aufgabenstellungen lösen. ▪ Sie sind in der Lage, unterschiedliche Sichtweisen sowie Interessen anderer zu reflektieren und zu berücksichtigen. 			
Wissenschaftliches Selbstverständnis oder Professionalität			
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Die Student:innen sind in der Lage, das eigene berufliche Handeln mit theoretischem und methodischem Wissen zu begründen und ihr neu erlangtes Wissen in bekannten und unbekanntem Kontexten einzusetzen. ▪ Sie können ihre eigenen Fähigkeiten und ihren sachbezogenen Gestaltungsspielraum einschätzen und reflektieren. 			
Lehrinhalte:			
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Aufgaben und Instrumente des strategischen und operativen Handelscontrollings ▪ Grundsätzlicher Begriff und allgemeine Aufgaben des Controllings ▪ Organisationale und funktionale Aspekte des Controllings ▪ Historische Entwicklung des Controllings ▪ Kennzahlen, Kennzahlensysteme & Reporting (Merkmale und Typen, Funktionen von und Anforderungen an Kennzahlen, absolute und relative Kennzahlen, Rentabilitätskennziffern, Liquiditätskennziffern, Days of 			

<p>Net Working Capital, Economic Value Added (EVA), Unternehmenswertrechnung auf Basis Discounted Cash Flow & Multiples)</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Handelstypische Steuerungsgrößen ▪ Risiko-Controlling ▪ Funktionales Controlling (bspw. HR-Controlling, IT-Controlling, Einkaufs-Controlling, Vertriebs-Controlling) ▪ Digitalisierung im Controlling ▪ Controlling digitaler Geschäftsmodelle ▪ Controlling als Shared Service Center bzw. Center of Excellence ▪ Fallstudien aus der Praxis des Handelscontrollings <p>In einer modulbezogenen Übung werden den Student:innen die Inhalte der Lehrveranstaltung als angeleitetes Selbststudium weiter verdeutlicht. Übungen und Fallbeispiele sind dem Lernfortschritt der Student:innen entsprechend in die Veranstaltung integriert. Die beschriebenen Inhalte des Moduls werden zur Sicherstellung des Kompetenzerwerbs geübt und auf die betriebliche Praxis im Handel übertragen.</p>				
Unterrichtssprache:		Deutsch		
Teilnahmevoraussetzungen:				
Vorbereitung/Literatur:		Aktuelle Literaturlisten werden zu Beginn des Semesters ausgegeben.		
Weitere Informationen:		Weitere Lernmaterialien auf AULIS		
Zugehörige Lehrveranstaltungen				
Titel der Lehrveranstaltung	Lehrende	SWS	Lehr- und Lernformen	Prüfungsformen, -umfang, -dauer
Handelscontrolling	Prof. Dr. Lars Büttner	4	Seminaristischer Unterricht	Klausur (120 Minuten)
Modulbezogene Übung		1	Angeleitetes Selbststudium	

3.4 Interkulturelle Kommunikation / Technische Grundlagen der digitalen Transformation

Modulverantwortliche_r:	Prof. Dr. Martina Harms		
ECTS-Leistungspunkte:	6 ECTS	Arbeitsbelastung gesamt:	180 h
Verwendung des Moduls in diesem Studiengang:	Pflichtmodul im 3. Semester	Davon Präsenzstudium:	56 h + 28 h Modulübung
Dauer und Häufigkeit des Angebots:	14 Termine im WiSe	Davon Selbststudium:	124 h, inkl. 28 h Modulübung
Verwendung des Moduls in anderen Studiengängen oder wiss. Weiterbildungsangeboten:			

Lernergebnisse:

Nach Abschluss des Moduls haben die Student:innen folgende Kompetenzen erworben:

Interkulturelle Kommunikation

Wissen und Verstehen (Wissensverbreiterung, Wissensvertiefung, Wissensverständnis)

- Die Student:innen erlangen ein Verständnis für „Kultur“ als offenes, dynamisches Gebilde.
- Sie können die Relativität der eigenen kulturellen Prägung erkennen.
- Sie sind in der Lage, die Mechanismen zur Entstehung von Vorurteilen und Stereotypen zu benennen und mit Vorurteilen bewusst umzugehen.

Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen (Nutzung und Transfer, wissenschaftliche Innovation)

- Die Student:innen können den Facettenreichtum jeder Person hinsichtlich unterschiedlicher kultureller Prägungen einordnen.
- Sie können die verschiedenen Kulturdimensionen erläutern und mit ihrer Hilfe verschiedene interkulturelle Konflikte im Berufs- und Alltagsleben analysieren und interpretieren.
- Sie können Strategien zur Verbesserung des Umgangs mit Missverständnissen in interkulturellen Überschneidungssituationen entwickeln und anwenden.
- Die Student:innen sind in der Lage, auf Basis der erworbenen Kenntnisse Lösungsmöglichkeiten zur Überwindung eines Kulturschocks zu entwickeln.

Kommunikation und Kooperation

- Die Student:innen können mit Fachvertreter:innen sowie Fachfremden auch im interkulturellen Kontext sachgerecht kommunizieren und kooperativ vorgegebene Aufgabenstellungen lösen.
- Sie sind in der Lage, unterschiedliche Sichtweisen und kulturelle Prägungen anderer zu reflektieren und zu berücksichtigen.

Wissenschaftliches Selbstverständnis oder Professionalität

- Die Student:innen sind in der Lage, das eigene berufliche Handeln mit theoretischem und methodischem Wissen zu begründen und ihr neu erlangtes Wissen in bekannten und unbekanntem Kontexten einzusetzen.
- Sie können ihre eigenen Fähigkeiten und ihren sachbezogenen Gestaltungsspielraum einschätzen und reflektieren.

Technische Grundlagen der digitalen Transformation

Wissen und Verstehen (Wissensverbreiterung, Wissensvertiefung, Wissensverständnis)

- Die Studierenden können Begriff und Auswirkung der Digitalen Transformation methodisch abgesichert im Kontext der BWL erläutern.
- Sie können die technologischen Grundlagen der Digitalen Transformation beschreiben und darüber hinaus ausgewählte Technologien und deren Funktionsweisen erklären.

Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen (Nutzung und Transfer, wissenschaftliche Innovation)

- Die Studierenden können Technologien der Digitalen Transformation selbständig einschätzen und mit Blick auf betriebswirtschaftliche Anforderungen reflektieren.
- Sie verstehen die Entwicklung von Software im Sinne einer Code-Kompetenz (Code Literacy) und können einfache Beispiele einer Programmierung lösen.

Kommunikation und Kooperation

- Die Student:innen können mit Fachvertreter:innen sowie Fachfremden sachgerecht kommunizieren und kooperativ vorgegebene Aufgabenstellungen lösen.
- Sie sind in der Lage, unterschiedliche Sichtweisen sowie Interessen anderer zu reflektieren und zu berücksichtigen.

Wissenschaftliches Selbstverständnis oder Professionalität

- Die Student:innen sind in der Lage, das eigene berufliche Handeln mit theoretischem und methodischem Wissen zu begründen und ihr neu erlangtes Wissen in bekannten und unbekanntem Kontexten einzusetzen.
- Sie können ihre eigenen Fähigkeiten und ihren sachbezogenen Gestaltungsspielraum einschätzen und reflektieren.

Lehrinhalte:

Interkulturelle Kommunikation

- Modelle zur Beschreibung von Kultur
- Kultur und kulturelle Identität
- Modelle zur Analyse von kulturellen Unterschieden und Gemeinsamkeiten (z.B. Hall, Hofstede, Trompenaars, Globe)
- Kulturübergreifende Kommunikation
- Fallstricke der eigenen Wahrnehmung und kommunikative Missverständnisse
- Vorurteile und Stereotypen
- Entwicklung und Einüben von Strategien zur Konfliktbewältigung in kulturellen Überschneidungssituationen
- Entstehung und Verlauf eines Kulturschocks

Technische Grundlagen der digitalen Transformation

- Einführung in die Digitale Transformation (Bedeutung, Terminologie, Trends, Modelle, Rahmenbedingungen)
- Technologische Grundlagen (Hardware, Rechnerarchitektur, System- und Anwendungssoftware, Rechnernetze und Internet-Kommunikation)
- Grundlagen und Methoden der Programmierung
- Ausgewählte Technologien für die digitale Transformation wie Cloud Computing, IoT, Big Data, Blockchain, KI und Maschinelles Lernen oder Robotic Process Automation

In einer modulbezogenen Übung werden den Student:innen die Inhalte der Lehrveranstaltung als angeleitetes Selbststudium weiter verdeutlicht. Übungen und Fallbeispiele sind dem Lernfortschritt der Student:innen entsprechend in die Veranstaltung integriert. Die beschriebenen Inhalte des Moduls werden zur Sicherstellung des Kompetenzerwerbs geübt und auf die betriebliche Praxis im Handel übertragen.

Unterrichtssprache:	Interkulturelle Kommunikation: Deutsch und/oder Englisch; Technische Grundlagen der digitalen Transformation: Deutsch
Teilnahmevoraussetzungen:	
Vorbereitung/Literatur:	Aktuelle Literaturlisten werden zu Beginn des Semesters ausgegeben.
Weitere Informationen:	Weitere Lernmaterialien auf AULIS

Zugehörige Lehrveranstaltungen				
Titel der Lehrveranstaltung	Lehrende	SWS	Lehr- und Lernformen	Prüfungsformen, -umfang, -dauer
Interkulturelle Kommunikation	Dr. Larissa Bannert	2	Seminaristisch er Unterricht	Klausur (60 Minuten) oder

Modulbezogene Übung		0,5	Angeleitetes Selbststudium	mündliche Prüfung
Technische Grundlagen der digitalen Transformation	Prof. Dr. Erdem Galipoğlu	2	Seminaristischer Unterricht	Portfolio
Modulbezogene Übung		0,5	Angeleitetes Selbststudium	

3.5 Handelssprache Englisch I

Modulverantwortliche_r:	Michael Medlock		
ECTS-Leistungspunkte:	6 ECTS	Arbeitsbelastung gesamt:	180 h
Verwendung des Moduls in diesem Studiengang:	Pflichtmodul im 3. Semester	Davon Präsenzstudium:	56 h
Dauer und Häufigkeit des Angebots:	14 Termine im WiSe	Davon Selbststudium:	124 h
Verwendung des Moduls in anderen Studiengängen oder wiss. Weiterbildungsangeboten:			
Lernergebnisse:			
Nach Abschluss des Moduls haben die Student:innen folgende Kompetenzen erworben:			
Wissen und Verstehen (Wissensverbreiterung, Wissensvertiefung, Wissensverständnis)			
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Die Student:innen verfügen über Sprachkompetenz in Englisch auf dem Niveau B 2.1 des Europäischen Referenzrahmens. ▪ Sie verfügen über Grundlagenkenntnisse im Themenkomplex International Business sowie über eine erweiterte interkulturelle Orientierung und Mehrsprachigkeit. 			
Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen (Nutzung und Transfer, wissenschaftliche Innovation)			
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Die Student:innen verfügen über Fremdsprachenkompetenz im Bereich International Business und wenden diese in Wort und Schrift an. ▪ Sie erweitern ihren Wortschatz in Wirtschaftsenglisch und setzen ihn sachgerecht in Wort und Schrift ein. 			
Kommunikation und Kooperation			
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Die Student:innen können in englischer Sprache mit Fachvertreter:innen sowie Fachfremden sachgerecht kommunizieren und kooperativ vorgegebene Aufgabenstellungen lösen. ▪ Sie sind in der Lage, auch in schriftlicher Form in angemessenem Wirtschaftsenglisch zu kommunizieren. 			
Wissenschaftliches Selbstverständnis oder Professionalität			
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Die Student:innen sind in der Lage, ihre eigenen englischsprachlichen Fähigkeiten einzuschätzen und zu reflektieren. 			
Lehrinhalte:			
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Sprachlich – die Weiterentwicklung der gemeinsprachlichen Kompetenz sowie des systematischen Aufbaus der Fachsprachenkompetenz in Wirtschaftsenglisch ▪ Inhaltlich – die systematische Einführung in die Grundlagen des International Business (mit Schwerpunkt internationale Handelsbeziehungen) ▪ Methodisch – die Anwendung eines integrierten Lehr- und Lernansatzes (Sprache und Inhalt), der Studierende in die Lage versetzt, auf vielfältige Weise interaktiv ihre fachsprachliche Kompetenz bei der Bearbeitung wirtschaftswissenschaftlicher Themenkomplexe in der Zielsprache zu trainieren und weiterzuentwickeln. 			
Unterrichtssprache:	Englisch		
Teilnahmevoraussetzungen:	Eingangsniveau B1.2 nach dem Europäischen Referenzrahmen in Englisch (GER)		
Vorbereitung/Literatur:	Aktuelle Literaturlisten werden zu Beginn des Semesters ausgegeben.		
Weitere Informationen:	Weitere Lernmaterialien auf AULIS		

Zugehörige Lehrveranstaltungen				
Titel der Lehrveranstaltung	Lehrende	SWS	Lehr- und Lernformen	Prüfungsformen, -umfang, -dauer
Handelssprache Englisch (Level I)	Michael Medlock	4	Seminaristischer Unterricht	Klausur (120 Minuten)

4.1 Beschaffungsmanagement

Modulverantwortliche_r:	Prof. Dr. Frank Fürstenberg		
ECTS-Leistungspunkte:	6 ECTS	Arbeitsbelastung gesamt:	180 h
Verwendung des Moduls in diesem Studiengang:	Pflichtmodul im 4. Semester	Davon Präsenzstudium:	56 h + 28 h Modulübung
Dauer und Häufigkeit des Angebots:	14 Termine im SoSe	Davon Selbststudium:	124 h, inkl. 28 h Modulübung
Verwendung des Moduls in anderen Studiengängen oder wiss. Weiterbildungsangeboten:			

Lernergebnisse:

Nach Abschluss des Moduls haben die Student:innen folgende Kompetenzen erworben:

Wissen und Verstehen (Wissensverbreiterung, Wissensvertiefung, Wissensverständnis)

- Die Student:innen erlangen einen strukturierten Überblick über Zielsetzungen, Alternativen, Strategien und Instrumente des Beschaffungsmanagements in Handelsunternehmen.
- Sie können die Grundfragen von moderner Beschaffung und Einkauf diskutieren.
- Sie kennen Gestaltungsfelder und Gestaltungsalternativen von Einkauf und Beschaffung.

Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen (Nutzung und Transfer, wissenschaftliche Innovation)

- Die Student:innen können die wichtigsten Methoden und Instrumente sowie ausgewählte Analyse- und Planungstätigkeiten zur Gestaltung des Beschaffungsprogramms (z.B. Make or Buy, ABC- und XYZ Analysen), Warenbedarfsermittlung und Sortimentsbildung, zur Lieferant:innensuche und -selektion sowie Warenbestellung und Lieferant:innenbeurteilung im Handel anwenden.

Kommunikation und Kooperation

- Die Student:innen können mit Fachvertreter:innen sowie Fachfremden sachgerecht kommunizieren und kooperativ vorgegebene Aufgabenstellungen lösen.
- Sie sind in der Lage, unterschiedliche Sichtweisen sowie Interessen anderer zu reflektieren und zu berücksichtigen.

Wissenschaftliches Selbstverständnis oder Professionalität

- Die Student:innen sind in der Lage, das eigene berufliche Handeln mit theoretischem und methodischem Wissen zu begründen und ihr neu erlangtes Wissen in bekannten und unbekanntem Kontexten einzusetzen.
- Sie können ihre eigenen Fähigkeiten und ihren sachbezogenen Gestaltungsspielraum einschätzen und reflektieren.

Lehrinhalte:

- Gestaltungsfelder und Gestaltungsalternativen von Beschaffung und Einkauf
- Operative und strategische Rolle von Einkauf und Beschaffung im Wertschöpfungsprozess
- Einkaufsverhalten von Unternehmen: Entscheidungsfindung in Einkauf und Beschaffung
- Beschaffungsmanagementprozesse, z.B. Beschaffung von Trend-, Mode-, Basis- und Saisonartikeln
- Marktstrukturen, Outsourcing und Risikomanagement
- Warengruppenmanagement zur Verbesserung der Lieferantenleistungen
- Lieferantenmanagement: Ansätze und Methoden
- Beschaffung und Supply Management im Groß- und Einzelhandel
- Sortimentsanalyse anhand des Beschaffungsportfolios
- Fallstudien

In einer modulbezogenen Übung werden den Student:innen die Inhalte der Lehrveranstaltung als angeleitetes Selbststudium weiter verdeutlicht. Übungen und Fallbeispiele sind dem Lernfortschritt der Student:innen entsprechend in die Veranstaltung integriert. Die beschriebenen Inhalte des Moduls werden zur Sicherstellung des Kompetenzerwerbs geübt und auf die betriebliche Praxis im Handel übertragen

Unterrichtssprache:	Deutsch			
Teilnahmevoraussetzungen:				
Vorbereitung/Literatur:	Aktuelle Literaturlisten werden zu Beginn des Semesters ausgegeben.			
Weitere Informationen:	Weitere Lernmaterialien auf AULIS			
Zugehörige Lehrveranstaltungen				
Titel der Lehrveranstaltung	Lehrende	SWS	Lehr- und Lernformen	Prüfungsformen, -umfang, -dauer
Beschaffungsmanagement	Prof. Dr. Frank Fürstenberg	4	Seminaristischer Unterricht	Klausur (120 Minuten) oder mündliche Prüfung
Modulbezogene Übung		1	Angeleitetes Selbststudium	

