

Studienordnung des FH-Bachelorstudiengangs

Unternehmensführung

Zur Erlangung des akademischen Grads

Bachelor of Arts in Business,
abgekürzt B.A.

als Anhang der Satzung der FH Kufstein Tirol

Organisationsform: Vollzeit

Dauer: 6 Semester

Umfang: 180 ECTS

Anfängerstudienplätze je Studienjahr: 30 Vollzeit

Inhaltsverzeichnis

1	Berufsbilder	3
1.1	<i>Berufliche Tätigkeitsfelder.....</i>	<i>3</i>
1.2	<i>Qualifikationsprofil.....</i>	<i>4</i>
2	Curriculum	8
2.1	<i>Curriculumsdaten</i>	<i>8</i>
2.2	<i>Curriculumsmatrix</i>	<i>9</i>
2.3	<i>Modularisierung.....</i>	<i>13</i>
2.4	<i>Berufspraktikum.....</i>	<i>116</i>
2.5	<i>Auslandssemester</i>	<i>116</i>
3	Zugangsvoraussetzungen.....	118

1 BERUFSBILDER

1.1 Berufliche Tätigkeitsfelder

AbsolventInnen des Bachelorstudiengangs Unternehmensführung stehen auf Grund der breiten managementorientierten und generalistischen Ausbildung zur Lösung von gründungs- und führungsrelevanten Problemstellungen (mittelständischer) Unternehmen vielfältige berufliche Tätigkeitsfelder offen. Die AbsolventInnen finden Einsatzmöglichkeiten in folgenden **Kernbranchen, Unternehmens- bzw. Institutionstypen**:

- Selbständige UnternehmerInnen bzw. ExistenzgründerInnen
- Familienunternehmen, KMU und internationale Großunternehmen
- Unternehmens- und Personalberatung
- Geschäftsprozessentwicklung & Digitalisierung
- Marketing, Marktforschung & Vertrieb
- Finanzwirtschaft
- Institutionen: Non-Profit-Organisationen, NGOs & Interessensvertretungen
- Kernbranchen: Industrie/Handel/Tourismus/Beratung

Das Bachelorstudium Unternehmensführung bildet die AbsolventInnen dazu aus, unter anderem in **folgenden Tätigkeitsbereichen und Funktionen** tätig zu sein:

Im Rahmen der strategischen und operativen Unternehmensführung finden die AbsolventInnen Einsatzmöglichkeiten in verschiedenen **betriebswirtschaftlichen Funktionsbereichen des mittleren Managements**. Die Schwerpunkte hierbei liegen in folgenden Bereichen:

- Personalmanagement
- Organisations- und Geschäftsmodellentwicklung
- Rechnungswesen, Finanzierung & Controlling
- Marketing & Vertrieb
- Produkt- und Innovationsmanagement
- Supply Chain Management

Planende, strategische Aufgabenfelder erwarten die AbsolventInnen im Bereich von **Assistententätigkeit** für die Geschäftsführung, bei der Mitarbeit in **Unternehmensberatungen** sowie bei der **Stabstellenmitarbeit**. Die Schwerpunkte hierbei liegen in folgenden Bereichen:

- Strategische Unternehmensplanung und -entwicklung
- Business Development
- Controlling, Risikomanagement & Informationsmanagementsysteme (IMS)
- E-Business & IT-Managementprojekte
- Digitale Transformation

Weitere Tätigkeitsbereiche der AbsolventInnen liegen im Bereich der **Unternehmensgründung und -übernahme**, beispielsweise durch Mitarbeit in Start-Ups, in der Unternehmensberatung in den Bereichen Existenz- und Unternehmensgründung, bei der Mitwirkung in der Unternehmensnachfolge und -übernahme (bspw. Familienunternehmen, insbesondere im KMU-Sektor) und als selbständige UnternehmensgründerInnen.

Als **Einstiegspositionen** für AbsolventInnen des Bachelorstudiengangs sind in den oben genannten Bereichen in der Regel zunächst Positionen ohne Führungsverantwortung (Sachbearbeitung, Projektmitarbeit, Assistenz) oder Trainee-Stellen zu sehen. Die Karriereperspektiven werden jedoch darüber hinaus nach entsprechender Berufserfahrung und je nach persönlicher Leistung als sehr gut eingestuft.

1.2 Qualifikationsprofil

Die Qualifikationsziele bzw. Lernergebnisse des Bachelorstudiengangs Unternehmensführung entsprechen sowohl den fachwissenschaftlichen als auch beruflichen Anforderungen und der *ISCED-Stufe 0413¹* (International Standard Classification of Education). Die vermittelten Inhalte qualifizieren die AbsolventInnen für die im vorherigen Kapitel genannten beruflichen Tätigkeitsfelder.