4.2 Finanzwirtschaft

Modulverantwortliche_r:	Prof. Dr. Peter Laudi		
ECTS-Leistungspunkte:	6 ECTS	Arbeitsbelastung gesamt:	180 h
Verwendung des Moduls in diesem Studiengang:	Pflichtmodul im 4. Semester	Davon Präsenzstudium:	56 h + 28 h Modulübung
Dauer und Häufigkeit des Angebots:	14 Termine im SoSe	Davon Selbststudium:	124 h, inkl. 28 h Modulübung
Verwendung des Moduls in anderen Studiengängen oder wiss. Weiterbildungsangeboten:			
Lernergebnisse:			
Nach Abschluss des Moduls haben die Student:innen folgende Kompetenzen erworben:			
Wissen und Verstehen (Wissensverbreiterung, Wissensvertiefung, Wissensverständnis)			
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Die Student:innen erlangen einen strukturierten Überblick über die Anforderungen der Finanzwirtschaft als Teil der Unternehmensführung. ▪ Sie sind in der Lage, mit den spezifischen Begriffen der Finanzwirtschaft sicher umzugehen. ▪ Sie verstehen, auf welchen alternativen Wegen ein Unternehmen mit Kapital ausgestattet werden kann. 			
Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen (Nutzung und Transfer, wissenschaftliche Innovation)			
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Die Student:innen können wichtige Methoden der Finanzwirtschaft erläutern und sinnvoll anwenden. ▪ Sie sind befähigt, finanzwirtschaftliche Kennziffern zu ermitteln und zu beurteilen (bspw. im Bereich der Liquidität und finanziellen Solidität). ▪ Sie können eigenständige Berechnung von Investitionsvorhaben durchführen und diese beurteilen. ▪ Die Student:innen wenden ihr neues Wissen im Rahmen der Bearbeitung von Fallstudien an. Sie erkennen die Rahmenbedingungen finanzieller Handlungsspielräume und begründen ihre Entscheidungen auf Basis von eigenständig durchgeführten Analysen. 			
Kommunikation und Kooperation			
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Die Student:innen können mit Fachvertreter:innen sowie Fachfremden sachgerecht kommunizieren und kooperativ vorgegebene Aufgabenstellungen lösen. ▪ Sie sind in der Lage, unterschiedliche Sichtweisen sowie Interessen anderer zu reflektieren und zu berücksichtigen. 			
Wissenschaftliches Selbstverständnis oder Professionalität			
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Die Student:innen sind in der Lage, das eigene berufliche Handeln im Kontext von Finanzentscheidungen und Investitionsvorhaben mit theoretischem und methodischem Wissen zu begründen. ▪ Sie können ihre eigenen Fähigkeiten und ihren sachbezogenen Gestaltungsspielraum einschätzen und reflektieren. 			
Lehrinhalte:			
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Güter- und Finanzbewegungen im Unternehmen ▪ Begriff der Investition & Finanzierung ▪ Bestimmung des Kapitalbegriffs ▪ Systematisierung der Finanzierung: Eigen- & Fremdfinanzierung, Innen- & Außenfinanzierung ▪ Ziele der Unternehmensfinanzierung (Rentabilität, Liquidität, Sicherheit und Unabhängigkeit) ▪ Finanz-Controlling mit Kennziffern (bspw. Deckungsgrade etc.) ▪ Leverage-Effekt ▪ Kapitalflussrechnung/Cash Flow ▪ Finanzierung im Lebenszyklus ▪ Schwarmfinanzierung ▪ Unternehmensbewertung ▪ Diskontierungszinssätze ▪ Bonität und Rating ▪ Kreditformen und Kreditsubstitute 			

- Modelle der Investitionsrechnung

In einer modulbezogenen Übung werden den Student:innen die Inhalte der Lehrveranstaltung als angeleitetes Selbststudium weiter verdeutlicht. Übungen und Fallbeispiele sind dem Lernfortschritt der Student:innen entsprechend in die Veranstaltung integriert. Die beschriebenen Inhalte des Moduls werden zur Sicherstellung des Kompetenzerwerbs geübt und auf die betriebliche Praxis im Handel übertragen.

Unterrichtssprache: Deutsch

Teilnahmevoraussetzungen:

Vorbereitung/Literatur: Aktuelle Literaturlisten werden zu Beginn des Semesters ausgegeben.

Weitere Informationen: Weitere Lernmaterialien auf AULIS

Zugehörige Lehrveranstaltungen

Titel der Lehrveranstaltung	Lehrende	SWS	Lehr- und Lernformen	Prüfungsformen, -umfang, -dauer
Finanzwirtschaft	Prof. Dr. Peter Laudi	4	Seminaristischer Unterricht	Klausur (120 Minuten)
Modulbezogene Übung		1	Angeleitetes Selbststudium	

4.3 Handelsmarktforschung

Modulverantwortliche_r:	Prof. Dr. Christian Feddersen		
ECTS-Leistungspunkte:	6 ECTS	Arbeitsbelastung gesamt:	180 h
Verwendung des Moduls in diesem Studiengang:	Pflichtmodul im 4. Semester	Davon Präsenzstudium:	56 h + 28 h Modulübung
Dauer und Häufigkeit des Angebots:	14 Termine im SoSe	Davon Selbststudium:	124 h, inkl. 28 h Modulübung
Verwendung des Moduls in anderen Studiengängen oder wiss. Weiterbildungsangeboten:			
Lernergebnisse:			
Nach Abschluss des Moduls haben die Student:innen folgende Kompetenzen erworben:			
Wissen und Verstehen (Wissensverbreiterung, Wissensvertiefung, Wissensverständnis)			
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Die Student:innen erlangen ein detailliertes Wissen über die Ausgestaltung und den Einsatz qualitativer- und quantitativer Marktforschungsmethoden im Kontext des Handelsmarketings. ▪ Sie kennen die Zusammenhänge zwischen Marktforschung und Marketing und werden in die Lage versetzt eigenständig Entscheidungen hinsichtlich der geeignetsten Informationsgewinnungs- und Auswertungsmethode zu treffen. 			
Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen (Nutzung und Transfer, wissenschaftliche Innovation)			
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Die Student:innen sammeln, bewerten und interpretieren relevante Marktforschungsinformationen unter Nutzung qualitativer und quantitativer Marktforschungsmethoden. ▪ Sie sind in der Lage, geeignete Informationsgewinnungs- und Auswertungsmethoden für eine konkrete Marktforschungsaufgabe auszuwählen. ▪ Sie können eine konkrete Marktforschungsaufgabe hinsichtlich des Untersuchungsdesigns, der zeitlichen und organisatorischen Gestaltung und Ableitung konkreter Empfehlungen/Maßnahmen als Entscheidungsvorlage für das Management planen. ▪ Sie wenden ihre Statistikenkenntnisse auf konkretes Datenmaterial an und sind in der Lage, Marktforschungsergebnisse sinnvoll zu interpretieren, in einem Abschlussbericht zusammenzufassen und professionell zu präsentieren. 			
Kommunikation und Kooperation			
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Die Student:innen wenden ihr neues Wissen im Rahmen einer konkreten Problemstellung aus dem Handelskontext an. Sie erarbeiten selbstständig Lösungen und bereiten Entscheidungen vor. Die erarbeiteten Lösungen stellen Sie im Rahmen einer Präsentation vor und diskutieren diese mit dem Fachpublikum. Dies fördert die Kompetenzen in den Feldern Präsentation, Diskussion und Interaktivität. ▪ Die Student:innen können mit Fachvertreter:innen sowie Fachfremden sachgerecht kommunizieren und kooperativ vorgegebene Aufgabenstellungen lösen. ▪ Sie sind in der Lage, unterschiedliche Sichtweisen sowie Interessen anderer zu reflektieren und zu berücksichtigen. 			
Wissenschaftliches Selbstverständnis oder Professionalität			
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Die Student:innen sind in der Lage, das eigene berufliche Handeln mit theoretischem und methodischem Wissen zu begründen. ▪ Sie können ihre eigenen Fähigkeiten und ihren sachbezogenen Gestaltungsspielraum einschätzen und reflektieren und unter Anleitung nutzen. 			
Lehrinhalte:			
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Methodische und wissenschaftliche Grundlagen der Marktforschung (u.a. wissenschaftstheoretische Grundlagen, Messtheorie, Forschungsplanung und -strategie) 			

- Auswahlverfahren (u.a. Repräsentanzproblematik, Verfahren der Zufallsauswahl und der bewussten Auswahl, Stichprobengröße, Zufallsfehler)
- Methoden der Datengewinnung (Informationsquellen, Befragungsarten, Fragetechniken Skalierungstechniken, Codierung, Fehlertendenzen, Beobachtung, Experiment)
- Methoden der Datenauswertung (univariate, bivariate, multivariate Auswertungsverfahren)
- Ausgewählte Anwendungsbereiche der Marktforschung
- Aktuelles handelsbezogenes Thema aus dem Forschungszusammenhang als Marktforschungsaufgabe
- Grundlegende Verfahren der Handelsmarktforschung, insbesondere Handels- und Haushaltspanelforschung

In einer modulbezogenen Übung werden den Student:innen die Inhalte der Lehrveranstaltung als angeleitetes Selbststudium weiter verdeutlicht. Übungen und Fallbeispiele sind dem Lernfortschritt der Student:innen entsprechend in die Veranstaltung integriert. Die beschriebenen Inhalte des Moduls werden zur Sicherstellung des Kompetenzerwerbs geübt und auf die betriebliche Praxis im Handel übertragen.

Unterrichtssprache:	Deutsch			
Teilnahmevoraussetzungen:	Statistikgrundkenntnisse			
Vorbereitung/Literatur:	Aktuelle Literaturlisten werden zu Beginn des Semesters ausgegeben.			
Weitere Informationen:	Weitere Lernmaterialien auf AULIS			
Zugehörige Lehrveranstaltungen				
Titel der Lehrveranstaltung	Lehrende	SWS	Lehr- und Lernformen	Prüfungsformen, -umfang, -dauer
Handelsmarktforschung	Prof. Dr. Christian Feddersen	4	Seminaristischer Unterricht	Klausur (120 Minuten) oder Projektarbeit
Modulbezogene Übung		1	Angeleitetes Selbststudium	

4.4 Warenwirtschaftssysteme

Modulverantwortliche_r:	Prof. Dr. Harmen Jelten		
ECTS-Leistungspunkte:	6 ECTS	Arbeitsbelastung gesamt:	180 h
Verwendung des Moduls in diesem Studiengang:	Pflichtmodul im 4. Semester	Davon Präsenzstudium:	56 h + 28 h Modulübung
Dauer und Häufigkeit des Angebots:	14 Termine im SoSe	Davon Selbststudium:	124 h, inkl. 28 h Modulübung
Verwendung des Moduls in anderen Studiengängen oder wiss. Weiterbildungsangeboten:			
Lernergebnisse:			
Nach Abschluss des Moduls haben die Student:innen folgende Kompetenzen erworben:			
Wissen und Verstehen (Wissensverbreiterung, Wissensvertiefung, Wissensverständnis)			
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Die Student:innen können die grundlegende Struktur und Funktionalität von Warenwirtschaftssystemen im Handel erläutern. ▪ Sie können die konkrete Implementierung grundlegender Handelsprozesse im SAP Retail nachvollziehen. ▪ Sie verstehen das Prinzip der Prozesssteuerung im SAP-System via Customizing. 			
Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen (Nutzung und Transfer, wissenschaftliche Innovation)			
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Die Student:innen können eine technische und betriebswirtschaftliche Einordnung der handelsspezifischen Version des SAP-Systems (SAP Retail) vornehmen. ▪ Sie können ausgewählte Funktionen (Transaktionen) entlang einer durchgehenden Fallstudie im SAP Retail sowie weiterer ausgewählter Geschäftsprozesse selbständig vornehmen. 			
Kommunikation und Kooperation			
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Die Student:innen können mit Fachvertreter:innen sowie Fachfremden sachgerecht kommunizieren und kooperativ vorgegebene Aufgabenstellungen lösen. ▪ Sie sind in der Lage, unterschiedliche Sichtweisen sowie Interessen anderer zu reflektieren und zu berücksichtigen. 			
Wissenschaftliches Selbstverständnis oder Professionalität			
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Die Student:innen sind in der Lage, das eigene berufliche Handeln mit theoretischem und methodischem Wissen zu begründen und ihr neu erlangtes Wissen in bekannten und unbekanntem Kontexten einzusetzen. ▪ Sie können ihre eigenen Fähigkeiten und ihren sachbezogenen Gestaltungsspielraum einschätzen und reflektieren. 			
Lehrinhalte:			
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Warenwirtschaftliche Informationsprozesse im Überblick ▪ Warenwirtschaftssysteme in Handelsunternehmen ▪ Aufbau der handelsspezifischen IT-Lösung der SAP (SAP Retail) Prozesse und Funktionen im SAP Retail (Organisationseinheiten, Stammdaten, Beschaffung und Distribution) ▪ Semesterumfängliche Fallstudie im SAP Retail 			
In einer modulbezogenen Übung werden den Student:innen die Inhalte der Lehrveranstaltung als angeleitetes Selbststudium weiter verdeutlicht. Übungen und Fallbeispiele sind dem Lernfortschritt der Student:innen entsprechend in die Veranstaltung integriert. Die beschriebenen Inhalte des Moduls werden zur Sicherstellung des Kompetenzerwerbs geübt und auf die betriebliche Praxis im Handel übertragen.			
Unterrichtssprache:	Deutsch		
Teilnahmevoraussetzungen:			
Vorbereitung/Literatur:	Aktuelle Literaturlisten werden zu Beginn des Semesters ausgegeben.		
Weitere Informationen:	Weitere Lernmaterialien auf AULIS		

Zugehörige Lehrveranstaltungen				
Titel der Lehrveranstaltung	Lehrende	SWS	Lehr- und Lernformen	Prüfungsformen, -umfang, -dauer
Warenwirtschaftssysteme	Prof. Dr. Harmen Jelten	4	Seminaristischer Unterricht	Klausur (120 Minuten) oder Portfolio
Modulbezogene Übung		1	Angeleitetes Selbststudium	

4.5 Handelssprache Englisch II

Modulverantwortliche_r:	Michael Medlock			
ECTS-Leistungspunkte:	6 ECTS	Arbeitsbelastung gesamt:	180 h	
Verwendung des Moduls in diesem Studiengang:	Pflichtmodul im 4. Semester	Davon Präsenzstudium:	56 h	
Dauer und Häufigkeit des Angebots:	14 Termine im SoSe	Davon Selbststudium:	124 h	
Verwendung des Moduls in anderen Studiengängen oder wiss. Weiterbildungsangeboten:				
Lernergebnisse:				
Nach Abschluss des Moduls haben die Student:innen folgende Kompetenzen erworben:				
Wissen und Verstehen (Wissensverbreiterung, Wissensvertiefung, Wissensverständnis)				
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Die Student:innen verfügen über Sprachkompetenz in Englisch auf dem Niveau B 2.2 des Europäischen Referenzrahmens (GER) ▪ Sie verfügen über Grundlagenkenntnisse im Themenkomplex International Business sowie über eine erweiterte interkulturelle Orientierung und Mehrsprachigkeit. 				
Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen (Nutzung und Transfer, wissenschaftliche Innovation)				
Die Student:innen verfügen über Fachsprachenkompetenz im Umgang mit komplexen Texten zu allgemeinen und aktuellen internationalen wirtschaftswissenschaftlichen Fragen. Kommunikation und Kooperation				
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Die Student:innen können in englischer Sprache mit Fachvertreter:innen sowie Fachfremden sachgerecht kommunizieren und kooperativ vorgegebene Aufgabenstellungen lösen. ▪ Sie verfügen über einen erweiterten Wortschatz in Wirtschaftsenglisch und setzen diesen sachgerecht z.B. bei Gruppenarbeiten, im Selbststudium oder im interaktiven Unterrichtsgespräch ein. ▪ Sie sind in der Lage, auch in schriftlicher Form in angemessenem Wirtschaftsenglisch zu kommunizieren. 				
Wissenschaftliches Selbstverständnis oder Professionalität				
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Die Student:innen sind in der Lage, ihre eigenen englischsprachlichen Fähigkeiten einzuschätzen und zu reflektieren. 				
Lehrinhalte:				
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Sprachlich – Vertiefung der Fachsprache Wirtschaftsenglisch ▪ Inhaltlich – erweiterte Kenntnisse des internationalen Wirtschaftslebens sowie Grundlagen des internationalen Managements ▪ Methodisch – Erarbeitung und Präsentation von Fallstudien; aktuelle Themen sollen eigenständig als Diskussionsgrundlage erarbeitet und präsentiert werden 				
Unterrichtssprache:	Englisch			
Teilnahmevoraussetzungen:	Eingangsniveau B2.1 nach dem Gemeinsamen Europäischen Referenzrahmen in Englisch (GER)			
Vorbereitung/Literatur:	Aktuelle Literaturlisten werden zu Beginn des Semesters ausgegeben.			
Weitere Informationen:	Weitere Lernmaterialien auf AULIS			
Zugehörige Lehrveranstaltungen				
Titel der Lehrveranstaltung	Lehrende	SWS	Lehr- und Lernformen	Prüfungsformen, -umfang, -dauer
Handelssprache Englisch (Level II)	Michael Medlock	4	Seminaristischer Unterricht	Mündliche Prüfung oder Referat

5.1 Praxisvorbereitung				
Modulverantwortliche_r:	Prof. Dr. Martina Harms			
ECTS-Leistungspunkte:	6 ECTS	Arbeitsbelastung gesamt:	180 h	
Verwendung des Moduls in diesem Studiengang:	Pflichtmodul im 5. Semester	Davon Präsenzstudium:	56 h + 28 h Modulübung	
Dauer und Häufigkeit des Angebots:	14 Termine im WiSe	Davon Selbststudium:	124 h, inkl. 28 h Modulübung	
Verwendung des Moduls in anderen Studiengängen oder wiss. Weiterbildungsangeboten:				
Lernergebnisse:				
Wissen und Verstehen (Wissensverbreiterung, Wissensvertiefung, Wissensverständnis)				
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Die Student:innen kennen verschiedene Modelle aus dem Themenfeld der Kommunikation. ▪ Sie sind mit den aktuellen Standards bei Bewerbungsverfahren vertraut. ▪ Sie verfügen über fortgeschrittene Kenntnisse der MS Office Programme, insb. Excel. ▪ Sie haben einen Einblick in verschiedenste Unternehmen und Tätigkeitsfelder des Handels erhalten. 				
Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen (Nutzung und Transfer, wissenschaftliche Innovation)				
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Die Student:innen sind in der Lage, ihre vertieften Kenntnisse der MS Office Programme sachgerecht anzuwenden ▪ Sie sind in der Lage, ihre Kenntnisse aus dem Bereich „Bewerbungen“ auf eigene Bewerbungsverfahren zu übertragen. 				
Kommunikation und Kooperation				
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Die Student:innen können mit Fachvertreter:innen sowie Fachfremden sachgerecht kommunizieren und kooperativ vorgegebene Aufgabenstellungen lösen. ▪ Sie sind in der Lage, unterschiedliche Sichtweisen sowie Interessen anderer zu reflektieren und zu berücksichtigen. 				
Wissenschaftliches Selbstverständnis oder Professionalität				
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Die Student:innen sind in der Lage, das eigene berufliche Handeln mit theoretischem und methodischem Wissen zu begründen und ihr neu erlangtes Wissen in bekannten und unbekanntem Kontexten einzusetzen. ▪ Sie können ihre eigenen Fähigkeiten und ihren sachbezogenen Gestaltungsspielraum einschätzen und reflektieren. 				
Lehrinhalte:				
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Grundlagen von Bewerbungsverfahren und der Gestaltung von Bewerbungsunterlagen ▪ Fortgeschrittene Anwendungen der MS Office Programme; z.B. in Excel: Umgang mit Funktionen (Formeln), Pivot Tabellen, Makroaufzeichnung und ggf. -programmierung ▪ Einblicke von Praktiker:innen aus verschiedensten Unternehmen und Funktionen in die unterschiedlichen beruflichen Handlungsfelder des Managements im Handel 				
Unterrichtssprache:	Deutsch			
Teilnahmevoraussetzungen:				
Vorbereitung/Literatur:	Aktuelle Literaturlisten werden zu Beginn des Semesters ausgegeben.			
Weitere Informationen:	Weitere Lernmaterialien auf AULIS			
Zugehörige Lehrveranstaltungen				
Titel der Lehrveranstaltung	Lehrende	SWS	Lehr- und Lernformen	Prüfungsformen, -umfang, -dauer
Praxisvorbereitung	Prof. Dr. Martina Harms und Referent:innen aus Handels- und	4	Seminaristischer Unterricht	Studienleistung. Die Form der Studienleistung wird in der dem

	handelsorientierten Unternehmen			Modul zugeordneten Veranstaltung festgelegt.
Modulbezogene Übung	Prof. Dr. Martina Harms	1	Angeleitetes Selbststudium	

5.2 – 5.4 Praxis

Modulverantwortliche_r:	Prof. Dr. Martina Harms			
ECTS-Leistungspunkte:	18 ECTS	Arbeitsbelastung gesamt:	540	
Verwendung des Moduls in diesem Studiengang:	Pflichtmodul im 5. Semester	Davon Präsenzstudium:	-	
Dauer und Häufigkeit des Angebots:	Mindestens 20 Wochen	Davon Selbststudium:	540	
Verwendung des Moduls in anderen Studiengängen oder wiss. Weiterbildungsangeboten:				
Lernergebnisse:	Die Praxisphase hat die Förderung und weitere Entwicklung der „beruflichen Handlungskompetenz“ der Student:innen zum Ziel. Hierbei werden besonders die sogenannten Schlüsselkompetenzen wie Methodenkompetenz, Sozialkompetenz und Selbstkompetenz gefördert. Zugleich wird die Fachkompetenz durch Vertiefen von fachlichen Inhalten im Praxisbezug vertieft und ausgebaut.			
Lehrinhalte:	Im Rahmen dieses Moduls befinden sich die Student:innen in einem Unternehmen. Die Inhalte der Praxisphase sollen auf dem theoretischen Wissenstand der Student:innen aufbauen und diesen praxisgerecht ergänzen. Sie machen vertraut mit den Elementen der Arbeitsmethodik, den betrieblichen Organisationsstrukturen und Informationsflüssen, den Bedeutungen von Unternehmenskultur für den Erfolg eines Unternehmens und geben einen vertieften Einblick in die wirtschaftlichen Zusammenhänge. Das Praktikum kann auch im Ausland absolviert werden.			
Unterrichtssprache:	Deutsch			
Teilnahmevoraussetzungen:	Der Beginn des praktischen Studiensemesters ist nur nach erfolgreichem Abschluss von Modulen im Umfang von mindestens sechsundneunzig Leistungspunkten zulässig, inkl. 6 ECTS aus dem Modul Praxisvorbereitung (Modul 5.1)			
Vorbereitung/Literatur:				
Weitere Informationen:				
Zugehörige Lehrveranstaltungen				
Titel der Lehrveranstaltung	Lehrende	SWS	Lehr- und Lernformen	Prüfungsformen, -umfang, -dauer
Pflichtpraktikum	Prof. Dr. Martina Harms		Praktisches Lernen im Unternehmen; begleitetes Selbststudium	Praxisbericht

5.5 Praxisnachbereitung

Modulverantwortliche_r:	Prof. Dr. Martina Harms		
ECTS-Leistungspunkte:	6 ECTS	Arbeitsbelastung gesamt:	180 h
Verwendung des Moduls in diesem Studiengang:	Pflichtmodul im 5. Semester	Davon Präsenzstudium:	56 h + 14 h Modulübung
Dauer und Häufigkeit des Angebots:	14 Termine im SoSe	Davon Selbststudium:	124 h, inkl. 14 h Modulübung
Verwendung des Moduls in anderen Studiengängen oder wiss. Weiterbildungsangeboten:			
Lernergebnisse:			
Nach Abschluss des Moduls haben die Student:innen folgende Kompetenzen erworben:			
Wissen und Verstehen (Wissensverbreiterung, Wissensvertiefung, Wissensverständnis)			
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Die Student:innen erweitern ihre Fachkompetenz durch die Analyse und Bewertung der Praxiserfahrungen. 			
Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen (Nutzung und Transfer, wissenschaftliche Innovation)			
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Die Student:innen erwerben Methodenkompetenz hinsichtlich der Kenntnisse in den wichtigsten in der Praxis einzusetzenden Verhaltensweisen sowie der Fähigkeit, diese auf spezifische Situationen anzuwenden. ▪ Sie verfügen über die Selbstkompetenz, das gewonnene Wissen in ihre Arbeits- und Lebenszusammenhänge einfließen zu lassen. 			
Kommunikation und Kooperation			
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Die Student:innen erweitern ihre Sozialkompetenz, im Falle eines Auslandsaufenthalts wird zudem ihre interkulturelle Erfahrung erweitert und somit ihre interkulturelle Kompetenz gestärkt. ▪ Die Student:innen können mit Fachvertreter:innen sowie Fachfremden sachgerecht kommunizieren und kooperativ vorgegebene Aufgabenstellungen lösen. ▪ Sie sind in der Lage, unterschiedliche Sichtweisen sowie Interessen anderer zu reflektieren und zu berücksichtigen. 			
Wissenschaftliches Selbstverständnis oder Professionalität			
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Die Student:innen sind in der Lage, das eigene berufliche Handeln mit theoretischem und methodischem Wissen zu begründen und ihr neu erlangtes Wissen in bekannten und unbekanntem Kontexten einzusetzen. ▪ Sie können ihre eigenen Fähigkeiten und ihren sachbezogenen Gestaltungsspielraum einschätzen und reflektieren. 			
Lehrinhalte:			
Ziel dieses Moduls ist es, die während der Praxisphase gemachten Erfahrungen auszuwerten und die Student:innen dazu zu befähigen, ihre gewonnene Kompetenz in den eigenen Lebens- und Arbeitszusammenhang einfließen zu lassen.			
Inhalte des Moduls:			
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Erstellung und Präsentation der Praxisberichte ▪ Diskussion und Auswertung der Erfahrungen ▪ ggf. Aufarbeitung eines „Re-Kulturschocks“ nach einem Auslandsaufenthalt oder auch nach der Rückkehr aus der Praxis an die Hochschule ▪ Transfer der Erfahrungen an Lehrende und an Studierende späterer Semester 			
Unterrichtssprache:	Deutsch		
Teilnahmevoraussetzungen:			
Vorbereitung/Literatur:	Aktuelle Literaturlisten werden zu Beginn des Semesters ausgegeben.		
Weitere Informationen:	Weitere Lernmaterialien auf AULIS		

Zugehörige Lehrveranstaltungen				
Titel der Lehrveranstaltung	Lehrende	SWS	Lehr- und Lernformen	Prüfungsformen, -umfang, -dauer
Praxisnachbereitung	Prof. Dr. Martina Harms	4	Seminaristischer Unterricht	Studienleistung, Präsentation des Praxisberichts
Modulbezogene Übung		1	Angeleitetes Selbststudium	

Schwerpunkte A und B (6. Semester)

Module 6.1 - 6.4

Im sechsten Semester wählen die Studierenden zwei der nachstehenden vier Schwerpunkte.

SP 1: Retail Marketing und E-Commerce

SP 2: Supply Chain Management

SP 3: Corporate Management

SP 4: Human Resource Management

Die Module der zu wählenden Schwerpunkte werden am Ende der Modulbeschreibungen für jeden einzelnen Schwerpunkt gesondert zusammengefasst. Siehe Seite 53ff.

6.5 Bachelorprojekt

Modulverantwortliche_r:	Prof. Dr. Martina Harms		
ECTS-Leistungspunkte:	6 ECTS	Arbeitsbelastung gesamt:	180 h
Verwendung des Moduls in diesem Studiengang:	Pflichtmodul im 6. Semester	Davon Präsenzstudium:	56 h + 28 h Modulübung
Dauer und Häufigkeit des Angebots:	14 Termine im SoSe	Davon Selbststudium:	124 h, inkl. 28 h Modulübung
Verwendung des Moduls in anderen Studiengängen oder wiss. Weiterbildungsangeboten:			
Lernergebnisse:			
Nach Abschluss des Moduls haben die Student:innen folgende Kompetenzen erworben:			
Wissen und Verstehen (Wissensverbreiterung, Wissensvertiefung, Wissensverständnis)			
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Die Student:innen können für die Bearbeitung im Rahmen einer Bachelorarbeit geeignete Fragestellungen erkennen und erläutern. ▪ Die Student:innen sind in der Lage, eine zu der jeweiligen Fragestellung passende wissenschaftliche Methodik zu beschreiben. 			
Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen (Nutzung und Transfer, wissenschaftliche Innovation)			
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Die Student:innen vertiefen die von Ihnen gewählte Thematik und entwickeln einen inhaltlichen Rahmen sowie einen ersten Projektplan für die eigene Bachelorarbeit. ▪ Sie reflektieren dabei aktuelle und praxisrelevante Methoden der wissenschaftlichen Forschung. 			
Kommunikation und Kooperation			
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Die Student:innen präsentieren und diskutieren ihren Entwurf mit ihrer Betreuung und Kommiliton:innen. ▪ Sie können wissenschaftliche Methoden im Gruppenprozess erläutern. 			
Wissenschaftliches Selbstverständnis oder Professionalität			
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Die Student:innen sind in der Lage, vorliegende anspruchsvolle Fragestellungen selbstständig wissenschaftlich zu strukturieren. ▪ Durch die Identifikation und Bearbeitung ihres Themas stärken die Student:innen ihre Selbstkompetenz und die Fähigkeit, sich eigene Aufgabengebiete zu erschließen. Dies dient der Berufsqualifikation oder auch der Qualifikation für ein weiterführendes Studium. 			
Lehrinhalte:			
Das Modul dient der Vertiefung der in den ersten drei Studienjahren gewonnenen Kompetenzen im Umgang mit wissenschaftlichem Arbeiten und der eigenen Erstellung wissenschaftlicher Arbeiten und Präsentationen. Das Modul dient insbesondere als Vorbereitung der Bachelorthesis. Im Rahmen des Bachelorprojekts soll der Prozess der Erarbeitung der konkret geplanten Bachelorthesis (das Thema kann im Zusammenhang mit der zuvor absolvierten Intensivpraxisphase stehen, also eine aktuelle Fragestellung aus der betriebswirtschaftlichen Praxis behandeln, oder ein frei gewähltes Thema sein) strukturiert und dargestellt werden.			
Dazu gehören insbesondere			
<ul style="list-style-type: none"> ▪ die Identifikation und Abgrenzung eines geeigneten Themas unter Einbeziehung der Erfahrungen aus der praktischen Studienphase und im Hinblick auf die Studienfächer im Abschlussemester, ▪ ggf. die Anbahnung bzw. Aktivierung von Kontakten im Unternehmen, insbesondere zur Themenabstimmung, zur Organisation der Rahmenbedingungen und zur Prüfung der Durchführbarkeit (Datenverfügbarkeit, Ressourcen), ▪ die Identifikation und Auseinandersetzung mit solcher grundlegenden Literatur, die zwar nicht Bestandteil des vorangehenden Curriculums war, deren eingehende Kenntnis aber für die erfolgreiche Bearbeitung der Thesis Voraussetzung ist, ▪ die vertiefte Auseinandersetzung mit den wissenschaftlichen Forschungsmethoden, die für das Thema der Thesis von besonderer Relevanz sind und 			

- die Erarbeitung eines Exposés, das Aufschluss über Problemstellung, Gang der Untersuchung, Grobstruktur, eingesetzte Methoden sowie angestrebte Ergebnisse der Thesis gibt. Es soll auch ein Verzeichnis der untersuchten und noch zu untersuchenden Quellen beinhalten.

Den Student:innen wird empfohlen, den bzw. die Betreuer:in einerseits nach fachlich thematischen Gesichtspunkten und andererseits im Hinblick auf die gewünschte Betreuung bei der Erstellung der Bachelorthesis zu wählen.

Sowohl Zwischenstände als auch das abschließende Ergebnis sind im Verlauf des Moduls zu präsentieren. In der darauf aufbauenden Diskussion mit dem bzw. der Dozent:in und den Kommiliton:innen sollen die Student:innen weitere Anregungen für die eigene wissenschaftliche Arbeit sowohl im Rahmen des laufenden Bachelorprojekts als auch in der sich anschließenden Bachelorthesis bekommen.

In einer modulbezogenen Übung werden den Student:innen die Inhalte der Lehrveranstaltung als angeleitetes Selbststudium weiter verdeutlicht und die gewonnenen Erkenntnisse vertieft – bspw. anhand von Best-Practice- bzw. misslungenen Beispielen wissenschaftlichen Arbeitens und durch intensiven Austausch über wissenschaftliche Recherchemethoden.

Unterrichtssprache:	Deutsch
Teilnahmevoraussetzungen:	
Vorbereitung/Literatur:	Aktuelle Literaturlisten werden zu Beginn des Semesters ausgegeben.
Weitere Informationen:	Weitere Lernmaterialien auf AULIS

Zugehörige Lehrveranstaltungen				
Titel der Lehrveranstaltung	Lehrende	SWS	Lehr- und Lernformen	Prüfungsformen, -umfang, -dauer
Bachelorprojekt	Prof. Dr. Martina Harms	4	Seminaristischer Unterricht	Unbenotete Prüfungsleistung: Projektbericht
Modulbezogene Übung		1	Angeleitetes Selbststudium	

Schwerpunkte A und B (7. Semester)

Module 7.1 - 7.4

Die im sechsten Semester ausgewählten Schwerpunkte werden fortgesetzt. Die Module der zu wählenden Schwerpunkte werden am Ende der Modulbeschreibungen für jeden einzelnen Schwerpunkt gesondert zusammengefasst. Siehe Seite 53ff.

7.5 Bachelorthesis

Modulverantwortliche_r:	Prof. Dr. Martina Harms		
ECTS-Leistungspunkte:	6 ECTS	Arbeitsbelastung gesamt:	180h
Verwendung des Moduls in diesem Studiengang:	Pflichtmodul im 7. Semester	Davon Präsenzstudium:	56 h
Dauer und Häufigkeit des Angebots:	14 Termine im WiSe	Davon Selbststudium:	124 h
Verwendung des Moduls in anderen Studiengängen oder wiss. Weiterbildungsangeboten:			
Lernergebnisse:			
Nach Abschluss des Moduls haben die Student:innen folgende Kompetenzen erworben:			
Wissen und Verstehen (Wissensverbreiterung, Wissensvertiefung, Wissensverständnis)			
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Die Student:innen können eine wissenschaftlich zu bearbeitende Problemstellung feststellen und beschreiben. Sie sind in der Lage, die erarbeitete Problemstellung den relevanten Teilgebieten der Betriebswirtschaftslehre zuzuordnen und diese zu bearbeiten. 			
Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen (Nutzung und Transfer, wissenschaftliche Innovation)			
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Die Student:innen sammeln, bewerten und interpretieren für die erarbeitete Fragestellung relevante Informationen, leiten wissenschaftlich fundierte Entscheidungen ab und entwickeln Lösungsansätze. ▪ Die Student:innen wenden bei der Bearbeitung der Problemstellung wissenschaftliche Methoden an. 			
Kommunikation und Kooperation			
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Die Student:innen formulieren Problemstellungen und präsentieren hierzu fachliche und sachbezogene Problemlösungen, die sie mit ihren Lehrenden diskutieren. ▪ Sie können ihre Problemlösungen theoretisch und methodisch fundiert begründen. 			
Wissenschaftliches Selbstverständnis oder Professionalität			
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Die Student:innen sind in der Lage, anspruchsvolle Fragestellungen selbstständig wissenschaftlich zu strukturieren. ▪ Durch die eigenständige Bearbeitung ihres Themas stärken die Student:innen ihre Selbstkompetenz und die Fähigkeit, sich eigene Aufgabengebiete zu erschließen. Dies dient der Berufsqualifikation oder auch der Qualifikation für ein weiterführendes Studium. ▪ Sie verfügen über die Fachkompetenz, vorliegende Fragestellungen selbstständig strukturiert wissenschaftlich zu bearbeiten und dies in einer relativ kurzen Zeitspanne umfassend zu bewältigen. ▪ Ihre Methodenkompetenz ist durch Anwendung aktueller und praxisrelevanter Methoden der wissenschaftlichen Forschung bei der selbständigen Bearbeitung ihrer individuellen Fragestellung gefestigt und gestärkt. 			
Lehrinhalte:			
Im Rahmen dieses Moduls sollen die Student:innen durch die Anfertigung der Bachelorthesis zeigen, dass sie in der Lage sind, innerhalb einer vorgegebenen Frist von neun Wochen ein Problem selbstständig und fachgerecht zu bearbeiten. Die Bachelorthesis wird in einer von den Student:innen zu wählender Fachwissenschaft geschrieben.			
Auf Basis einer vorgegebenen Fragestellung soll die/der Student:in das Thema selbstständig sinnvoll strukturieren und wissenschaftlich bearbeiten. Dies geschieht neben dem Selbststudium auch in Beratungsgesprächen mit der/dem Prüfer:in.			
Unterrichtssprache:	Deutsch		
Teilnahmevoraussetzungen:	180 ECTS Punkte		
Vorbereitung/Literatur:	Die aktuellen Literaturlisten werden den Student:innen zu Beginn des Semesters ausgeteilt. Darüber hinaus gehört es zu den Lernzielen der		

	Bachelorthesis, dass die Student:innen selbstständig die aktuelle Literatur ermitteln und erarbeiten.			
Weitere Informationen:	Weitere Lernmaterialien auf AULIS			
Zugehörige Lehrveranstaltungen				
Titel der Lehrveranstaltung	Lehrende	SWS	Lehr- und Lernformen	Prüfungsformen, -umfang, -dauer
Bachelorthesis	Prof. Dr. Martina Harms	4	BT Seminar	Bachelorthesis

6.1 – 6.4 / 7.1 – 7.4

Schwerpunkte

Vorbemerkung:

Schwerpunkte A und B (6. Semester)

Module 6.1 - 6.4

Es müssen zwei Schwerpunkte mit den zugehörigen Modulen ausgewählt werden.