Qualifikationsziele des Studiengangs Unternehmensführung

Berufliches Tätigkeitsfeld	Aufgabe	Kompetenzbeschreibung	Kompetenzzuordnung	Curriculum/Module
Selbständige UnternehmerInnen bzw. ExistenzgründerInnen	Selbständiges Führen eines Unternehmens	können eine Unternehmensstrategie & ein Geschäftsmodelle entwickeln	fachlich-wissenschaftlich	GWI, STM
		können unterschiedlichste Instrumente der Unternehmensführung implementieren, nutzen und interpretieren	fachlich-wissenschaftlich	GWI, STM, WMS, RLC, WSM, STM, BPR
		können praktische Problemstellungen anhand betriebswirtschaftlicher Instrumente lösen	fachlich-wissenschaftlich	PRA, WAM, SMK, BAR, BPR
		sind in der Lage, ein (Familien-)Unternehmen zu führen und Entscheidungen zu treffen	fachlich-wissenschaftlich personal/sozial	GWI, WIR, STM, LEA, HRM, MFU, PRA, BPR
		können eine Unternehmensstrategie entwickeln	fachlich-wissenschaftlich	EGM, GWI, WMS, LEA, WSM, MKO, PRA, STM
	Selbständiges Gründen eines Unternehmens	können eine Geschäftsidee bzw. ein Geschäftsmodell entwickeln	Fachlich-wissenschaftlich	GWI, STM, EGM, LEA, EGM, SMK, PRA, WMS
		können einen Business-Plan und eine	Fachlich-wissenschaftlich	GWI, FIN, MKV, LEA, EGM, SMK, RLC, STM

¹ Example 4: A programme consisting of 40% engineering (071), 30 % business (041) and 30 % languages (023) should be classified as 0788 (“Inter-disciplinary programmes and qualifications involving engineering, manufacturing and construction”) as no field predominates but 07 is the leading broad field. If engineering and business were equally important and greater than languages (e.g. 40 %, 40 % and 2 0%), the programme would be classified as either 0788 or 0488 depending on which programme, engineering (071) or business (041), is listed first in the programme title (or, if not in the title, in the curriculum or syllabus).

		integrierte Planung erstellen	können eine Geschäftsidee vorstellen und vermarkten	fachlich-wissenschaftlich persönliche/soziale	LEA, EGM, MKV, SMK, MFU, PRA
Familienunternehmen, KMU und internationale Großunternehmen	Abteilungs- oder Bereichsleitung/ Teamleitung	sind in der Lage, den Verantwortungsbereich selbständig zu leiten		fachlich-wissenschaftlich personal/sozial	GWI, LEA, HRM, MFU, MKO, PRA, BPR
		können die finanzielle und wirtschaftliche Lage ihres Bereichs bestimmen und die Ergebnisse daraus interpretieren		fachlich-wissenschaftlich	GWI, FIN, RLC, UST
	Assistenz der Geschäftsführung	sind in der Lage, Projekte im Unternehmen zu planen, zu leiten und zu begleiten		fachlich-wissenschaftlich personal/sozial	LEA, GWI, HRM, PRA, MKO, BAR
		können Problemstellungen lösen und interdisziplinär zusammenführen		fachlich-wissenschaftlich personal/sozial	LEA, FIN, WIR, STM, GWI, MKV, WAM, SPR, EGM, SMK, HRM, RLC, MFU, MKO, PRA, UST, BAR
Unternehmens- und Personalberatung	Unternehmensberatung (Organisations- und Geschäftsmodellentwicklung)	können die finanzielle und wirtschaftliche Situation eines Unternehmens bestimmen und interpretieren		fachlich-wissenschaftlich	GWI, STM, WAM, FIN, RLC, PRA, UST
		sind in der Lage, Problem- und Themenstellungen zu erfassen und ein Beratungsmandat zu strukturieren		fachlich-wissenschaftlich personal/sozial	LEA, STM, GWI, WAM, LEA, BPR, MFU
		können unterschiedlichste Instrumente der Betriebswirtschaft einsetzen, um erforderliche Analysen zu erstellen		fachlich-wissenschaftlich	GWI, BPR, FIN, STM, MKV, SMK, HRM, WMS, PRA, RLC, LEA, WSM, STM, MFU, BAR

		können Change Prozesse anstoßen, begleiten und kommunizieren	fachlich-wissenschaftlich personal/sozial	LEA, STM, GWI, WAM, EGM, SMK, BPR, HRM, MFU, MFU, PRA, MKO
		sind in der Lage, unterschiedlichste Problemstellung unter Anwendung betriebswirtschaftliche Methoden zu lösen	fachlich-wissenschaftlich personal/sozial	GW, LEA, FIN, MKV, WAM, WMS, RLC, BPR, BAR, WIR, WSM, MKO, MFU, UST
	Personalberatung	sind in der Lage, Problem- und Themenstellungen zu erfassen und ein Beratungsmandat zu strukturieren	fachlich-wissenschaftlich personal/sozial	LEA, STM, GWI, WAM, LEA, BPR, MFU
		können Change Prozesse anstoßen, begleiten und kommunizieren	fachlich-wissenschaftlich personal/sozial	LEA, STM, GWI, WAM, EGM, SMK, BPR, HRM, MFU, MFU, PRA, MKO
		sind in der Lage, unterschiedlichste Problemstellung unter Anwendung betriebswirtschaftliche Methoden zu lösen	fachlich-wissenschaftlich personal/sozial	GW, LEA, FIN, MKV, WAM, WMS, RLC, BPR, BAR, WIR, WSM, MKO, MFU, UST
Geschäftsprozessentwicklung & Digitalisierung	Digitalisierung und Optimierung von Prozessen (inkl. Digitale Transformation)	sind in der Lage zu erkennen, in welchen Prozessen Digitalisierung zum Einsatz kommen kann	fachlich-wissenschaftlich	FIN, STM, GWI, MKV, WAM, LEA, SMK, HRM, WMS, RLC, WSM, MKO, UST
		sind in der Lage, im Change Prozess der Transformation mitzuwirken	fachlich-wissenschaftlich personal/sozial	LEA, STM, GWI, MKV, WAM, HRM, WMS, WSM, MKO, PRA
Marketing, Marktforschung & Vertrieb	Produkt- und Innovationsmanagement	können bestehende Produkte und Dienstleistungen weiter entwickeln	fachlich-wissenschaftlich	GW, WAM, EGM, LEA, SMK, WMS, MKO, MKV, PRA