Folgende Kombinationen sind ausgeschlossen:

Schwerpunkt 1 mit Schwerpunkt 2

Schwerpunkt 3 mit Schwerpunkt 4

Folgende Schwerpunkte (SP) stehen zur Auswahl:

SP 1: Retail Marketing und E-Commerce

SP 2: Supply Chain Management

SP 3: Corporate Management

SP 4: Human Resource Management

Die Module der zu wählenden Schwerpunkte werden am Ende der Modulbeschreibungen für jeden einzelnen Schwerpunkt gesondert zusammengefasst.

Schwerpunkte A und B (7. Semester)

Module 7.1 - 7.4

Die im sechsten Semester ausgewählten Schwerpunkte werden fortgesetzt. Die Module der zu wählenden Schwerpunkte werden am Ende der Modulbeschreibungen für jeden einzelnen Schwerpunkt gesondert zusammengefasst.

In allen Schwerpunkten finden die nachstehenden Querschnittsthemen Berücksichtigung:

- Internationalisierung
- Demographische Entwicklung, Diversity
- Ethik / Nachhaltigkeit
- Digitale Transformation und technologischer Wandel

Die Durchführung der Schwerpunkte richtet sich nach der Nachfrage der Student:innen.

Überblick über die einzelnen Module der Schwerpunkte (SP)

Retail Marketing und E-Commerce – SP 1

6. Semester		7. Semester	
Modul 1	Modul 2	Modul 3	Modul 4
e/mCommerce und digitales Handelsmarketing	Data Driven Marketing: Marketing Automation und Data Mining	Vertriebs- und Category Management (ECR)	Markenmanagement Rechtliche Grundlagen des Marketings

Supply Chain Management – SP 2

6. Semester		7. Semester	
Modul 1	Modul 2	Modul 3	Modul 4
Supplier Relationship Management	Methoden und Instrumente des Supply Chain Managements	Netzwerke und Kooperationen	Management der digitalen Transformation Digital Supply Chain Management

Corporate Management – SP 3

6. Semester		7. Semester	
Modul 1	Modul 2	Modul 3	Modul 4
Strategisches Handelsmanagement	Standortmanagement im Handel	Business Development	Steuerungssysteme im Handel Alternative Finance

Human Resource Management – SP 4

6. Semester		7. Semester	
Modul 1	Modul 2	Modul 3	Modul 4
Human Resource Management I	Personalführung	Organisation und Arbeit im Wandel	Human Resource Management II
	Qualifizierung		Arbeits- und Sozialrecht

Schwerpunkt 1: Retail Marketing und E-Commerce

6. Semester		7. Semester	
Modul 1	Modul 2	Modul 3	Modul 4
e/mCommerce und digitales Handelsmarketing	Data Driven Marketing: Marketing Automation und Data Mining	Vertriebs- und Category Management (ECR)	Markenmanagement
			Rechtliche Grundlagen des Marketings

6.6 e/mCommerce und digitales Handelsmarketing

Modulverantwortliche_r:	Prof. Dr. Christian Feddersen		
ECTS-Leistungspunkte:	6 ECTS	Arbeitsbelastung gesamt:	180 h
Verwendung des Moduls in diesem Studiengang:	Wahlpflichtmodul im 6. Semester	Davon Präsenzstudium:	56 h+ 14 h Modulübung
Dauer und Häufigkeit des Angebots:	14 Termine im SoSe	Davon Selbststudium:	124 h, inkl. 14 h Modulübung
Verwendung des Moduls in anderen Studiengängen oder wiss. Weiterbildungsangeboten:	Im Studiengang MiH Wahlpflichtmodul im 6. Semester		

Lernergebnisse:

Nach Abschluss des Moduls haben die Student:innen folgende Kompetenzen erworben:

Wissen und Verstehen (Wissensverbreiterung, Wissensvertiefung, Wissensverständnis)

- Die Student:innen kennen die methodischen Grundlagen des digitalen Marketings im Handelskontext und des E-Commerce.
- Sie vertiefen und verbreitern ihr Wissen zu den Grundlagen des Konsumentenverhaltens und den Spezifika des Konsumentenverhaltens im Onlinehandel (Consumer Journey).
- Sie erlangen ein Verständnis für die Wichtigkeit von Effizienz und Effektivität von Online Kommunikationsmaßnahmen und E-Commerce Aktivitäten.

Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen (Nutzung und Transfer, wissenschaftliche Innovation)

- Die Student:innen entwickeln Lösungsansätze und realisieren dem Stand der Wissenschaft entsprechende Lösungen im Rahmen einer fallstudienbasierten Vertiefung des erlangten Wissens.

Kommunikation und Kooperation

- Die Student:innen können mit Fachvertreter:innen sowie Fachfremden sachgerecht kommunizieren und kooperieren, um Aufgaben theoretisch und methodisch fundiert zu lösen.
- Sie sind in der Lage, unterschiedliche Sichtweisen sowie Interessen anderer zu reflektieren und zu berücksichtigen.

Wissenschaftliches Selbstverständnis oder Professionalität

- Die Student:innen sind in der Lage, das eigene berufliche Handeln mit theoretischem und methodischem Wissen zu begründen und ihr neu erlangtes Wissen hinsichtlich E-Commerce und Onlinekommunikation in bekannten und unbekanntem Kontexten einzusetzen.
- Sie können ihre eigenen Fähigkeiten und ihren sachbezogenen Gestaltungsspielraum einschätzen und diesen reflektierend verantwortungsvoll Entscheidungen treffen.
- Sie sind in der Lage, ihr berufliches Handeln z.B. in Bezug auf gesellschaftliche Folgen kritisch zu reflektieren.

Lehrinhalte:

- Grundlagen und Geschäftsmodelle im E-Commerce
- Konsument:innenverhalten im e/mCommerce
- Beschaffung: Definition und Optimierung des Angebots, Kund:innenorientierung

- Web Design und Usability (u.a. Onsite-Optimierung, Kaufabwicklung, Service)
- Frequenzgenerierung durch digitale Marketing-Instrumente (u.a. Social Media, Influencer, Search Engine Marketing, Affiliate Marketing, Display Marketing)
- Logistik: Versand und Retouren
- Controlling im E-Commerce
- Controlling der digitalen Kommunikation
- Kund:innenorientierung im Handelskontext (on/offline)
- Konsument:innen-Kaufverhalten (Modelle)
- Konsument:innentypen (z.B. hybrid, Smart-Shopper, Schnäppchen-Jäger)
- Diversity-, Ethik-, und Nachhaltigkeitsaspekte
- Konsument:innenstrukturen
- Konsument:innenverhalten in Krisen und besonderen Situationen

In einer modulbezogenen Übung werden den Student:innen die Inhalte der Lehrveranstaltung als angeleitetes Selbststudium weiter verdeutlicht. Übungen und Fallbeispiele sind dem Lernfortschritt der Student:innen entsprechend in die Veranstaltung integriert. Die beschriebenen Inhalte des Moduls werden zur Sicherstellung des Kompetenzerwerbs geübt und auf die betriebliche Praxis im Handel übertragen.

Unterrichtssprache:	Deutsch			
Teilnahmevoraussetzungen:				
Vorbereitung/Literatur:	Aktuelle Literaturlisten werden zu Beginn des Semesters ausgegeben.			
Weitere Informationen:	Weitere Lernmaterialien auf AULIS			
Zugehörige Lehrveranstaltungen				
Titel der Lehrveranstaltung	Lehrende	SWS	Lehr- und Lernformen	Prüfungsformen, -umfang, -dauer
e/mCommerce und digitales Handelsmarketing	Prof. Dr. Daniela Horstmann	4	Seminar	Klausur (120 Minuten) oder mündliche Prüfung
Modulbezogene Übung	Prof. Dr. Daniela Horstmann	1	Angeleitetes Selbststudium	

6.7 Data Driven Marketing – Marketing Automation und Data Mining

Modulverantwortliche_r:	Prof. Dr. Christian Feddersen		
ECTS-Leistungspunkte:	6 ECTS	Arbeitsbelastung gesamt:	180 h
Verwendung des Moduls in diesem Studiengang:	Wahlpflichtmodul im 6. Semester	Davon Präsenzstudium:	56 h+ 14 h Modulübung
Dauer und Häufigkeit des Angebots:	14 Termine im SoSe	Davon Selbststudium:	124 h, inkl. 14 h Modulübung
Verwendung des Moduls in anderen Studiengängen oder wiss. Weiterbildungsangeboten:	Im Studiengang MiH Wahlpflichtmodul im 6. Semester		
Lernergebnisse:			
Nach Abschluss des Moduls haben die Student:innen folgende Kompetenzen erworben:			
Wissen und Verstehen (Wissensverbreiterung, Wissensvertiefung, Wissensverständnis)			
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Die Student:innen verstehen die Konzeption einer marketingorientierten Datenstrategie und ihre Integration in ein Marketinginformationssystem/CRM System 			
Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen (Nutzung und Transfer, wissenschaftliche Innovation)			
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Die Student:innen können geeignete Informationsbeschaffungsmaßnahmen in konkreten Marktsituationen bzw. bei konkreten Rahmenbedingungen voneinander differenzieren ▪ Sie nutzen Untersuchungsergebnisse als Entscheidungsgrundlage für die Erarbeitung eines effektiven und effizienten Handelsmarketingkonzeptes 			
Kommunikation und Kooperation			
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Die Student:innen können mit Fachvertreter:innen sowie Fachfremden sachgerecht kommunizieren und kooperieren, um Aufgaben theoretisch und methodisch fundiert zu lösen. ▪ Sie sind in der Lage, unterschiedliche Sichtweisen sowie Interessen anderer zu reflektieren und im Rahmen einer ganzheitlichen Handelsmarketingstrategie zu berücksichtigen. 			
Wissenschaftliches Selbstverständnis oder Professionalität			
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Die Student:innen sind in der Lage, das eigene berufliche Handeln mit theoretischem und methodischem Wissen zu begründen und ihr neu erlangtes Wissen hinsichtlich Datenstrukturen, Auswertungsmethoden und theoretischen Konzepten in bekannten und unbekanntem Kontexten einzusetzen. ▪ Sie können ihre eigenen Fähigkeiten und ihren sachbezogenen Gestaltungsspielraum einschätzen und diesen reflektierend verantwortungsvoll Entscheidungen treffen. ▪ Sie sind in der Lage, ihr berufliches Handeln z.B. in Bezug auf gesellschaftliche Folgen kritisch zu reflektieren. 			
Lehrinhalte:			
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Marketingorientierte Datenstrategie: Welche Daten werden wann und für welche Entscheidung benötigt. ▪ Angewandte Statistik in Form multivariater Analysemethoden zur operativen Strukturierung von Daten im Sinne des CRM ▪ Handelsspezifische Analysen: Marktanalysen, Promotionanalysen, Preisanalysen, Mediaanalysen ▪ Erfolgskette des CRM ▪ Verfahren zur Messung des Kund:innenwerts ▪ Segmentierungsanalysen ▪ Klassifikation (Entscheidungsbäume, neuronale Netze) ▪ Ableitung aktueller Consumer- und Shopper-Insights und Heranziehung dieser als Entscheidungsgrundlage für kund:innengerichtete Strategien ▪ Komponenten von CRM Konzepten und die zentrale Bedeutung des Customer Data Warehouse ▪ Technische und organisatorische Voraussetzungen für ein erfolgreiches data driven Marketing 			

<p>In einer modulbezogenen Übung werden den Student:innen die Inhalte der Lehrveranstaltung als angeleitetes Selbststudium weiter verdeutlicht. Übungen und Fallbeispiele sind dem Lernfortschritt der Student:innen entsprechend in die Veranstaltung integriert. Die beschriebenen Inhalte des Moduls werden zur Sicherstellung des Kompetenzerwerbs geübt und auf die betriebliche Praxis im Handel übertragen.</p>				
Unterrichtssprache:	Deutsch			
Teilnahmevoraussetzungen:				
Vorbereitung/Literatur:	Aktuelle Literaturlisten werden zu Beginn des Semesters ausgegeben.			
Weitere Informationen:	Weitere Lernmaterialien auf AULIS			
Zugehörige Lehrveranstaltungen				
Titel der Lehrveranstaltung	Lehrende	SWS	Lehr- und Lernformen	Prüfungsformen, -umfang, -dauer
Data Driven Marketing – Marketing Automation und Data Mining	Prof. Dr. Christian Feddersen	4	Seminar	Klausur (120 Minuten) oder mündliche Prüfung
Modulbezogene Übung	Prof. Dr. Christian Feddersen	1	Angeleitetes Selbststudium	

7.6 Vertriebs- und Category Management (ECR)

Modulverantwortliche_r:	Prof. Dr. Christian Feddersen		
ECTS-Leistungspunkte:	6 ECTS	Arbeitsbelastung gesamt:	180 h
Verwendung des Moduls in diesem Studiengang:	Wahlpflichtmodul im 7. Semester	Davon Präsenzstudium:	56 h+ 14 h Modulübung
Dauer und Häufigkeit des Angebots:	14 Termine im WiSe	Davon Selbststudium:	124 h, inkl. 14 h Modulübung
Verwendung des Moduls in anderen Studiengängen oder wiss. Weiterbildungsangeboten:	Im Studiengang MiH Wahlpflichtmodul im 7. Semester		
Lernergebnisse:			
Nach Abschluss des Moduls haben die Student:innen folgende Kompetenzen erworben:			
Wissen und Verstehen (Wissensverbreiterung, Wissensvertiefung, Wissensverständnis)			
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Die Student:innen sind mit dem Konzept des Efficient Consumer Response (ECR) mit Fokus auf Category Management, Neuprodukteinführungen und Promotionplanung vertraut. ▪ Sie können die Bedeutung des Vertriebs für Unternehmen einschätzen und verschiedene Handlungsoptionen benennen. 			
Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen (Nutzung und Transfer, wissenschaftliche Innovation)			
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Die Student:innen erlernen den Einsatz der gängigen Instrumente des ECR und Vertriebs und können diese zielgerichtet einsetzen. 			
Kommunikation und Kooperation			
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Die Student:innen können mit Fachvertreter:innen sowie Fachfremden sachgerecht kommunizieren und kooperieren, um Aufgaben theoretisch und methodisch fundiert zu lösen. ▪ Sie sind in der Lage, unterschiedliche Sichtweisen sowie Interessen anderer zu reflektieren und zu berücksichtigen. 			
Wissenschaftliches Selbstverständnis oder Professionalität			
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Die Student:innen sind in der Lage, das eigene berufliche Handeln mit theoretischem und methodischem Wissen zu begründen und ihr neu erlangtes Wissen in bekannten und unbekanntem Kontexten einzusetzen. ▪ Sie können ihre eigenen Fähigkeiten und ihren sachbezogenen Gestaltungsspielraum einschätzen und diesen reflektierend verantwortungsvoll Entscheidungen treffen. ▪ Sie sind in der Lage, ihr berufliches Handeln z.B. in Bezug auf gesellschaftliche Folgen kritisch zu reflektieren. 			
Lehrinhalte:			
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Efficient Store Assortments (Category Management) ▪ Efficient Product Introductions ▪ Optimierung der Neuproduktentwicklung und –einführung ▪ Innovationsmanagement im Handel ▪ Efficient Promotion, Optimierung handels- und konsumentengerichteter Promotions, Angebotspolitik des Handels ▪ CRM Strategien und Kundenbindung ▪ Implementierung und Management von CRM im Unternehmen ▪ Vertriebs- und Verkaufsmanagement ▪ Organisation des Verkaufs ▪ Vertriebsplanung und Erfolgsmessung 			

- Operative Verkaufsplanung

In einer modulbezogenen Übung werden den Student:innen die Inhalte der Lehrveranstaltung als angeleitetes Selbststudium weiter verdeutlicht. Übungen und Fallbeispiele sind dem Lernfortschritt der Student:innen entsprechend in die Veranstaltung integriert. Die beschriebenen Inhalte des Moduls werden zur Sicherstellung des Kompetenzerwerbs geübt und auf die betriebliche Praxis im Handel übertragen.

Unterrichtssprache:	Deutsch			
Teilnahmevoraussetzungen:				
Vorbereitung/Literatur:	Aktuelle Literaturlisten werden zu Beginn des Semesters ausgegeben.			
Weitere Informationen:	Weitere Lernmaterialien auf AULIS			
Zugehörige Lehrveranstaltungen				
Titel der Lehrveranstaltung	Lehrende	SWS	Lehr- und Lernformen	Prüfungsformen, -umfang, -dauer
Vertriebs- und Category Management (ECR)	Prof. Dr. Christian Feddersen	4	Seminar	Klausur (120 Minuten) oder mündliche Prüfung
Modulbezogene Übung	Prof. Dr. Christian Feddersen	1	Angeleitetes Selbststudium	

7.7 Markenmanagement / Rechtliche Grundlagen des Marketings

Modulverantwortliche_r:	Prof. Dr. Lydia Scholz		
ECTS-Leistungspunkte:	6 ECTS	Arbeitsbelastung gesamt:	180 h
Verwendung des Moduls in diesem Studiengang:	Wahlpflichtmodul im 7. Semester	Davon Präsenzstudium:	56 h+ 14 h Modulübung
Dauer und Häufigkeit des Angebots:	14 Termine im WiSe	Davon Selbststudium:	124 h, inkl. 14 h Modulübung
Verwendung des Moduls in anderen Studiengängen oder wiss. Weiterbildungsangeboten:	Im Studiengang MiH Wahlpflichtmodul im 7. Semester		

Lernergebnisse:

Nach Abschluss des Moduls haben die Student:innen folgende Kompetenzen erworben:

Markenmanagement

Wissen und Verstehen (Wissensverbreiterung, Wissensvertiefung, Wissensverständnis)

- Die Student:innen kennen nach Abschluss des Moduls den identitätsbasierten Ansatz der Markenführung und können diesen von anderen Ansätzen unterscheiden.

Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen (Nutzung und Transfer, wissenschaftliche Innovation)

- Sie erlernen den Prozess der Markenführung und können sämtliche strategischen, operativen und controllinggerichteten Entscheidungen treffen

Kommunikation und Kooperation

- Die Student:innen eignen sich im Rahmen des Moduls eine grundsätzliche Kommunikationsfähigkeit im Markenkontext an.

Wissenschaftliches Selbstverständnis oder Professionalität

- Die Student:innen sind in der Lage, das eigene berufliche Handeln mit theoretischem und methodischem Wissen zu begründen und ihr neu erlangtes Wissen hinsichtlich des Markenmanagements in bekannten und unbekanntem Kontexten einzusetzen.
- Sie können ihre eigenen Fähigkeiten und ihren sachbezogenen Gestaltungsspielraum einschätzen und diesen reflektierend verantwortungsvoll Entscheidungen treffen. Sie sind in der Lage, ihr berufliches Handeln z.B. in Bezug auf gesellschaftliche Folgen kritisch zu reflektieren.

Rechtliche Grundlagen des Marketings

Wissen und Verstehen (Wissensverbreiterung, Wissensvertiefung, Wissensverständnis)

- Die Student:innen verfügen über eine grundlegende Fachkompetenz bezüglich des Wirtschaftsrechts für die Vertriebspraxis und Konfliktlösung.

Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen (Nutzung und Transfer, wissenschaftliche Innovation)

- Die Student:innen können juristische Probleme der ökonomischen Praxis frühzeitig erkennen und in die Planung der betriebswirtschaftlichen Handlungsoptionen auch im Rahmen des Handelsmarketings mit aufnehmen.
- Sie verfügen über Entscheidungskompetenz zur Beantwortung der Frage, ob einfache juristische Probleme ohne die Einschaltung professioneller juristischer Hilfe gelöst werden können oder ob es dieser Hilfe bedarf.

Kommunikation und Kooperation

- Die Student:innen erlangen eine Kommunikationsfähigkeit mit Anwalt:innen oder Rechtsabteilungen und dadurch die Fähigkeit, in interdisziplinären Gruppen und Zusammenhängen sachgerecht argumentieren zu können.
- Im Rahmen von Fallstudien erlernen die Student:innen eine zielgerichtete Kommunikation im Markenkontext.

Wissenschaftliches Selbstverständnis oder Professionalität

- Die Student:innen erlangen durch das Erlernen und Anwenden der Techniken zur Fallbearbeitung die Selbstkompetenz zur Definition und reflektierenden Gestaltung der eigenen Arbeitsprozesse.
- Die Student:innen sind in der Lage, das eigene berufliche Handeln mit theoretischem und methodischem Wissen zu begründen und ihr neu erlangtes Wissen in bekannten und unbekanntem Kontexten einzusetzen.
- Sie können ihre eigenen Fähigkeiten und ihren sachbezogenen Gestaltungsspielraum einschätzen und diesen reflektierend verantwortungsvoll Entscheidungen treffen.
- Sie sind in der Lage, ihr berufliches Handeln z.B. in Bezug auf gesellschaftliche Folgen kritisch zu reflektieren.

Lehrinhalte:

Markenmanagement

- Markenmanagement (B2B/B2C, Dienstleistung, Handel)
- Strategisches Markenmanagement
- Operatives Markenmanagement
- Markencontrolling

Rechtliche Grundlagen des Marketings

Verbraucherschutzrecht:

- Besondere Vertriebsformen („Haustürgeschäfte“, Fernabsatzverträge, Elektronischer Geschäftsverkehr)
- Verbraucherverträge

Wettbewerbsrecht:

- Fallgruppen des UWG
- Wettbewerbsprozessrecht
- Ausgewählte Probleme des GWB
- Ausgewählte Probleme des Markenrechts und des Datenschutzes

In einer modulbezogenen Übung werden den Student:innen die Inhalte der Lehrveranstaltung als angeleitetes Selbststudium weiter verdeutlicht. Übungen und Fallbeispiele sind dem Lernfortschritt der Student:innen entsprechend in die Veranstaltung integriert. Die beschriebenen Inhalte des Moduls werden zur Sicherstellung des Kompetenzerwerbs geübt und auf die betriebliche Praxis im Handel übertragen.

Unterrichtssprache:	Deutsch
Teilnahmevoraussetzungen:	
Vorbereitung/Literatur:	Aktuelle Literaturlisten werden zu Beginn des Semesters ausgegeben.
Weitere Informationen:	Weitere Lernmaterialien auf AULIS

Zugehörige Lehrveranstaltungen

Titel der Lehrveranstaltung	Lehrende	SWS	Lehr- und Lernformen	Prüfungsformen, -umfang, -dauer
Rechtliche Grundlagen des CRM	Prof. Dr. Lydia Scholz	2	Seminar	Portfolio
Modulbezogene Übung	Prof. Dr. Lydia Scholz	0,5	Angeleitetes Selbststudium	
Markenmanagement	Prof. Dr. Christian Feddersen	2	Seminar	
Modulbezogene Übung	Prof. Dr. Christian Feddersen	0,5	Angeleitetes Selbststudium	

Schwerpunkt 2: Supply Chain Management

6. Semester		7. Semester	
Modul 1	Modul 2	Modul 3	Modul 4
Supplier Relationship Management	Methoden und Instrumente des Supply Chain Managements	Netzwerke und Kooperationen	Management der digitalen Transformation
			Digital Supply Chain Management

6.8 Supplier Relationship Management

Modulverantwortliche_r:	Prof. Dr. Jens Eschenbächer		
ECTS-Leistungspunkte:	6 ECTS	Arbeitsbelastung gesamt:	180 h
Verwendung des Moduls in diesem Studiengang:	Wahlpflichtmodul im 6. Semester	Davon Präsenzstudium:	56 h+ 14 h Modulübung
Dauer und Häufigkeit des Angebots:	14 Termine im SoSe	Davon Selbststudium:	124 h, inkl. 14 h Modulübung
Verwendung des Moduls in anderen Studiengängen oder wiss. Weiterbildungsangeboten:	Im Studiengang MiH Wahlpflichtmodul im 6. Semester		
Lernergebnisse:			
Nach Abschluss des Moduls haben die Student:innen folgende Kompetenzen erworben:			
Wissen und Verstehen (Wissensverbreiterung, Wissensvertiefung, Wissensverständnis)			
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Die Student:innen können das Thema Supplier Relationship Managements (SRM) in das Supply-Chain Management einordnen. ▪ Sie können das SRM als modernes Instrument im Beschaffungsmanagement beurteilen. ▪ Sie können die Charakteristiken des Key Supplier Managements analysieren. ▪ Sie können die Merkmale internationalen SRM analysieren. ▪ Sie können das Sourcing, Procurement sowie das Monitoring und Controlling innerhalb des SRM-Prozesses im Handelsunternehmen diskutieren. 			
Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen (Nutzung und Transfer, wissenschaftliche Innovation)			
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Die Student:innen können die Unterschiede zwischen Local, International und Global Sourcing diagnostizieren. ▪ Sie können einfache und erweiterte Instrumente der Lieferantenbewertung anwenden. 			
Kommunikation und Kooperation			
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Die Student:innen können mit Fachvertreter:innen sowie Fachfremden sachgerecht kommunizieren und kooperieren, um Aufgaben theoretisch und methodisch fundiert zu lösen. ▪ Sie sind in der Lage, unterschiedliche Sichtweisen sowie Interessen anderer zu reflektieren und zu berücksichtigen. 			
Wissenschaftliches Selbstverständnis oder Professionalität			
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Die Student:innen sind in der Lage, das eigene berufliche Handeln mit theoretischem und methodischem Wissen zu begründen und ihr neu erlangtes Wissen in bekannten und unbekanntem Kontexten einzusetzen. ▪ Sie können ihre eigenen Fähigkeiten und ihren sachbezogenen Gestaltungsspielraum einschätzen und diesen reflektierend verantwortungsvoll Entscheidungen treffen. ▪ Sie sind in der Lage, ihr berufliches Handeln z.B. in Bezug auf gesellschaftliche Folgen kritisch zu reflektieren. 			
Lehrinhalte:			
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Konzeptverständnis und Einordnung des SRM in das Supply Chain Management 			

- 3-Ebenen-Modell des SRM
- Key Supplier Management
- internationales SRM
- Kernkomponenten und -prozesse des SRM (Sourcing, Procurement, Monitoring und Controlling)
- Lieferant:innenstrukturpolitik (Standort: Local, International, Global Sourcing)
- Lieferant:innenbewertung (ABC-, XYZ- und LMN-Analysen, SWOT-, Portfolio-, Balanced Scorecard, Ratingmatrix)
- Lieferant:innenentwicklung
- Digitalisierung des Einkaufs, e-Procurement

In einer modulbezogenen Übung werden den Student:innen die Inhalte der Lehrveranstaltung als angeleitetes Selbststudium weiter verdeutlicht. Übungen und Fallbeispiele sind dem Lernfortschritt der Student:innen entsprechend in die Veranstaltung integriert. Die beschriebenen Inhalte des Moduls werden zur Sicherstellung des Kompetenzerwerbs geübt und auf die betriebliche Praxis im Handel übertragen.

Unterrichtssprache:	Deutsch			
Teilnahmevoraussetzungen:				
Vorbereitung/Literatur:	Aktuelle Literaturlisten werden zu Beginn des Semesters ausgegeben.			
Weitere Informationen:	Weitere Lernmaterialien auf AULIS			
Zugehörige Lehrveranstaltungen				
Titel der Lehrveranstaltung	Lehrende	SWS	Lehr- und Lernformen	Prüfungsformen, -umfang, -dauer
Supplier Relationship Management	Prof. Dr. Sven Hermann	4	Seminaristischer Unterricht	Klausur (120 Minuten) oder mündliche Prüfung
Modulbezogene Übung	Prof. Dr. Sven Hermann	1	Angeleitetes Selbststudium	

6.9 Methoden und Instrumente des Supply Chain Managements

Modulverantwortliche_r:	Prof. Dr. Jens Eschenbächer		
ECTS-Leistungspunkte:	6 ECTS	Arbeitsbelastung gesamt:	180 h
Verwendung des Moduls in diesem Studiengang:	Wahlpflichtmodul im 6. Semester	Davon Präsenzstudium:	56 h+ 14 h Modulübung
Dauer und Häufigkeit des Angebots:	14 Termine im SoSe	Davon Selbststudium:	124 h, inkl. 14 h Modulübung
Verwendung des Moduls in anderen Studiengängen oder wiss. Weiterbildungsangeboten:	Im Studiengang MiH Wahlpflichtmodul im 6. Semester		
Lernergebnisse:			
Nach Abschluss des Moduls haben die Student:innen folgende Kompetenzen erworben:			
Wissen und Verstehen (Wissensverbreiterung, Wissensvertiefung, Wissensverständnis)			
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Die Student:innen entwickeln ein Verständnis für das Supply Chain Management als Gesamtheit aller Methoden und Instrumente. ▪ Sie können die Gestaltung und Optimierung der Lieferketten sowohl innerhalb des Unternehmens als auch unternehmensübergreifend mit Kunden und Lieferanten ganzheitlich analysieren und bewerten. ▪ Sie verstehen, dass der Schwerpunkt des SCM in der Verbesserung des Informationsflusses liegt. 			
Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen (Nutzung und Transfer, wissenschaftliche Innovation)			
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Sie erlangen Kenntnis über die Grundlagen von Konzepten wie Just-in-time, Efficient Consumer Response (ECR), Vendor-Managed Inventory (VMI), Postponement, direkte Ladenbelieferung (Direct Store Delivery, DSD) und die gemeinsame Planung, Prognose und Warenversorgung (Collaborative Planning, Forecasting und Replenishment CPFR). 			
Kommunikation und Kooperation			
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Die Student:innen können mit Fachvertreter:innen sowie Fachfremden sachgerecht kommunizieren und kooperieren, um Aufgaben theoretisch und methodisch fundiert zu lösen. ▪ Sie sind in der Lage, unterschiedliche Sichtweisen sowie Interessen anderer zu reflektieren und zu berücksichtigen. 			
Wissenschaftliches Selbstverständnis oder Professionalität			
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Die Student:innen sind in der Lage, das eigene berufliche Handeln mit theoretischem und methodischem Wissen zu begründen und ihr neu erlangtes Wissen in bekannten und unbekanntem Kontexten einzusetzen. ▪ Sie können ihre eigenen Fähigkeiten und ihren sachbezogenen Gestaltungsspielraum einschätzen und diesen reflektierend verantwortungsvoll Entscheidungen treffen. ▪ Sie sind in der Lage, ihr berufliches Handeln z.B. in Bezug auf gesellschaftliche Folgen kritisch zu reflektieren. 			
Lehrinhalte:			
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Methoden und Instrumente des SCM ▪ SCM im Kontext des Kundenmanagements ▪ Prozessoptimierung entlang der Supply Chain ▪ Die ECR- Wertkette ▪ ECR-Strategien (Efficient Replenishment; Category Management, Efficient Assortment, Efficient Promotion) ▪ Direct Store Delivery ▪ Vendor-Managed Inventory (VMI) ▪ Postponement ▪ CPFR ▪ Supply Chain Disruptions: Supply Chain Risk Management und Supply Chain Resilience ▪ Nachhaltigkeitsaspekte des SCM, z.B. Circular Economy 			

In einer modulbezogenen Übung werden den Student:innen die Inhalte der Lehrveranstaltung als angeleitetes Selbststudium weiter verdeutlicht. Übungen und Fallbeispiele sind dem Lernfortschritt der Student:innen entsprechend in die Veranstaltung integriert. Die beschriebenen Inhalte des Moduls werden zur Sicherstellung des Kompetenzerwerbs geübt und auf die betriebliche Praxis im Handel übertragen.				
Unterrichtssprache:	Deutsch			
Teilnahmevoraussetzungen:				
Vorbereitung/Literatur:	Aktuelle Literaturlisten werden zu Beginn des Semesters ausgegeben.			
Weitere Informationen:	Weitere Lernmaterialien auf AULIS			
Zugehörige Lehrveranstaltungen				
Titel der Lehrveranstaltung	Lehrende	SWS	Lehr- und Lernformen	Prüfungsformen, -umfang, -dauer
Methoden und Instrumente des Supply Chain Managements	Dr. Luling Lo	4	Seminar	Klausur (120 Minuten) oder mündliche Prüfung
Modulbezogene Übung	Dr. Luling Lo	1	Angeleitetes Selbststudium	

7.8 Netzwerke und Kooperationen

Modulverantwortliche_r:	Prof. Dr. Annika Maschwitz		
ECTS-Leistungspunkte:	6 ECTS	Arbeitsbelastung gesamt:	180 h
Verwendung des Moduls in diesem Studiengang:	Wahlpflichtmodul im 7. Semester	Davon Präsenzstudium:	56 h+ 14 h Modulübung
Dauer und Häufigkeit des Angebots:	14 Termine im WiSe	Davon Selbststudium:	124 h, inkl. 14 h Modulübung
Verwendung des Moduls in anderen Studiengängen oder wiss. Weiterbildungsangeboten:	Im Studiengang MiH Wahlpflichtmodul im 7. Semester		
Lernergebnisse:			
Nach Abschluss des Moduls haben die Student:innen folgende Kompetenzen erworben:			
Wissen und Verstehen (Wissensverbreiterung, Wissensvertiefung, Wissensverständnis)			
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Die Student:innen verstehen Kooperationen und Netzwerken im Handel als Systeme bzw. Organisationsform und können unterschiedlicher Formen und Umsetzungen von Netzwerken unterscheiden. 			
Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen (Nutzung und Transfer, wissenschaftliche Innovation)			
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Die Student:innen sind in der Lage, Managementfunktionen und -techniken einschließlich notwendiger Kompetenzen in Netzwerken des Handels zu charakterisieren und zu beurteilen. ▪ Sie können Unternehmenskooperationen im Handel entsprechend ihrer Ausgestaltung unterscheiden und theoretische Erklärungsansätze für Unternehmenskooperationen differenzieren und bewerten. 			
Kommunikation und Kooperation			
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Die Student:innen können mit Fachvertreter:innen sowie Fachfremden sachgerecht kommunizieren und kooperieren, um Aufgaben theoretisch und methodisch fundiert zu lösen. ▪ Sie sind in der Lage, unterschiedliche Sichtweisen sowie Interessen anderer zu reflektieren und zu berücksichtigen. 			
Wissenschaftliches Selbstverständnis oder Professionalität			
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Die Student:innen sind in der Lage, das eigene berufliche Handeln mit theoretischem und methodischem Wissen zu begründen und ihr neu erlangtes Wissen in bekannten und unbekanntem Kontexten einzusetzen. ▪ Sie können ihre eigenen Fähigkeiten und ihren sachbezogenen Gestaltungsspielraum einschätzen und diesen reflektierend verantwortungsvoll Entscheidungen treffen. ▪ Sie sind in der Lage, ihr berufliches Handeln z.B. in Bezug auf gesellschaftliche Folgen kritisch zu reflektieren. 			
Lehrinhalte:			
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Theoretische Grundlagen zu Netzwerken im Handel als soziale Systeme, Systemtheorie und Organisationsform im Handel ▪ Integrierte Betrachtung von Funktionen, Gestaltungs- und Steuerungsmöglichkeiten von Netzwerken im Handel ▪ Typisierung von Unternehmenskooperationen im Handel als hybride Verknüpfung zwischen Markt und Hierarchie ▪ Theoretische Erklärungsansätze für Unternehmenskooperationen im Handel ▪ Darstellung ausgewählter Kooperationsformen in der Unternehmenspraxis des Handels 			
In einer modulbezogenen Übung werden den Student:innen die Inhalte der Lehrveranstaltung als angeleitetes Selbststudium weiter verdeutlicht. Übungen und Fallbeispiele sind dem Lernfortschritt der Student:innen entsprechend in die Veranstaltung integriert. Die beschriebenen Inhalte des Moduls werden zur Sicherstellung des Kompetenzerwerbs geübt und auf die betriebliche Praxis im Handel übertragen.			
Unterrichtssprache:	Deutsch		
Teilnahmevoraussetzungen:			

Vorbereitung/Literatur:	Aktuelle Literaturlisten werden zu Beginn des Semesters ausgegeben.			
Weitere Informationen:	Weitere Lernmaterialien auf AULIS			
Zugehörige Lehrveranstaltungen				
Titel der Lehrveranstaltung	Lehrende	SWS	Lehr- und Lernformen	Prüfungsformen, -umfang, -dauer
Netzwerke und Kooperationen	Prof. Dr. Annika Maschwitz	4	Seminar	Referat
Modulbezogene Übung	Prof. Dr. Annika Maschwitz	1	Angeleitetes Selbststudium	

7.9 Management der digitalen Transformation / Digital Supply Chain Management

Modulverantwortliche_r:	Prof. Dr. Erdem Galipoğlu		
ECTS-Leistungspunkte:	6 ECTS	Arbeitsbelastung gesamt:	180 h
Verwendung des Moduls in diesem Studiengang:	Wahlpflichtmodul im 7. Semester	Davon Präsenzstudium:	56 h+ 14 h Modulübung
Dauer und Häufigkeit des Angebots:	14 Termine im WiSe	Davon Selbststudium:	124 h, inkl. 14 h Modulübung
Verwendung des Moduls in anderen Studiengängen oder wiss. Weiterbildungsangeboten:	Im Studiengang MiH Wahlpflichtmodul im 7. Semester		

Lernergebnisse:

Nach Abschluss des Moduls haben die Student:innen folgende Kompetenzen erworben:

Management der digitalen Transformation:

Wissen und Verstehen (Wissensverbreiterung, Wissensvertiefung, Wissensverständnis)

- Die Student:innen kennen die Handlungsfelder der Digitalen Transformation und können erklären, welche strategischen Fragestellungen hierzu im Unternehmenskontext adressiert werden sollten.
- Sie können erklären, wie sich Geschäftsmodelle im Zuge der Digitalen Transformation verändern und wie sich dies auf Leistungsangebot, Leistungserstellung, Ertragsmodelle und Kundeninteraktion auswirkt.
- Sie können beschreiben und anhand von Beispielen erklären, welche strukturellen Veränderungen mit der Digitalen Transformation innerhalb und außerhalb des Unternehmenskontextes einhergehen

Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen (Nutzung und Transfer, wissenschaftliche Innovation)

- Die Student:innen können Vorgehensmodelle zur Entwicklung einer digitalen Transformationsstrategie anwenden
- Sie können Methoden zur Analyse, Erweiterung und Gestaltung digitaler Geschäftsmodelle anwenden.
- Sie können Herausforderungen im Kontext der Digitalen Transformation mittels Methoden der Wirtschaftswissenschaften und der Wirtschaftsinformatik erkennen, bewerten und lösen.