	Vertrieb und Verkauf	können Produkte und Dienstleistungen eines Unternehmen Kunden vorstellen und verkaufen	fachlich-wissenschaftlich personal/sozial	LEA, GWI, SMK, MFU, MKV, HRM, MKO, PRA, BPR
Finanzwirtschaft	Risikomanagement	sind in der Lage, einen Risikomanagementprozess gem. ISO 31000 umzusetzen	fachlich-wissenschaftlich personal/sozial	LEA, FIN, GWI, WAM, WSM, MFU, MKO, PRA, UST
	Betreuung des externen und internen Rechnungswesen	sind in der Lage, eine Kostenrechnung im System zu implementieren	fachlich-wissenschaftlich	FIN, GWI, WAM, LEA, RLC, WSM, MKO, UST
		können auf Grund von unterschiedlichsten Daten ein Informationsmanagementsystem aufbauen	fachlich-wissenschaftlich	FIN, GWI, RLC, WSM, UST

Durch die fundierte Ausbildung sind AbsolventInnen dieses Studiengangs in der Lage, eine **Unternehmensgründung** mit all ihren Aspekten qualifiziert zu planen, zu begleiten und zu realisieren. Ganzheitliches und unternehmerisches Denken und Handeln stehen dabei stets im Vordergrund. Mit Hilfe der erworbenen führungsorientierten Managementkompetenz besteht die künftige Kernaufgabe der AbsolventInnen darin, das eigene Unternehmen, aber auch die Existenz anderer Unternehmen und Organisationen erfolgreich zu steuern. Die vermittelten Kenntnisse reichen dabei von wirtschaftswissenschaftlichen Grundlagen und Methoden über die **strategische, markt-, wert- und prozessorientierte Unternehmensführung**. Außerdem werden soziale Kompetenzen vermittelt und hoher Wert auf Praxisprojekte mit der Wirtschaft gelegt.

Eine fundierte Ausbildung in Business English und ein betreutes Auslandssemester an einer der Partnerhochschulen sind wesentliche Bausteine des Studiengangs Unternehmensführung. Damit werden fachliche Qualifikationen vertieft sowie methodische, soziale und interkulturelle Kompetenzen verbessert. Ein mindestens zwölfwöchiges Berufspraktikum im Ausland oder in einem international operierenden Unternehmen im Inland ermöglicht ein praxisorientiertes Umsetzen des erworbenen Fachwissens.

2 CURRICULUM

2.1 Curriculumsdaten

Curriculumsdaten			
(Je nach Organisationsform des Studiengangs sind die Spalten "VZ" oder "BB" oder "VZ"+"BB" zu befüllen.)			
	VZ	BB	Allfälliger Kommentar
Erstes Studienjahr (JJJJ/JJ ₊₁)	2020/21		
Regelstudiedauer (Anzahl Semester)	6		
Pflicht-SWS (Gesamtsumme allen Sem.)	90,5		Im VZ-Studium erfolgt innerhalb der angegebenen SWS ein Auslandssemester mit SWS der jeweiligen Partnerhochschulen.
LV-Wochen pro Semester (Wochenanzahl)	15		
Pflicht-LVS (Gesamtsumme allen Sem.)	1800		Im VZ-Studium erfolgt innerhalb der angegebenen SWS ein Auslandssemester mit LVS der jeweiligen Partnerhochschulen.
Pflicht-ECTS (Gesamtsumme aller Sem.)	180		
WS Beginn (Datum, Anm.: ev. KW)	KW 40		
WS Ende (Datum, Anm.: ev. KW)	KW 5		
SS Beginn (Datum, Anm.: ev. KW)	KW 11		
SS Ende (Datum, Anm.: ev. KW)	KW 28		
WS Wochen	15		
SS Wochen	15		
Verpflichtendes Auslandssemester (Semesterangabe)	5. Semester		
Unterrichtssprache (Angabe)	Deutsch/Englisch		Der Anteil der englischsprachigen Lehrveranstaltungen beträgt mehr als 20 %
Berufspraktikum (Semesterangabe, Dauer in Wochen je Semester)	6. Semester 12 Wochen		
Resultiert aus Zusammenführung der Studiengänge o. aus der Herauslösung aus dem Studiengang (StgKz; anzugeben nur bei Zusammenführung o. Herauslösung)			

2.2 Curriculumsmatrix

In der nachfolgenden Darstellung der Lehrveranstaltungen sind die Aufwände für die Betreuung von Bachelorarbeiten nicht enthalten. Hierbei wird pro betreuter Arbeit ein Aufwand von 0,2 SWS eingeplant, d.h. bei 30 Studierenden ein zusätzlicher ASWS Aufwand von 6 ASWS, die im 6. Semester anfallen. Insgesamt wird so eine ASWS-Summe von 118,5 ASWS über alle 6 Semester erreicht.

Modul	Modulname	SWS	ECTS	LV-Bezeichnung	SWS	ECTS	Sem.
AAL	Vertiefung Area Studies & Languages	0	6	Vertiefung Area Studies & Languages	0	6	5
ABM	Vertiefung Business Management	0	16	Vertiefung Business Management	0	16	5
ASS	Vertiefung Social Skills	0	8	Vertiefung Social Skills	0	8	5
BAR	Bachelorarbeit	1,5	11	Bachelorarbeit	0	6	6
				Bachelorarbeitsseminar	0,5	4	6
				Scientific Presentation (E)	1	1	6
BPR	Berufspraktikum	0	19	Berufspraktikum	0	19	5
EGM	Entrepreneurship & Gründungsmanagement	5,5	7	Grundlagen des Entrepreneurship	1,5	2	1
				Gründungsmanagement	2,5	3	2
				Strategy Development & Execution (E)	1,5	2	2
FIN	Finanzmanagement	6	7	International Accounting & Finance (E)	1,5	2	4
				Investition & Finanzierung	1,5	2	2
				Statistische Methoden & Datenanalyse	2	2	1
				Wirtschaftsmathematik	1	1	1
Modul	Modulname	SWS	ECTS	LV-Bezeichnung	SWS	ECTS	Sem.
GWI	Grundlagen Wirtschaftswissenschaften	6	8	Einführung Angewandte Ökonomie	2	2	1
				Einführung in BWL	2	3	1
				Einführung Rechnungs- und Finanzwesen	2	3	1
HRM	Human Resource Management	6	8	International & Cross Cultural Management (E)	2	3	4
				Organisations- & Personalpsychologie	2	2	3
				Personalmanagement	2	3	2
LEA	Leadership	7	10	Agiles Projektmanagement	1,5	2	2
				Kommunikation, Präsentation & Rhetorik	2	3	1
				Kompetenz- & Talentmanagement	1,5	2	4
				Konfliktmanagement, Mediation & Verhandlungsführung	2	3	3
MFU	Management von Familienunternehmen	5	7	Führung von Familienunternehmen	1	1	4
				Unternehmenskommunikation	2	3	3
				Unternehmensübergabe & -nachfolge	2	3	4
MKO	Managementkompetenz	3	4	Knowledge Management (E)	1,5	2	3
				Leadership & Change Management (E)	1,5	2	4
MKV	Marketing, Kunden- & Vertriebsmanagement	5	7	Digitales Marketing: E-Competence & Social Media (E)	1,5	2	3
				Marketing (E)	2	3	1
				Sales & Customer Relationship Management (E)	1,5	2	3
PRA	Praxisprojekt	4	8	Praxisprojekt I: Entrepreneurship	2	4	3
				Praxisprojekt II: Unternehmensführung	2	4	4
RLC	Rechnungslegung & Controlling	7,5	10	Controlling	2	3	4
				Integrierte Finanzplanung & Businessplan-Erstellung	2	2	4
				Jahresabschluss & -analyse	2	3	2
SMK	Strategisches Marketing	4	5	Kostenrechnung & Kalkulation	1,5	2	2
				Brand Management (E)	1	1	2
				Investitionsgüter- & Dienstleistungsmarketing	1,5	2	3
SPR	Sprachen	9	12	Market Research (E)	1,5	2	2
				Fremdsprache I	2	3	1
				Fremdsprache II	4	5	2

				Fremdsprache III	3	4	3
STM	Strategisches Management	3,5	5	Geschäftsmodelle: Analyse & Anwendung	2	3	4
				Strategische Unternehmensführung & Unternehmensethik	1,5	2	1
UST	Unternehmenssteuerung	3,5	5	Risikomanagement: Grundlagen	1,5	2	4
				Wertorientierte Unternehmenssteuerung	2	3	4
WAM	Wissenschaftliches Arbeiten & Methoden	4,5	6	Methoden der empirischen Sozialforschung	1,5	2	1
				Wissenschaftliches Arbeiten I: Grundlagen	1,5	2	1
				Wissenschaftliches Arbeiten II: Anwendung	1,5	2	2
WIR	Wirtschaftsrecht	4,5	5	Arbeitsrecht & Arbeitsvertragsgestaltung	1	1	2
				Einführung Recht	2	2	1
				Haftungsrechtliche Aspekte des Managements	1,5	2	3
WSM	Wertschöpfungsmanagement	5	6	Informationssysteme & Geschäftsprozessmodellierung	2	2	3
				Produkt- & Innovationsmanagement	1,5	2	2
				Supply Chain Management (E)	1,5	2	3
Summen					90,5	180	