Kommunikation und Kooperation

- Die Student:innen können mit Fachvertreter:innen sowie Fachfremden sachgerecht kommunizieren und kooperativ vorgegebene Aufgabenstellungen lösen.
- Sie sind in der Lage, unterschiedliche Sichtweisen sowie Interessen anderer zu reflektieren und zu berücksichtigen.

Wissenschaftliches Selbstverständnis oder Professionalität

- Die Student:innen sind in der Lage, das eigene berufliche Handeln mit theoretischem und methodischem Wissen zu begründen und ihr neu erlangtes Wissen in bekannten und unbekanntem Kontexten einzusetzen.
- Sie können ihre eigenen Fähigkeiten und ihren sachbezogenen Gestaltungsspielraum einschätzen und reflektieren.

Digital Supply Chain Management:

Wissen und Verstehen (Wissensverbreiterung, Wissensvertiefung, Wissensverständnis)

- Die Studierenden kennen und verstehen die wesentlichen domänenspezifischen Chancen und Risiken der Digitalen Transformation im Umfeld von Logistik und Supply Chain Management.
- Sie sind vertraut mit den relevanten Technologietrends im Kontext von digitalen Supply Chains und haben ein Verständnis für Potentiale, Reifegrad und Herausforderungen dieser ausgewählten Technologien.

Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen (Nutzung und Transfer, wissenschaftliche Innovation)

- Die Studierenden sind in der Lage, eigene Beurteilungen zur Anwendbarkeit von Technologien der Digitalen Transformation und Automatisierung im konkreten betrieblichen SCM-Kontext herzustellen.

- Sie können typische Implementierungshürden im betrieblichen SCM-Kontext erkennen und adressieren.

Kommunikation und Kooperation

- Die Student:innen können mit Fachvertreter:innen sowie Fachfremden sachgerecht kommunizieren und kooperativ vorgegebene Aufgabenstellungen lösen.
- Sie sind in der Lage, unterschiedliche Sichtweisen sowie Interessen anderer zu reflektieren und zu berücksichtigen.

Wissenschaftliches Selbstverständnis oder Professionalität

- Die Student:innen sind in der Lage, das eigene berufliche Handeln mit theoretischem und methodischem Wissen zu begründen und ihr neu erlangtes Wissen in bekannten und unbekanntem Kontexten einzusetzen.
- Sie können ihre eigenen Fähigkeiten und ihren sachbezogenen Gestaltungsspielraum einschätzen und reflektieren.

Lehrinhalte:

Management der digitalen Transformation:

- Auswirkungen digitaler Transformation auf Leistungen, Prozesse, Individuen und Organisation
- Digitale Transformationsstrategien
- Digitale Innovation und Disruption
- Digitale Geschäftsmodelle, Plattformen und Ökosysteme
- Ausgewählte Herausforderungen im Kontext der Digitalen Transformation, wie z. B. Datenschutz, Cyber Security, Governance etc.

Digital Supply Chain Management

- Basisinstrumente digitaler Supply Chains (z.B. Identifikationstechnologien, Lokalisierungstechnologien, Möglichkeiten des elektronischen Datenaustauschs)
- Ansätze der digitalen Beschaffung (z.B. Tools des E-Procurements, erwartete Entwicklungen im Einkauf)
- Ansätze der Digitalisierung und Automatisierung im Lager (z.B. Pick-by-X Technologien, Robotics)
- Digital gestützte Technologien in der Distribution (z.B. innovative Ansätze für die letzte Meile)
- Weiterreichende Ansätze eines digitalen Supply Chain Managements (z.B. Data Analytics / Artificial Intelligence, Blockchain, Process Mining, Konzepte zur Schaffung von Supply Chain Visibility / Resilience)

In einer modulbezogenen Übung werden den Student:innen die Inhalte der Lehrveranstaltung als angeleitetes Selbststudium weiter verdeutlicht. Übungen und Fallbeispiele sind dem Lernfortschritt der Student:innen entsprechend in die Veranstaltung integriert. Die beschriebenen Inhalte des Moduls werden zur Sicherstellung des Kompetenzerwerbs geübt und auf die betriebliche Praxis im Handel übertragen.

Unterrichtssprache:	Deutsch			
Teilnahmevoraussetzungen:				
Vorbereitung/Literatur:	Aktuelle Literaturlisten werden zu Beginn des Semesters ausgegeben.			
Weitere Informationen:	Weitere Lernmaterialien auf AULIS			
Zugehörige Lehrveranstaltungen				
Titel der Lehrveranstaltung	Lehrende	SWS	Lehr- und Lernformen	Prüfungsformen, -umfang, -dauer
Management der digitalen Transformation	Prof. Dr. Erdem Galipoğlu	2	Seminar	Portfolio

Modulübung	Prof. Dr. Erdem Galipoğlu	0,5	Angeleitetes Selbststudium	
Digital Supply Chain Management	Prof. Dr.-Ing. Frank Fürstenberg	2	Seminar	
Modulübung	Prof. Dr.-Ing. Frank Fürstenberg	0,5	Angeleitetes Selbststudium	

Schwerpunkt 3: Corporate Management

6. Semester		7. Semester	
Modul 1	Modul 2	Modul 3	Modul 4
Strategisches Handelsmanagement	Standortmanagement im Handel	Business Development	Steuerungssysteme im Handel
			Alternative Finance

6.10 Strategisches Handelsmanagement

Modulverantwortliche_r:	Prof. Dr. Lars Büttner		
ECTS-Leistungspunkte:	6 ECTS	Arbeitsbelastung gesamt:	180 h
Verwendung des Moduls in diesem Studiengang:	Wahlpflichtmodul im 6. Semester	Davon Präsenzstudium:	56 h+ 14 h Modulübung
Dauer und Häufigkeit des Angebots:	14 Termine im SoSe	Davon Selbststudium:	124 h, inkl. 14 h Modulübung
Verwendung des Moduls in anderen Studiengängen oder wiss. Weiterbildungsangeboten:	Im Studiengang MiH Wahlpflichtmodul im 6. Semester		

Lernergebnisse:

Nach Abschluss des Moduls haben die Student:innen folgende Kompetenzen erworben:

Wissen und Verstehen (Wissensverbreiterung, Wissensvertiefung, Wissensverständnis)

- Die Student:innen werden befähigt, die Ausprägungen einer zunehmend komplexer werdenden Unternehmensumwelt (Stichwort VUCA) zu erkennen.
- Sie sind in der Lage, die globalen und branchenspezifischen Umweltfaktoren zu identifizieren und zu bewerten.
- Sie können die Ressourcen & Fähigkeiten eines Unternehmens identifizieren und hinsichtlich ihres Potenzials beurteilen.
- Sie vertiefen und verbreitern ihr Wissen zu strategischen Handlungsoptionen wie bspw. der Internationalisierung, M&A-Aktivitäten oder der Portfoliobereinigung.

Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen (Nutzung und Transfer, wissenschaftliche Innovation)

- Die Student:innen sammeln, bewerten und interpretieren Umwelt- und Unternehmensdaten und leiten aus diesen sachgerechte und methodisch fundierte Urteile ab.
- Die Student:innen durchdringen komplexe Rahmendaten und bewerten ihre Relevanz für nachhaltige Lösungsansätze.
- Die Student:innen lernen anhand von Fallbeispielen aus der Praxis, wie Unternehmen sich an Leitbildern (Vision & Mission) langfristig ausrichten.

Kommunikation und Kooperation

- Die Student:innen analysieren ein Unternehmen im Rahmen einer Gruppenarbeit. Sie sind in der Lage, dieses ihrer Peer-Group sowie Fachvertreter:innen und auch Fachfremden zu erläutern und mit diesen zu diskutieren.
- Die Student:innen können mit Fachvertreter:innen sowie Fachfremden sachgerecht kooperieren, um Aufgaben theoretisch und methodisch fundiert zu lösen.
- Sie sind in der Lage, unterschiedliche Sichtweisen sowie Interessen anderer zu reflektieren und zu berücksichtigen.
- Sie können in sich verändernden Gruppenpraxisgerechte Lösungsansätze mit langfristigem Zeithorizont entwickeln.

Wissenschaftliches Selbstverständnis oder Professionalität

- Die Student:innen sind in der Lage, die Ausgangssituation eines Unternehmens mit theoretischem und methodischem Wissen zu erklären und auf dieser Basis eine eigene nachhaltige Strategie zu entwickeln.
- Sie können ihre eigenen Fähigkeiten und ihren sachbezogenen Gestaltungsspielraum einschätzen und diesen reflektierend verantwortungsvoll Entscheidungen treffen.
- Sie sind in der Lage, ihr berufliches Handeln z.B. in Bezug auf andere Interessengruppen („stakeholder“) kritisch zu reflektieren.

Lehrinhalte:

- Grundlagen wie z.B. VUCA-World: Volatilität, Unsicherheit, Komplexität & Mehrdeutigkeit als neue Unternehmensrealität; Gestaltungsfelder „Innenorientierung“ (Flexibilität, Kreativität & Innovationsfähigkeit) & „Außenorientierung“ (Reaktionsfähigkeit auf Dynamik von Umweltveränderungen); Aufgaben: Positionierung im Markt sowie Aufbau von Potenzialen & Kompetenzen; Abgrenzung zum operativen Management sowie Perspektiven (funktional, institutionell, aktivitätsorientiert); Handlungsebenen: Unternehmen, Geschäftsbereiche, Funktionen
- Strategische Analysen (Status quo / Ausgangslage): Umweltanalysen (globale Umwelt, PESTEL, Branchenstrukturanalyse nach Porter, Stakeholderanalyse, Konkurrenzanalyse, Kundenanalyse, Vertriebspartneranalyse etc.); Unternehmensanalyse (Ressourcen, Fähigkeiten, Kernkompetenzen, Wertekette nach Porter, Unternehmenskultur, Organisationsstruktur); Analyseinstrumente: Szenario-Analyse, GAP-Analyse, SWOT-Analyse, Portfolio-Analysen
- Strategieformulierung (Zielbildung): Vision, Mission, Unternehmenspolitik, Leitbild, Werte
- Strategieentwicklung und –implementierung: Unternehmensstrategien: Entwicklung, Wachstum, Stabilisierung, Produkt-Markt, Autonomie, Kooperation, Integration (M&A); Geschäftsbereichsstrategien: Markt- & Wettbewerbsstrategien, Ressourcenstrategien, Wertschöpfungsstrategien, Strategien der Ertragsmechanik, Kosten- & Qualitätsführerschaft; Funktionsbereichsstrategien: F&E, Beschaffung, Marketing & Vertrieb, Produktion, Personal; Strategischer Wandel: Operationalisierung durch Führungskräfte und Bedeutung der Unternehmenskultur
- Strategieevaluierung und strategische Kontrolle: Information & Steuerung; Motivation; Kennzahlen & Instrumente

In einer modulbezogenen Übung werden den Student:innen die Inhalte der Lehrveranstaltung als angeleitetes Selbststudium weiter verdeutlicht. Übungen und Fallbeispiele sind dem Lernfortschritt der Student:innen entsprechend in die Veranstaltung integriert. Die beschriebenen Inhalte des Moduls werden zur Sicherstellung des Kompetenzerwerbs geübt und auf die betriebliche Praxis im Handel übertragen.

Unterrichtssprache:	Deutsch
Teilnahmevoraussetzungen:	
Vorbereitung/Literatur:	Aktuelle Literaturlisten werden zu Beginn des Semesters ausgegeben.
Weitere Informationen:	Weitere Lernmaterialien auf AULIS

Zugehörige Lehrveranstaltungen				
Titel der Lehrveranstaltung	Lehrende	SWS	Lehr- und Lernformen	Prüfungsformen, -umfang, -dauer
Strategisches Management	Prof. Dr. Lars Büttner	4	Seminar	Klausur (120 Minuten) oder mündliche Prüfung
Modulbezogene Übung	Prof. Dr. Lars Büttner	1	Angeleitetes Selbststudium	

6.11 Standortmanagement im Handel

Modulverantwortliche_r:	Prof. Dr. Martina Harms		
ECTS-Leistungspunkte:	6 ECTS	Arbeitsbelastung gesamt:	180 h
Verwendung des Moduls in diesem Studiengang:	Wahlpflichtmodul im 6. Semester	Davon Präsenzstudium:	56 h+ 14 h Modulübung
Dauer und Häufigkeit des Angebots:	14 Termine im SoSe	Davon Selbststudium:	124 h, inkl. 14 h Modulübung
Verwendung des Moduls in anderen Studiengängen oder wiss. Weiterbildungsangeboten:	Im Studiengang MiH Wahlpflichtmodul im 6. Semester		
Lernergebnisse:			
<p>Nach Abschluss des Moduls haben die Student:innen folgende Kompetenzen erworben:</p> <p>Wissen und Verstehen (Wissensverbreiterung, Wissensvertiefung, Wissensverständnis)</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Die Student:innen verstehen die Bedeutung des Standorts für den langfristigen Erfolg stationärer Verkaufsstellen und damit für die Wettbewerbsposition von Unternehmen. ▪ Sie können auf der Grundlage der Ergebnisse einer Marktstruktur- und Standort-Netzanalyse Standortkategorien abgrenzen und die strategische Ausgangssituation formulieren. <p>Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen (Nutzung und Transfer, wissenschaftliche Innovation)</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Die Student:innen können auf der Grundlage der Ergebnisse einer Marktstruktur- und Standort-Netzanalyse Standortkategorien abgrenzen und die strategische Ausgangssituation formulieren. <p>Kommunikation und Kooperation</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Die Student:innen können mit Fachvertreter:innen sowie Fachfremden sachgerecht kommunizieren und kooperieren, um Aufgaben theoretisch und methodisch fundiert zu lösen. ▪ Sie sind in der Lage, unterschiedliche Sichtweisen sowie Interessen anderer zu reflektieren und zu berücksichtigen. <p>Wissenschaftliches Selbstverständnis oder Professionalität</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Die Student:innen sind in der Lage, das eigene berufliche Handeln mit theoretischem und methodischem Wissen zu begründen und ihr neu erlangtes Wissen in bekannten und unbekanntem Kontexten einzusetzen. ▪ Sie können ihre eigenen Fähigkeiten und ihren sachbezogenen Gestaltungsspielraum einschätzen und diesen reflektierend verantwortungsvoll Entscheidungen treffen. ▪ Sie sind in der Lage, ihr berufliches Handeln z.B. in Bezug auf gesellschaftliche Folgen kritisch zu reflektieren. 			
Lehrinhalte:			
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Marktstruktur- und Standort-Netzanalyse ▪ Empirisch- induktive Verfahren zur Planung von Einzelstandorten ▪ Theoretisch-deduktive Verfahren zur Analyse von Einkaufsagglomerationen ▪ Center-Management ▪ Strategische und operative Standortplanung <p>In einer modulbezogenen Übung werden den Student:innen die Inhalte der Lehrveranstaltung als angeleitetes Selbststudium weiter verdeutlicht. Übungen und Fallbeispiele sind dem Lernfortschritt der Student:innen entsprechend in die Veranstaltung integriert. Die beschriebenen Inhalte des Moduls werden zur Sicherstellung des Kompetenzerwerbs geübt und auf die betriebliche Praxis im Handel übertragen.</p>			
Unterrichtssprache:	Deutsch		
Teilnahmevoraussetzungen:			
Vorbereitung/Literatur:	Aktuelle Literaturlisten werden zu Beginn des Semesters ausgegeben.		
Weitere Informationen:	Weitere Lernmaterialien auf AULIS		

Zugehörige Lehrveranstaltungen

Titel der Lehrveranstaltung	Lehrende	SWS	Lehr- und Lernformen	Prüfungsformen, -umfang, -dauer
Standortmanagement im Handel	Thomas Kleinschnittger	4	Seminar	Klausur (120 Minuten) oder
Modulbezogene Übung	Thomas Kleinschnittger	(1)	Angeleitetes Selbststudium	mündliche Prüfung

7.10 Business Development

Modulverantwortliche_r:	Prof. Dr. Lars Büttner		
ECTS-Leistungspunkte:	6 ECTS	Arbeitsbelastung gesamt:	180 h
Verwendung des Moduls in diesem Studiengang:	Wahlpflichtmodul im 7. Semester	Davon Präsenzstudium:	56 h+ 14 h Modulübung
Dauer und Häufigkeit des Angebots:	14 Termine im WiSe	Davon Selbststudium:	124 h, inkl. 14 h Modulübung
Verwendung des Moduls in anderen Studiengängen oder wiss. Weiterbildungsangeboten:	Im Studiengang MiH Wahlpflichtmodul im 7. Semester		

Lernergebnisse:

Nach Abschluss des Moduls haben die Student:innen folgende Kompetenzen erworben:

Wissen und Verstehen (Wissensverbreiterung, Wissensvertiefung, Wissensverständnis)

- Die Student:innen erlangen ein umfassendes Wissen über Business Development als Funktion zur Erschließung neuer Geschäftsfelder und damit Beitrag zur kontinuierlichen Weiterentwicklung von Handelsunternehmen.
- Sie entwickeln tiefgehende Kenntnisse über die Rahmenbedingungen, die Business Development begrenzen bzw. fördern und können nachvollziehen, in welchen Dimensionen Innovationen Business Development treiben.

Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen (Nutzung und Transfer, wissenschaftliche Innovation)

- Die Student:innen erkennen, wie sich Maßnahmen des Business Development in Zahlen abbilden lassen. Hierfür greifen sie auf Trends und Entwicklungen (z.B. den digitalen Wandel) zurück und sammeln, bewerten und interpretieren Unternehmens- und Marktdaten.
- Sie lernen den Zusammenhang zwischen der Analyse von Konsument:innen, Shopper:innen, Mitbewerber:innen und Märkte und der Weiterentwicklung des Geschäftsmodells kennen.
- Die Student:innen erkennen Megatrends und Paradigmenwechsel auf dynamischen und komplexen Märkten und leiten daraus die Konsequenzen und Handlungsspielräume für Unternehmen ab, wie z.B. die Entwicklung von Produkt-, Warengruppen- und neuer Geschäftsideen.
- Sie sind in der Lage, neue Strategien auf Grund eines fundierten Wissens in den Bereichen Finanzen, Wirtschaft und Recht zu entwickeln.
- Sie können die Bedeutung von Mergern und Akquisitionen für die Umsetzung der entwickelten Strategien einschätzen.
- Sie sind in der Lage, betrieblicher Abläufe zu formen oder zu überprüfen und somit Ansatzpunkte für deren Weiterentwicklung abzuleiten.
- Sie können verschiedene Verfahren der Unternehmensbewertung beschreiben, anwenden und beurteilen.

Kommunikation und Kooperation

- Die Student:innen erarbeiten ein Business Model in Gruppenarbeit. Sie sind in der Lage, dieses Ihrer Peer-Group sowie Fachvertreter:innen und auch Fachfremden zu erläutern und mit diesen zu diskutieren.
- Die Student:innen können mit Fachvertreter:innen sowie Fachfremden sachgerecht kommunizieren und kooperieren, um Aufgaben theoretisch und methodisch fundiert zu lösen.
- Sie sind in der Lage, unterschiedliche Sichtweisen sowie Interessen anderer zu reflektieren und zu berücksichtigen.
-

Wissenschaftliches Selbstverständnis oder Professionalität

- Die Student:innen sind in der Lage, das eigene berufliche Handeln mit theoretischem und methodischem Wissen zu begründen und ihr neu erlangtes Wissen in bekannten und unbekanntem Kontexten einzusetzen.
- Sie können ihre eigenen Fähigkeiten und ihren sachbezogenen Gestaltungsspielraum einschätzen und diesen reflektierend verantwortungsvoll Entscheidungen treffen.
- Sie sind in der Lage, ihr berufliches Handeln z.B. in Bezug auf gesellschaftliche Folgen kritisch zu reflektieren.

Lehrinhalte:

- Entstehen und Verschwinden erfolgreicher Unternehmen
- Begriff & Abgrenzung sowie Aufgaben des Business Development
- Frühaufklärungssysteme für Trends und Rahmenbedingungen (Marktsättigung, Lebenszyklen, Innovation und Disruption, Internationalisierung)
- Dimensionen des Business Development: Märkte, Produkte, Prozesse und Geschäftsmodelle
- Business-Strategie-Entwicklung (Business Model Canvas)
- Finanzierung im Unternehmenslebenszyklus, Entwicklung von Finanzmanagementstrategien, Finanzierung der Geschäftsfeldentwicklung
- Innovationsmanagement, digitale Geschäftsmodelle
- Megatrends und Paradigmenwechsel (bspw. Hypecycle, Eigentümerstrukturen im Handel, Corporate Social Responsibility und Nachhaltigkeit, Demografie, Digitalisierung und Vernetzung, Big Data etc.)

In einer modulbezogenen Übung werden den Student:innen die Inhalte der Lehrveranstaltung als angeleitetes Selbststudium weiter verdeutlicht. Übungen und Fallbeispiele sind dem Lernfortschritt der Student:innen entsprechend in die Veranstaltung integriert. Die beschriebenen Inhalte des Moduls werden zur Sicherstellung des Kompetenzerwerbs geübt und auf die betriebliche Praxis im Handel übertragen.

Unterrichtssprache:	Deutsch
Teilnahmevoraussetzungen:	
Vorbereitung/Literatur:	Aktuelle Literaturlisten werden zu Beginn des Semesters ausgegeben.
Weitere Informationen:	Weitere Lernmaterialien auf AULIS

Zugehörige Lehrveranstaltungen				
Titel der Lehrveranstaltung	Lehrende	SWS	Lehr- und Lernformen	Prüfungsformen, -umfang, -dauer
Business Development	Prof. Dr. Lars Büttner Prof. Dr. Christian Feddersen	4	Seminar	Portfolio
Modulbezogene Übung	Prof. Dr. Lars Büttner Prof. Dr. Christian Feddersen	1	Angeleitetes Selbststudium	

7.11 Steuerungssysteme im Handel / Alternative Finance

Modulverantwortliche_r:	Prof. Dr. Lars Büttner		
ECTS-Leistungspunkte:	6 ECTS	Arbeitsbelastung gesamt:	180 h
Verwendung des Moduls in diesem Studiengang:	Wahlpflichtmodul im 7. Semester	Davon Präsenzstudium:	56 h+ 14 h Modulübung
Dauer und Häufigkeit des Angebots:	14 Termine im WiSe	Davon Selbststudium:	124 h, inkl. 14 h Modulübung
Verwendung des Moduls in anderen Studiengängen oder wiss. Weiterbildungsangeboten:	Im Studiengang MiH Wahlpflichtmodul im 7. Semester		

Lernergebnisse:

Steuerungssysteme im Handel:

Nach Abschluss des Moduls haben die Student:innen anhand der Bearbeitung von Fallbeispielen oder eines Planspiels folgende Kompetenzen erworben:

Wissen und Verstehen (Wissensverbreiterung, Wissensvertiefung, Wissensverständnis)

- Die Student:innen können die Bedeutung des Controllings für die Unternehmensführung aufzeigen.
- Sie können die Anforderungen an das Controlling als Teil der Unternehmensführung benennen und die Wesenszüge des strategischen und operativen Controllings unterscheiden.
- Sie können Beteiligungscontrolling im Handel erläutern.
- Sie sind in der Lage, ein Kennzifferncockpit für Handelsunternehmen zusammenzustellen und anhand dieser Werte deren Leistungsfähigkeit zu bestimmen.

Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen (Nutzung und Transfer, wissenschaftliche Innovation)

- Die Student:innen sind in der Lage, eine Entscheidungsfindung im Bereich Due Diligence durchführen.
- Sie können Methoden des strategischen Controllings beschreiben und anwenden und sie zur Führung eines Unternehmens nutzen
- Sie können zentrale Kenngrößen des strategischen Controllings erläutern, berechnen, in ihrer Aussagekraft beurteilen und unternehmenszielorientierte Entscheidungen aus diesen Kennzahlen herleiten.
- Sie können organisatorische Aspekte des strategischen Controllings einschätzen und das operative Controlling mit seinen Aufgaben und Instrumenten vom strategischen Controlling abgrenzen, z.B. unter Berücksichtigung von Sortimentsgestaltung, Standort- und Betriebstypenplanung,
- Sie können Planungs- und Kontrollmethoden beschreiben und an auch komplexeren Problemlagen anwenden.
- Sie sind in der Lage, Budgetierung, Kennzahlen und Kennzahlensysteme zu erläutern, Kennzahlen zu generieren und unternehmenszielorientierte Entscheidungen aus diesen Kennzahlen herzuleiten

Kommunikation und Kooperation

- Die Student:innen können das Berichtswesen zielgruppenorientiert gestalten und die Anforderungen des Controllings an das betriebliche Rechnungswesen anwendungsorientiert formulieren.
- Die Student:innen können mit Fachvertreter:innen sowie Fachfremden sachgerecht kommunizieren und kooperieren, um Aufgaben theoretisch und methodisch fundiert zu lösen.
- Sie sind in der Lage, unterschiedliche Sichtweisen sowie Interessen anderer zu reflektieren und zu berücksichtigen.

Wissenschaftliches Selbstverständnis oder Professionalität

- Die Student:innen sind in der Lage, das eigene berufliche Handeln mit theoretischem und methodischem Wissen zu begründen und ihr neu erlangtes Wissen in bekannten und unbekanntem Kontexten einzusetzen.
- Sie können ihre eigenen Fähigkeiten und ihren sachbezogenen Gestaltungsspielraum einschätzen und diesen reflektierend verantwortungsvoll Entscheidungen treffen.
- Sie sind in der Lage, ihr berufliches Handeln z.B. in Bezug auf gesellschaftliche Folgen kritisch zu reflektieren.

Alternative Finance:

Nach Abschluss des Moduls haben die Student:innen folgende Kompetenzen erworben:

Wissen und Verstehen (Wissensverbreiterung, Wissensvertiefung, Wissensverständnis)

- Die Student:innen erlangen einen strukturierten Überblick über alternative Finanzierungs- und Anlageninstrumente und sind in der Lage, diese von klassischen Methoden abzugrenzen.
- Sie sind befähigt, sich neues Wissen unter schwierigen Bedingungen anzueignen (aufgrund der Neuheit des Themas ist in Teilbereichen kaum oder keine Fachliteratur vorhanden).

Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen (Nutzung und Transfer, wissenschaftliche Innovation)

- Die Student:innen können die Wirkungsweisen und Einsatzmöglichkeiten alternativer Finanzierungsinstrumente erläutern und sinnvoll im Kontext der Unternehmenspraxis anwenden.

Kommunikation und Kooperation

- Die Student:innen können mit Fachvertreter:innen sowie Fachfremden sachgerecht kommunizieren und kooperieren, um Aufgaben theoretisch und methodisch fundiert zu lösen.
- Sie sind in der Lage, unterschiedliche Sichtweisen sowie Interessen anderer zu reflektieren und zu berücksichtigen.

Wissenschaftliches Selbstverständnis oder Professionalität

- Die Student:innen sind in der Lage, das eigene berufliche Handeln mit theoretischem und methodischem Wissen zu begründen und ihr neu erlangtes Wissen in bekannten und unbekanntem Kontexten einzusetzen.
- Sie können ihre eigenen Fähigkeiten und ihren sachbezogenen Gestaltungsspielraum einschätzen und diesen reflektierend verantwortungsvoll Entscheidungen treffen.
- Sie sind in der Lage, ihr berufliches Handeln z.B. in Bezug auf gesellschaftliche Folgen kritisch zu reflektieren.

Lehrinhalte:**Steuerungssysteme im Handel:**

- Begriff und Inhalt des operativen Controllings
- Klassische und moderne Formen der Budgetierung
- Kennzahlen und Kennzahlensysteme
- Berichtswesen
- Controlling-Aufgaben in den Phasen der Strategiefindung, -durchsetzung und -umsetzung
- Instrumente des strategischen Controllings
- Kennzifferncockpit im Handel
- Due Diligence
- Beteiligungscontrolling
- Strategische Planung und strategische Kontrolle
- Balanced Scorecard und wertorientierte Unternehmensführung
- Controlling-Organisation

Alternative Finance:

- Grundlagen: Bedeutung, Entwicklung und Perspektive Alternativer Finanzen; Klassische Finanzen versus Alternative Finanzen; Angebotslücken und Schwachpunkte klassischer Anbieter; Anforderungen an ein Finanzsystem
- Klassische Alternative Finanzen: Alternativen der Geldschöpfung; Finanzierungsmöglichkeiten außerhalb des geregelten Kapitalmarktes; Klassische Möglichkeiten der Geldanlage außerhalb des geregelten Kapitalmarktes
- Neue Alternative Finanzen: Alternative Finanzen und die Vielfalt der FinTech-Unternehmen; Crowdfinanzierungen; Online-Kurzzeitkredite; Kryptowährungen und Blockchain-basierte Finanzdienstleistungen; Zahlungsdienstleister; Vermögensmanagement und Finanzvermittlung; Social Trading; Sustainable Finance und Impact Investing
- Alternative Banken: FinTech-Unternehmen als Banken; Nachhaltige und ethische Banken; Konfessionelle Banken und Islamic Banking

<p>In einer modulbezogenen Übung werden den Student:innen die Inhalte der Lehrveranstaltung als angeleitetes Selbststudium weiter verdeutlicht. Übungen und Fallbeispiele sind dem Lernfortschritt der Student:innen entsprechend in die Veranstaltung integriert. Die beschriebenen Inhalte des Moduls werden zur Sicherstellung des Kompetenzerwerbs geübt und auf die betriebliche Praxis im Handel übertragen.</p>				
Unterrichtssprache:	Deutsch			
Teilnahmevoraussetzungen:				
Vorbereitung/Literatur:	Aktuelle Literaturlisten werden zu Beginn des Semesters ausgegeben.			
Weitere Informationen:	Weitere Lernmaterialien auf AULIS			
Zugehörige Lehrveranstaltungen				
Titel der Lehrveranstaltung	Lehrende	SWS	Lehr- und Lernformen	Prüfungsformen, -umfang, -dauer
Steuerungssysteme im Handel	Prof. Dr. Stephan Form	2	Seminar	Portfolio
Modulbezogene Übung	Prof. Dr. Stephan Form	0,5	Angeleitetes Selbststudium	
Alternative Finance	Prof. Dr. Lars Büttner	2	Seminar	
Modulbezogene Übung	Prof. Dr. Lars Büttner	0,5	Angeleitetes Selbststudium	

Schwerpunkt 4: Human Resource Management

6. Semester		7. Semester	
Modul 1	Modul 2	Modul 3	Modul 4
Human Resource Management I	Personalführung	Organisation und Arbeit im Wandel	Human Resource Management II
	Qualifizierung*		Arbeits- und Sozialrecht

- Zusammen mit einem Zusatzangebot und Selbststudium dient die Veranstaltung auch der Vorbereitung auf die Ausbildereignungsprüfung. Die Ausbildereignungsprüfung versetzt die Studierenden in die Lage, in Betrieben Funktionen als Ausbilder:in wahrzunehmen.

6.12 Human Resource Management I

Modulverantwortliche_r:	Prof. Dr. Martina Harms		
ECTS-Leistungspunkte:	6 ECTS	Arbeitsbelastung gesamt:	180 h
Verwendung des Moduls in diesem Studiengang:	Wahlpflichtmodul im 6. Semester	Davon Präsenzstudium:	56 h+ 14 h Modulübung
Dauer und Häufigkeit des Angebots:	14 Termine im SoSe	Davon Selbststudium:	124 h, inkl. 14 h Modulübung
Verwendung des Moduls in anderen Studiengängen oder wiss. Weiterbildungsangeboten:	Im Studiengang MiH Wahlpflichtmodul im 6. Semester		

Lernergebnisse:

Nach Abschluss des Moduls haben die Student:innen folgende Kompetenzen erworben:

Wissen und Verstehen (Wissensverbreiterung, Wissensvertiefung, Wissensverständnis)

- Die Student:innen können die Rolle des Personalmanagements einschätzen und verschiedene Formen der Organisation der Personalarbeit in Unternehmen skizzieren.
- Sie können aktuelle Herausforderungen für das Human Resource Management erläutern, u.a. demographische Entwicklung, Wertewandel, Digitalisierung.
- Sie sind mit verschiedenen Verfahren der Personalplanung, -auswahl und -rekrutierung vertraut und kennen Methoden zur Personaleinsatzplanung.
- Sie sind mit dem Konzept des Employer Brandings vertraut und können damit verbundene Begriffe wie Arbeitgebermarke oder Mitarbeiter:innenbindung erläutern.

Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen (Nutzung und Transfer, wissenschaftliche Innovation)

- Die Student:innen können qualitative und quantitative Verfahren der Personalplanung beispielhaft anwenden.
- Sie können verschiedene Wege der Personalauswahl und -rekrutierung darstellen und deren Vor- und Nachteilen bei der Rekrutierung bestimmter Zielgruppen beurteilen.
- Sie können aktuelle Aufgaben des Human Resource Managements wie Diversity Management, Flexibilisierung von Arbeit, Betriebliches Gesundheitsmanagement, Work Life Balance u.a. in das Konzept des Employer Brandings einordnen und die Chancen, Risiken und Erfolgsfaktoren der verschiedenen Modelle einschätzen.

Kommunikation und Kooperation

- Die Student:innen können mit Fachvertreter:innen sowie Fachfremden sachgerecht kommunizieren und kooperieren, um Aufgaben theoretisch und methodisch fundiert zu lösen.
- Sie sind in der Lage, unterschiedliche Sichtweisen sowie Interessen anderer zu reflektieren und zu berücksichtigen.

Wissenschaftliches Selbstverständnis oder Professionalität

- Die Student:innen sind in der Lage, das eigene berufliche Handeln mit theoretischem und methodischem Wissen zu begründen und ihr neu erlangtes Wissen in bekannten und unbekanntem Kontexten einzusetzen.