1. Semester

LV-Nr.	LV-Bezeichnung	LV-Typ	T	E	eLV	SWS	Anzahl Gruppen	ASWS	ALVS	MODUL	ECTS
EGM 1	Grundlagen des Entrepreneurship	ILV			25 %	1.5	1	1.5	22.5	EGM	2
FIN 1	Wirtschaftsmathematik	ILV			50 %	1	1	1	15	FIN	1
FIN 2	Statistische Methoden & Datenanalyse	ILV			25 %	2	1	2	30	FIN	2
GWI 1	Einführung in BWL	ILV			50 %	2	1	2	30	GWI	3
GWI 2	Einführung Angewandte Ökonomie	ILV			25 %	2	1	2	30	GWI	2
GWI 3	Einführung Rechnungs- & Finanzwesen	ILV			50 %	2	1	2	30	GWI	3
LEA 1	Kommunikation, Präsentation & Rhetorik	ILV			0 %	2	2	4	60	LEA	3
MKV 1	Marketing (E)	ILV		X	33 %	2	1	2	30	MKV	3
SPR 1	Fremdsprache I	ILV			15 %	2	2	4	60	SPR	3
STM 1	Strategische Unternehmensführung & Unternehmensethik	ILV			25 %	1.5	1	1.5	22.5	STM	2
WAM 1	Wissenschaftliches Arbeiten I: Grundlagen	ILV			25 %	1.5	1	1.5	22.5	WAM	2
WAM 2	Methoden der empirischen Sozialforschung	ILV			25 %	1.5	1	1.5	22.5	WAM	2
WIR 1	Einführung Recht	ILV			25 %	2	1	2	30	WIR	2
Summenzeile:											
LVS = Summe SWS * LV-Wochen											
						23.0		27.0	405.0		30
						345.0					

2. Semester

LV-Nr.	LV-Bezeichnung	LV-Typ	T	E	eLV	SWS	Anzahl Gruppen	ASWS	ALVS	MODUL	ECTS
EGM 2	Gründungsmanagement	ILV			33 %	2.5	2	5.0	75.0	EGM	3
EGM 3	Strategy Development & Execution (E)	ILV		X	0 %	1.5	1	1.5	22.5	EGM	2
FIN 3	Investition & Finanzierung	ILV			50 %	1.5	1	1.5	22.5	FIN	2
HRM 1	Personalmanagement	ILV			33 %	2	1	2	30	HRM	3
LEA 2	Agiles Projektmanagement	ILV			0 %	1.5	1	1.5	22.5	LEA	2
RLC 1	Jahresabschluss & -analyse	ILV			33 %	2	1	2	30	RLC	3
RLC 2	Kostenrechnung & Kalkulation	ILV			25 %	1.5	1	1.5	22.5	RLC	2
SMK 1	Market Research (E)	ILV		X	25 %	1.5	1	1.5	22.5	SMK	2
SMK 2	Brand Management (E)	ILV		X	50 %	1	1	1	15	SMK	1
SPR 2	Fremdsprache II	ILV			15 %	4	2	8	120	SPR	5
WAM 3	Wissenschaftliches Arbeiten II: Anwendung	ILV			25 %	1.5	2	3.0	45.0	WAM	2
WIR 2	Arbeitsrecht & Arbeitsvertragsgestaltung	ILV			0 %	1	1	1	15	WIR	1
WSM 1	Produkt- & Innovationsmanagement	ILV			25 %	1.5	1	1.5	22.5	WSM	2
Summenzeile:											
LVS = Summe SWS * LV-Wochen											
						23.0		31.0	465.0		30
						345.0					

3. Semester

LV-Nr.	LV-Bezeichnung	LV-Typ	T	E	eLV	SWS	Anzahl Gruppen	ASWS	ALVS	MODUL	ECTS
HRM 2	Organisations- & Personalpsychologie	ILV			25 %	2	1	2	30	HRM	2
LEA 3	Konfliktmanagement, Mediation & Verhandlungsführung	ILV			0 %	2	1	2	30	LEA	3
MFU 1	Unternehmenskommunikation	ILV			17 %	2	1	2	30	MFU	3
MKO 1	Knowledge Management (E)	ILV		X	25 %	1.5	1	1.5	22.5	MKO	2
MKV 2	Sales & Customer Relationship Management (E)	ILV		X	25 %	1.5	1	1.5	22.5	MKV	2
MKV 3	Digitales Marketing: E-Competence & Social Media (E)	ILV		X	25 %	1.5	1	1.5	22.5	MKV	2
PRA 1	Praxisprojekt I: Entrepreneurship	ILV			0 %	2	4	8	120	PRA	4
SMK 3	Investitionsgüter- & Dienstleistungsmarketing	ILV			25 %	1.5	1	1.5	22.5	SMK	2
SPR 3	Fremdsprache III	ILV			15 %	3	2	6	90	SPR	4
WIR 3	Haftungsrechtliche Aspekte des Managements	ILV			25 %	1.5	1	1.5	22.5	WIR	2
WSM 2	Informationssysteme & Geschäftsprozessmodellierung	ILV			25 %	2	1	2	30	WSM	2
WSM 3	Supply Chain Management (E)	ILV		X	25 %	1.5	1	1.5	22.5	WSM	2
Summenzeile:						22.0		31.0	465.0		30
LVS = Summe SWS * LV-Wochen						330.0					