<ul style="list-style-type: none"> ▪ Sie können ihre eigenen Fähigkeiten und ihren sachbezogenen Gestaltungsspielraum einschätzen und diesen reflektierend verantwortungsvoll Entscheidungen treffen. ▪ Sie sind in der Lage, ihr berufliches Handeln z.B. in Bezug auf gesellschaftliche Folgen kritisch zu reflektieren. 				
<p>Lehrinhalte:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Rolle der Personalarbeit in Unternehmen ▪ Aktuelle Herausforderungen für das Human Resource Management ▪ Verschiedene Möglichkeiten der Organisation der Personalarbeit ▪ Personalauswahl und -rekrutierung ▪ Personaleinsatz, Arbeitszeitmodelle ▪ Employer Branding, Arbeitgebermarke, Mitarbeiter:innenbindung ▪ Diversity Management ▪ Flexibilisierung von Arbeit ▪ Betriebliches Gesundheitsmanagement <p>In einer modulbezogenen Übung werden den Student:innen die Inhalte der Lehrveranstaltung als angeleitetes Selbststudium weiter verdeutlicht. Übungen und Fallbeispiele sind dem Lernfortschritt der Student:innen entsprechend in die Veranstaltung integriert. Die beschriebenen Inhalte des Moduls werden zur Sicherstellung des Kompetenzerwerbs geübt und auf die betriebliche Praxis im Handel übertragen.</p>				
Unterrichtssprache:		Deutsch		
Teilnahmevoraussetzungen:				
Vorbereitung/Literatur:		Aktuelle Literaturlisten werden zu Beginn des Semesters ausgegeben.		
Weitere Informationen:		Weitere Lernmaterialien auf AULIS		
Zugehörige Lehrveranstaltungen				
Titel der Lehrveranstaltung	Lehrende	SWS	Lehr- und Lernformen	Prüfungsformen, -umfang, -dauer
Human Resource Management I	Prof. Dr. Jens Eschenbächer	24	Seminar	Klausur (120 Minuten) oder
Modulbezogene Übung	Prof. Dr. Jens Eschenbächer	1	Angeleitetes Selbststudium	mündliche Prüfung

6.13 Personalführung / Qualifizierung

Modulverantwortliche_r:	Prof. Dr. Martina Harms		
ECTS-Leistungspunkte:	6 ECTS	Arbeitsbelastung gesamt:	180 h
Verwendung des Moduls in diesem Studiengang:	Wahlpflichtmodul im 6. Semester	Davon Präsenzstudium:	56 h+ 14 h Modulübung
Dauer und Häufigkeit des Angebots:	14 Termine im SoSe	Davon Selbststudium:	124 h, inkl. 14 h Modulübung
Verwendung des Moduls in anderen Studiengängen oder wiss. Weiterbildungsangeboten:	Im Studiengang MiH Wahlpflichtmodul im 6. Semester		

Lernergebnisse:

Nach Abschluss des Moduls haben die Student:innen folgende Kompetenzen erworben:

Mitarbeiterführung

Wissen und Verstehen (Wissensverbreiterung, Wissensvertiefung, Wissensverständnis)

- Die Student:innen kennen verschiedene theoretische Konzepte zu Leadership, Führung von Mitarbeiter:innen und können diese auf ihre Praxisrelevanz hin einschätzen.
- Sie sind mit Führungsdilemmata und korrespondierenden Lösungsansätzen vertraut.

Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen (Nutzung und Transfer, wissenschaftliche Innovation)

- Die Student:innen sind in der Lage, die Rolle der Führungskraft zu reflektieren und hieraus von Handlungsempfehlungen zu entwickeln.

Kommunikation und Kooperation

- Die Student:innen können mit Fachvertreter:innen sowie Fachfremden sachgerecht kommunizieren und kooperieren, um Aufgaben theoretisch und methodisch fundiert zu lösen.
- Sie sind in der Lage, unterschiedliche Sichtweisen sowie Interessen anderer zu reflektieren und zu berücksichtigen.

Wissenschaftliches Selbstverständnis oder Professionalität

- Die Student:innen erweitern ihre eigene Führungskompetenz.
- Die Student:innen sind in der Lage, das eigene berufliche Handeln mit theoretischem und methodischem Wissen zu begründen und ihr neu erlangtes Wissen in bekannten und unbekanntem Kontexten einzusetzen.
- Sie können ihre eigenen Fähigkeiten und ihren sachbezogenen Gestaltungsspielraum einschätzen und diesen reflektierend verantwortungsvoll Entscheidungen treffen.
- Sie sind in der Lage, ihr berufliches Handeln z.B. in Bezug auf gesellschaftliche Folgen kritisch zu reflektieren.

Qualifizierung

Nach Abschluss des Moduls haben die Student:innen folgende Kompetenzen erworben:

Zusammen mit einem Zusatzangebot und Selbststudium dient die Veranstaltung auch der Vorbereitung auf die Ausbildereignungsprüfung. Die Ausbildereignungsprüfung versetzt die Student:innen in die Lage, in Betrieben die Funktion als Ausbilder:in wahrzunehmen.

Lehrinhalte:

Mitarbeiterführung:

- Theoretische Modelle zur Führung von Mitarbeiter:innen (z.B. Eigenschaftstheorie, Rollentheorie, situative Führungsmodelle, transaktionale versus transformationale Führung, systemisches Führen)
- Die Rolle der Führungskraft im Unternehmen
- Dilemmata der Führung
- Personalführung und Ethik
- Aktuelle Herausforderungen der Führung, z.B. Führung diverser Teams

Qualifizierung:

Die Student:innen erwerben Grundkenntnisse über den Bereich der beruflichen Bildung, insbesondere in Deutschland.

Im Rahmen der Lehrveranstaltung lernen die Student:innen die Voraussetzung für Ausbildung, deren Einbettung in das (Berufs-)Bildungssystem und deren Bedeutung für die Deckung des betrieblichen Fachkräftebedarfs kennen:

- Berufsausbildung in Deutschland
- das duale System der Berufsausbildung nach BBiG/HwO
- Ausbildungsstellenmarkt
- Finanzierung der Ausbildung

In einer modulbezogenen Übung werden den Student:innen die Inhalte der Lehrveranstaltung als angeleitetes Selbststudium weiter verdeutlicht. Übungen und Fallbeispiele sind dem Lernfortschritt der Student:innen entsprechend in die Veranstaltung integriert. Die beschriebenen Inhalte des Moduls werden zur Sicherstellung des Kompetenzerwerbs geübt und auf die betriebliche Praxis im Handel übertragen.

Unterrichtssprache:	Deutsch			
Teilnahmevoraussetzungen:				
Vorbereitung/Literatur:	Aktuelle Literaturlisten werden zu Beginn des Semesters ausgegeben.			
Weitere Informationen:	Weitere Lernmaterialien auf AULIS			
Zugehörige Lehrveranstaltungen				
Titel der Lehrveranstaltung	Lehrende	SWS	Lehr- und Lernformen	Prüfungsformen, -umfang, -dauer
Personalführung	Prof. Dr. Martina Harms	2	Seminar	Klausur oder mündliche Prüfung
Qualifizierung	Prof. Dr. Elisabeth Krekel	2	Seminar	Hausarbeit oder Referat
Modulbezogene Übung	Prof. Dr. Martina Harms	1	Angeleitetes Selbststudium	

7.12 Organisation und Arbeit im Wandel

Modulverantwortliche_r:	Prof. Dr. Martina Harms		
ECTS-Leistungspunkte:	6 ECTS	Arbeitsbelastung gesamt:	180 h
Verwendung des Moduls in diesem Studiengang:	Wahlpflichtmodul im 7. Semester	Davon Präsenzstudium:	56 h+ 14 h Modulübung
Dauer und Häufigkeit des Angebots:	14 Termine im WiSe	Davon Selbststudium:	124 h, inkl. 14 h Modulübung
Verwendung des Moduls in anderen Studiengängen oder wiss. Weiterbildungsangeboten:	Im Studiengang MiH Wahlpflichtmodul im 7. Semester		
Lernergebnisse:			
<p>Nach Abschluss des Moduls haben die Student:innen folgende Kompetenzen erworben:</p> <p>Wissen und Verstehen (Wissensverbreiterung, Wissensvertiefung, Wissensverständnis)</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Die Student:innen können Entwicklungen aufzeigen, die zu neuen Konzepten der Organisation von Arbeit geführt haben. ▪ Sie sind mit aktuellen Begriffen der Organisationsentwicklung, z.B. Agilität, New Work, vertraut und können damit verbundene Konzepte unterscheiden und diese erläutern. <p>Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen (Nutzung und Transfer, wissenschaftliche Innovation)</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Die Student:innen können Chancen und Risiken neuer Organisationsformen für Unternehmen und Beschäftigte aller Hierarchieebenen und Funktionsbereichen analysieren. ▪ Sie kennen verschiedene Möglichkeiten, die Arbeit in Organisation im Unternehmen zu gestalten. Hierfür analysieren sie Rahmenbedingungen und können darauf aufbauend begründete Vorschläge zur Entwicklung von Organisationsformen machen. <p>Kommunikation und Kooperation</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Die Student:innen können mit Fachvertreter:innen sowie Fachfremden sachgerecht kommunizieren und kooperieren, um Aufgaben theoretisch und methodisch fundiert zu lösen. ▪ Sie sind in der Lage, unterschiedliche Sichtweisen sowie Interessen anderer zu reflektieren und zu berücksichtigen. <p>Wissenschaftliches Selbstverständnis oder Professionalität</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Die Student:innen sind in der Lage, das eigene berufliche Handeln mit theoretischem und methodischem Wissen zu begründen und ihr neu erlangtes Wissen in bekannten und unbekanntem Kontexten einzusetzen. ▪ Sie können ihre eigenen Fähigkeiten und ihren sachbezogenen Gestaltungsspielraum einschätzen und diesen reflektierend verantwortungsvoll Entscheidungen treffen. ▪ Sie sind in der Lage, ihr berufliches Handeln z.B. in Bezug auf gesellschaftliche Folgen kritisch zu reflektieren. 			
Lehrinhalte:			
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Veränderung der Marktdynamik als Anstoß für die Entwicklung neuer Organisationsformen (u.a. Wohlands Taylor Wanne, rote und blaue Problemstellungen etc.) ▪ Future Leadership Konzepte ▪ Frithjof Bergmanns Idee der „New Work“ ▪ Moderne Organisationskonzepte, z.B. Netzwerkorganisation, kollegiale Kreisorganisation, fraktale Organisation ▪ Agile Führungs- und Organisationsprinzipien, z.B. Selbstorganisation, intrinsische und extrinsische Motivation, XY-Theorie von McGregor, Kohärenz ▪ Transformation von Organisationen ▪ Fallbeispiele modern organisierter Unternehmen zur Ableitung von Empfehlungen für Handelsunternehmen <p>In einer modulbezogenen Übung werden den Student:innen die Inhalte der Lehrveranstaltung als angeleitetes Selbststudium weiter verdeutlicht. Übungen und Fallbeispiele sind dem Lernfortschritt der Student:innen</p>			

entsprechend in die Veranstaltung integriert. Die beschriebenen Inhalte des Moduls werden zur Sicherstellung des Kompetenzerwerbs geübt und auf die betriebliche Praxis im Handel übertragen.				
Unterrichtssprache:	Deutsch			
Teilnahmevoraussetzungen:				
Vorbereitung/Literatur:	Aktuelle Literaturlisten werden zu Beginn des Semesters ausgegeben.			
Weitere Informationen:	Weitere Lernmaterialien auf AULIS			
Zugehörige Lehrveranstaltungen				
Titel der Lehrveranstaltung	Lehrende	SWS	Lehr- und Lernformen	Prüfungsformen, -umfang, -dauer
Organisation und Arbeit im Wandel	Prof. Dr. Jens Eschenbächer	4	Seminar	Klausur (120 Minuten) oder mündliche Prüfung
Modulbezogene Übung	Prof. Dr. Jens Eschenbächer	1	Angeleitetes Selbststudium	

7.13 Human Resource Management II / Arbeits- und Sozialrecht

Modulverantwortliche_r:	Prof. Dr. Jens Eschenbächer		
ECTS-Leistungspunkte:	6 ECTS	Arbeitsbelastung gesamt:	180 h
Verwendung des Moduls in diesem Studiengang:	Wahlpflichtmodul im 7. Semester	Davon Präsenzstudium:	56 h+ 14 h Modulübung
Dauer und Häufigkeit des Angebots:	14 Termine im WiSe	Davon Selbststudium:	124 h, inkl. 14 h Modulübung
Verwendung des Moduls in anderen Studiengängen oder wiss. Weiterbildungsangeboten:	Im Studiengang MiH Wahlpflichtmodul im 7. Semester		
Lernergebnisse:			
Nach Abschluss des Moduls haben die Student:innen folgende Kompetenzen erworben:			
Human Resource Management II:			
Wissen und Verstehen (Wissensverbreiterung, Wissensvertiefung, Wissensverständnis)			
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Die Student:innen kennen verschiedene Verfahren der Personalentwicklung und Leistungsbeurteilung und deren Herausforderungen. Sie sind mit Beurteilungsfehlern und Möglichkeiten zur Vermeidung dieser vertraut. ▪ Sie haben einen Überblick über verschiedene Konzepte der Personalentlohnung und können diese skizzieren. ▪ Sie können verschiedene Aspekte des Personalcontrollings darstellen und in das Gesamtcontrolling eines Unternehmens einordnen. ▪ Sie können verschiedene Verfahren der Personalfreistellung beurteilen. 			
Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen (Nutzung und Transfer, wissenschaftliche Innovation)			
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Sie können die Bedeutung der Personalentwicklung insbesondere vor dem Hintergrund der Notwendigkeit des lebenslangen Lernens einordnen und verschiedener Verfahren erläutern. ▪ Sie können verschiedene Karrieremodelle (Führungskarriere, Fachkarriere, Projektkarriere) erläutern und beurteilen. ▪ Sie können die Besonderheiten des Personalcontrollings im Vergleich zum Gesamtcontrolling eines Unternehmens darstellen und beurteilen. 			
Kommunikation und Kooperation			
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Die Student:innen können mit Fachvertreter:innen sowie Fachfremden sachgerecht kommunizieren und kooperieren, um Aufgaben theoretisch und methodisch fundiert zu lösen. ▪ Sie sind in der Lage, unterschiedliche Sichtweisen sowie Interessen anderer zu reflektieren und zu berücksichtigen. 			
Wissenschaftliches Selbstverständnis oder Professionalität			
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Die Student:innen sind in der Lage, das eigene berufliche Handeln mit theoretischem und methodischem Wissen zu begründen und ihr neu erlangtes Wissen in bekannten und unbekanntem Kontexten einzusetzen. ▪ Sie können ihre eigenen Fähigkeiten und ihren sachbezogenen Gestaltungsspielraum einschätzen und diesen reflektierend verantwortungsvoll Entscheidungen treffen. ▪ Sie sind in der Lage, ihr berufliches Handeln z.B. in Bezug auf gesellschaftliche Folgen kritisch zu reflektieren. 			
Arbeits- und Sozialrecht:			
Wissen und Verstehen (Wissensverbreiterung, Wissensvertiefung, Wissensverständnis)			
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Die Student:innen erwerben vertiefte Kenntnisse im Arbeitsrecht und im kollektiven Arbeitsrecht. 			
Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen (Nutzung und Transfer, wissenschaftliche Innovation)			
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Die Student:innen sind in der Lage, juristische Grundlagen für Verhandlungen mit Arbeitnehmer:innen und kollektiven Interessenvertreter:innen zu erfassen. 			

<ul style="list-style-type: none"> ▪ Sie verfügen über juristische Methodenkompetenz bei der Begründung und Beendigung von Arbeitsverhältnissen sowie der Beilegung von Meinungsverschiedenheiten zwischen Betriebsrat und Arbeitgeber:innenseite <p>Kommunikation und Kooperation</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Die Studierenden bearbeiten Fälle und üben somit die Bearbeitung wechselseitiger struktureller Konflikte zwischen Arbeitgeber- und Arbeitnehmerseite sowie Interessenvertretungen. ▪ Die Student:innen können mit Fachvertreter:innen sowie Fachfremden sachgerecht kommunizieren und kooperieren, um Aufgaben theoretisch und methodisch fundiert zu lösen. ▪ Sie sind in der Lage, unterschiedliche Sichtweisen sowie Interessen anderer zu reflektieren und zu berücksichtigen. <p>Wissenschaftliches Selbstverständnis oder Professionalität</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Die Student:innen sind in der Lage, das eigene berufliche Handeln mit theoretischem und methodischem Wissen zu begründen und ihr neu erlangtes Wissen in bekannten und unbekanntem Kontexten einzusetzen. ▪ Sie können ihre eigenen Fähigkeiten und ihren sachbezogenen Gestaltungsspielraum einschätzen und diesen reflektierend verantwortungsvoll Entscheidungen treffen. ▪ Sie sind in der Lage, ihr berufliches Handeln z.B. in Bezug auf gesellschaftliche Folgen kritisch zu reflektieren.
--

Lehrinhalte:

Human Resource Management II

- Leistungsbeurteilung
- Personalentlohnung
- Personalcontrolling
- Personalentwicklung, Karrieremodelle, lebenslanges Lernen
- Personalfreisetzung

Arbeits- und Sozialrecht

Die Veranstaltung dient der Vermittlung von Kenntnissen im kollektiven und individuellen Arbeitsrecht.

- Grundlagen des Arbeitsrechts
- Begründung des Arbeitsverhältnisses, insbes. Formen der Vertragsgestaltung im Handel, wie Abrufarbeit und (geringfügige) Teilzeitbeschäftigung
- Inhalte des Arbeitsverhältnisses, unter Berücksichtigung der im Handel vorherrschenden weiblichen Beschäftigung
- Unterschiedliche Formen der Beendigung von Arbeitsverhältnissen
- Besondere Formen kollektiver Interessenvertretungen im Handel nach § 3 BetrVG
- Die unterschiedlichen Mitbestimmungsformen auf Unternehmens- und Betriebsebene
- Aufgaben und die Rechtsstellung des Betriebsrats
- Zusammenarbeit zwischen Arbeitgeber und Betriebsrat
- Materiellen Beteiligungsrechte des Betriebsrats
- Formen der Konfliktlösung zwischen Arbeitgeber und Betriebsrat
- Unterschiedliche Regelungsformen

In einer modulbezogenen Übung werden den Student:innen die Inhalte der Lehrveranstaltung als angeleitetes Selbststudium weiter verdeutlicht. Übungen und Fallbeispiele sind dem Lernfortschritt der Student:innen entsprechend in die Veranstaltung integriert. Die beschriebenen Inhalte des Moduls werden zur Sicherstellung des Kompetenzerwerbs geübt und auf die betriebliche Praxis im Handel übertragen.

Unterrichtssprache:	Deutsch
Teilnahmevoraussetzungen:	
Vorbereitung/Literatur:	Aktuelle Literaturlisten werden zu Beginn des Semesters ausgegeben.
Weitere Informationen:	Weitere Lernmaterialien auf AULIS

Zugehörige Lehrveranstaltungen				
Titel der Lehrveranstaltung	Lehrende	SWS	Lehr- und Lernformen	Prüfungsformen, -umfang, -dauer
Human Resource Management II	Prof. Dr. Jens Eschenbächer	2	Seminar	Portfolio

Modulbezogene Übung	Prof. Dr. Jens Eschenbächer	0,5	Angeleitetes Selbststudium	
Arbeits- und Sozialrecht	Christian Kunkemöller	2	Seminar	
Modulbezogene Übung	Christian Kunkemöller	0,5	Angeleitetes Selbststudium	