4. Semester

LV-Nr.	LV-Bezeichnung	LV-Typ	T	E	eLV	SWS	Anzahl Gruppen	ASWS	ALVS	MODUL	ECTS
FIN 4	International Accounting & Finance (E)	ILV		X	25 %	1.5	1	1.5	22.5	FIN	2
HRM 3	International & Cross Cultural Management (E)	ILV		X	0 %	2	1	2	30	HRM	3
LEA 4	Kompetenz- & Talentmanagement	ILV			0 %	1.5	1	1.5	22.5	LEA	2
MFU 2	Führung von Familienunternehmen	ILV			0 %	1	1	1	15	MFU	1
MFU 3	Unternehmensübergabe & -nachfolge	ILV			33 %	2	1	2	30	MFU	3
MKO 2	Leadership & Change Management (E)	ILV		X	0 %	1.5	1	1.5	22.5	MKO	2
PRA 2	Praxisprojekt II: Unternehmensführung	ILV			0 %	2	4	8	120	PRA	4
RLC 3	Controlling	ILV			33 %	2	1	2	30	RLC	3
RLC 4	Integrierte Finanzplanung & Businessplan-Erstellung	ILV			0 %	2	1	2	30	RLC	2
STM 2	Geschäftsmodelle: Analyse & Anwendung	ILV			20 %	2	1	2	30	STM	3
UST 1	Wertorientierte Unternehmenssteuerung	ILV			33 %	2	1	2	30	UST	3
UST 2	Risikomanagement: Grundlagen	ILV			50 %	1.5	1	1.5	22.5	UST	2
Summenzeile:						21.0		27.0	405.0		30
LVS = Summe SWS * LV-Wochen						315.0					

5. Semester

LV-Nr.	LV-Bezeichnung	LV-Typ	T	E	eLV	SWS	Anzahl Gruppen	ASWS	ALVS	MODUL	ECTS
ABM	Vertiefung Business Management	ILV			0 %	0	1	0	0	ABM	16
AAI	Vertiefung Area Studies & Languages	ILV			0 %	0	1	0	0	AAL	6
ASS	Vertiefung Social Skills	ILV			0 %	0	1	0	0	ASS	8
Summenzeile:						0		0	0		30
LVS = Summe SWS * LV-Wochen						0					

6. Semester

LV-Nr.	LV-Bezeichnung	LV-Typ	T	E	eLV	SWS	Anzahl Gruppen	ASWS	ALVS	MODUL	ECTS
BAR 1	Bachelorarbeitsseminar	ILV			0 %	0.5	3	1.5	22.5	BAR	4
BAR 2	Scientific Presentation (E)	ILV		X	100 %	1	1	1	15	BAR	1
BAR 3	Bachelorarbeit	ILV			0 %	0	1	0	0	BAR	6
BPR 1	Berufspraktikum	ILV			0 %	0	1	0	0	BPR	19
Summenzeile:						1.5		2.5	37.5		30
LVS = Summe SWS * LV-Wochen						22.5					

Abkürzungen	
eLV	Elearning Anteil der Lehrveranstaltung in Prozent
E	Lehrveranstaltung in englischer Sprache
ECTS	ECTS - Anrechnungspunkte
LV	Lehrveranstaltung
LVS	Lehrveranstaltungsstunde(n)
SWS	Semesterwochenstunde(n)
T	Lehrveranstaltung mit technischem Hintergrund

Zusammenfassung der Curriculumsdaten

Beschreibung	SWS	ASWS	ALVS	ECTS
Summe Lehrveranstaltungen über alle Semester	90,5	118,5	1777,5	180
Summe Lehrveranstaltungen im 1. Studienjahr	46	58	870	60
Summe Lehrveranstaltungen im 2. Studienjahr	43	58	870	60
Summe Lehrveranstaltungen im 3. Studienjahr	1,5	2,5	37,5	60
Summe technische Veranstaltungen über alle Semester				
Anteil technische Veranstaltungen über alle Semester auf Basis der SWS / ECTS				
Summe englischsprachige Veranstaltungen über alle Semester	18			24
Anteil englischsprachiger Veranstaltungen über alle Semester auf Basis der SWS / ECTS	22,09 %			14,29 %
Anteil von eLearning-Einheiten über alle Semester auf Basis der SWS	22,65 %			14,91 %

2.3 Modularisierung

Modulnummer:	Grundlagen Wirtschaftswissenschaften	Umfang:	
GWI		8	ECTS
Studiengang	Fachhochschul-Bachelorstudiengang - Unternehmensführung Vollzeit		
Lage im Curriculum	1. Semester		
Niveaustufe	1. Semester: Bachelor		
Vorkenntnisse	1. Semester: Keine		
Geblockt	nein		
Kreis d. TeilnehmerInnen	MaturantInnen und/oder entsprechende Vorbildung, AnfängerInnen		
Literaturempfehlung	<p><u>Einführung in BWL /ILV / LV-Nr: GWI 1 / 1.Semester / ECTS: 3</u> Hutzschenreuter, T. (2015). Allgemeine Betriebswirtschaftslehre. 6. Aufl., Wiesbaden: Springer. Thommen, J.-P., Achleitner, A.-K., Gilbert, D. U., Hachmeister, D., & Kaiser, G. (2017). Allgemeine Betriebswirtschaftslehre: Umfassende Einführung aus managementorientierter Sicht. 8. Aufl., Wiesbaden: Springer. Schweitzer, M., & Baumeister, A. (2015). Allgemeine Betriebswirtschaftslehre: Theorie und Politik des Wirtschaftens in Unternehmen. 11. Aufl., Berlin: Erich Schmidt Verlag. Vahs, D., & Schäfer-Kunz, J. (2015). Einführung in die Betriebswirtschaftslehre. 7. Aufl., München: Vahlen. Wöhe, G., Döring, U., & Brösel, G. (2016). Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre. 26. Aufl., München: Oldenbourg. Weber, W., Kabst, R., & Baum, M. (2018) Einführung in die Betriebswirtschaftslehre. 10. Aufl., Wiesbaden: Springer.</p>		
	<p><u>Einführung Angewandte Ökonomie /ILV / LV-Nr: GWI 2 / 1.Semester / ECTS: 2</u> Münter, M.T. (2018), Mikroökonomie: Wettbewerb und strategisches Verhalten. München: UVK Verlag. Natrop, J. (2012). Grundzüge der angewandten Mikroökonomie. München: Walter de Gruyter. Pindyck, R. S., & Rubinfeld, D. L. (2018). Mikroökonomie. Hallbergmoos: Pearson. Varian, H. R. (2014). Grundzüge der Mikroökonomik. München: Walter de Gruyter</p>		
	<p><u>Einführung Rechnungs- & Finanzwesen /ILV / LV-Nr: GWI 3 / 1.Semester / ECTS: 3</u> Breidenbach, K., & Währisch, M. (2017). Buchhaltung und Jahresabschluss. 4. Aufl., München: Walter de Gruyter. Buchholz, L., & Gerhards, R. (2016). Internes Rechnungswesen, Kosten- und Leistungsrechnung, Betriebsstatistik und Planungsrechnung. Wiesbaden: Springer. Coenenberg, A.G., Haller, A., Mattner, G., & Schultze W. (2018). Einführung in das Rechnungswesen: Grundlagen der Buchführung und Bilanzierung. 7. Aufl., Stuttgart: Schäffer-Poeschl. Deimel, K., Erdmann, G., Isemann, R., & Müller, S. (2017). Kostenrechnung: Das Lehrbuch für Bachelor, Master und Praktiker. Hallbergmoos: Pearson. Geirhofer, S., & Hebrank, C. (2016). Grundlagen Buchhaltung und Bilanzmanagement. 4. Aufl., Wien: Linde. Schmidt, M., Auer, B., & Schmidt, P. (2012). Buchführung und Bilanzierung: Eine anwendungsorientierte Einführung. Wiesbaden: Gabler. Wedell, H., & Dilling, A.A. (2018). Grundlagen des Rechnungswesens. 16. Aufl., Herne: NWB-Verlag.</p>		
Kompetenzerwerb	<p><u>Einführung in BWL /ILV / LV-Nr: GWI 1 / 1.Semester / ECTS: 3</u> Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> • kennen die verschiedenen betriebswirtschaftlichen Teilbereiche. • kennen die Grundlagen des Marketings. • kennen die Grundlagen des Personalmanagements. • kennen den Aufbau eines Betriebs und typische betriebliche Prozesse und sind mit den grundsätzlichen konstitutiven Faktoren eines Betriebs vertraut. • erkennen Zusammenhänge i.S. der vielfältigen Beziehungen zwischen den betriebswirtschaftlichen Funktionen können zentrale betriebswirtschaftliche Begriffe klar voneinander abgrenzen. • kennen die wichtigsten konstitutionellen und funktionalen Unternehmensentscheidungen. 		

	<p><u>Einführung Angewandte Ökonomie /ILV / LV-Nr: GWI 2 / 1.Semester / ECTS: 2</u></p> <p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none">• können grundsätzliche Probleme des Managements aus ökonomischer Sicht behandeln.• sind in der Lage, Entscheidungen unter Unsicherheit zu analysieren.• können strategische Entscheidungen auf Basis von ökonomischen Modellen entwickeln.
--	---

<p>Kompetenzerwerb</p>	<ul style="list-style-type: none"> • können die Auswirkungen von digitalen Technologien und Produkten auf die Kostenstruktur eines Unternehmens und Bildung von Marktformen bewerten. <p><u>Einführung Rechnungs- & Finanzwesen /ILV / LV-Nr: GWI 3 / 1.Semester / ECTS: 3</u></p> <p>Externes Rechnungswesen: Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> • kennen die Grundlagen einer Abbildung betriebswirtschaftlicher Entscheidungen im System des Rechnungswesens. • kennen und verstehen die Grundbegriffe und Teilgebiete des Rechnungswesens. • verstehen die Technik und den inneren Aufbau der doppelten Buchführung. • können den Aufbau einer Buchhaltung und die Merkmale unterschiedlicher Kontentypen beurteilen. • können einfache Geschäftsbuchungen auf Bestands- und Erfolgskonten durchführen und Buchungssätze erstellen. • erkennen die wesentlichen Auswirkungen von Geschäftsvorfällen auf die Bilanz und GuV. • kennen die Grundsätze ordnungsmäßiger Buchführung und Bewertung von Bilanzpositionen. <p>Internes Rechnungswesen: Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> • kennen die Aufgabenfelder und Lösungsansätze der Kosten- und Erlösrechnung mit ihren Teilsystemen (Kostenarten-, Kostenstellen- und Kostenträgerrechnung). • können die Begriffe Einzahlungen – Auszahlungen, Einnahmen – Ausgaben, Ertrag – Aufwand voneinander abgrenzen • können den organisatorischen Aufbau einer Kostenrechnung darlegen und die wesentlichen Kostenrechnungssysteme in Grundzügen erklären. • kennen die Systeme der Kostenrechnung (Teil- und Vollkostenrechnung)
<p>Lehrinhalte</p>	<p><u>Einführung in BWL /ILV / LV-Nr: GWI 1 / 1.Semester / ECTS: 3</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Überblick und Zusammenhangsanalyse der wichtigsten Teilbereiche in der BWL • Gegenstand und Grundlagen der BWL: <ul style="list-style-type: none"> - Betriebliche Funktionsbereiche - Betriebswirtschaftliche Entscheidungslehre - Grundlagen Management und Ethik - Grundlagen Personal und Organisation - Grundlagen Marketing • Grundlagen: <ul style="list-style-type: none"> - Konstitutiven Unternehmensentscheidungen wie Rechtsformen, Standortentscheidung, Arten von Unternehmenszusammenschlüssen/Fusionen und Wahl des Geschäftsfeldes. - Funktionalen Unternehmensentscheidungen: Materialwirtschaft, Produktionswirtschaft, Marketing. • Grundlagen der betriebswirtschaftlichen Wertschöpfungsprozesse und Funktionen (Wertschöpfungsarchitektur und -struktur) • Grundlagen des markt-, prozess-, und strategieorientierten Managements <p><u>Einführung Angewandte Ökonomie /ILV / LV-Nr: GWI 2 / 1.Semester / ECTS: 2</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Mikroökonomik und das Verhalten von ManagerInnen und Unternehmen • Preis- und Produktpolitik des Unternehmens • Elementare Prinzipien der Spieltheorie • Unternehmensorganisation • Marktformen & Markteintritt • Entscheidungen unter Unsicherheit • Verhaltensökonomik • Ökonomie der Digitalisierung

	<p><u>Einführung Rechnungs- & Finanzwesen /ILV / LV-Nr: GWI 3 / 1.Semester / ECTS: 3</u></p> <p>Externes Rechnungswesen:</p> <ul style="list-style-type: none">• Gliederung des Rechnungswesens• Grundlagen des betrieblichen Rechnungswesens: Aufgaben, Teilgebiete und Grundbegriffe• System der kaufmännischen Buchführung: Von der Inventur zur Eröffnungsbilanz• System der doppelten Buchführung: Buchung von Geschäftsfällen in Bestands und Erfolgskonten• Organisation der Buchhaltung (Kontenrahmen, Umsatzsteuer, etc.)• Prinzip der Periodenreinheit und Rechnungsabgrenzungsposten• Grundsätze ordnungsmäßiger Buchführung• Bewertung von Bilanzpositionen (Anlagevermögen, Umlaufvermögen, Höchst- und Niederstwertprinzip) und Bewertungsmethoden (FIFO, LIFO, HIFO, KIFO, Festwertverfahren etc.) <p>Internes Rechnungswesen:</p> <ul style="list-style-type: none">• Ziele und Grundbegriffe der Kosten- und Erlösrechnung• Grundlagen der Kosten- und Erlösrechnung: Aufgaben, Komponenten und Teilbereiche• Aufbau der Kostenrechnung (Kostenarten, Kostenstellen, Kostenträger)
--	--

Lehrinhalte	<ul style="list-style-type: none"> • Deckungsbeitragsrechnung
Lehr- und Lernmethoden	<p><u>Einführung in BWL /ILV / LV-Nr: GWI 1 / 1.Semester / ECTS: 3</u></p> <p>50 % der Veranstaltung wird über eLearning abgedeckt. Hierbei wird eine Kombination zwischen Online Phasen (induktive Methode zum eigenständigen Erarbeiten von Wissen und zum Üben von Aufgabenstellungen) und Präsenzphasen (deduktive Methode, bei welcher Hilfestellungen im Lernprozess gegeben werden als auch über Frontalvorträge Wissen vermittelt wird) eingesetzt.</p>
	<p><u>Einführung Angewandte Ökonomie /ILV / LV-Nr: GWI 2 / 1.Semester / ECTS: 2</u></p> <p>25 % der Veranstaltung wird über eLearning abgedeckt. Hierbei wird eine Kombination zwischen Online Phasen (induktive Methode zum eigenständigen Erarbeiten von Wissen und zum Üben von Aufgabenstellungen) und Präsenzphasen (deduktive Methode, bei welcher Hilfestellungen im Lernprozess gegeben werden als auch über Frontalvorträge Wissen vermittelt wird) eingesetzt.</p>
	<p><u>Einführung Rechnungs- & Finanzwesen /ILV / LV-Nr: GWI 3 / 1.Semester / ECTS: 3</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • 50 % der Veranstaltung wird über eLearning abgedeckt. Hierbei wird eine Kombination zwischen Online Phasen (induktive Methode zum eigenständigen Erarbeiten von Wissen und zum Üben von Aufgabenstellungen) und Präsenzphasen (deduktive Methode, bei welcher Hilfestellungen im Lernprozess gegeben werden als auch über Frontalvorträge Wissen vermittelt wird) eingesetzt.
Bewertungsmethoden Kriterien	<p><u>Einführung in BWL /ILV / LV-Nr: GWI 1 / 1.Semester / ECTS: 3</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Abschlussklausur und • Quiz
	<p><u>Einführung Angewandte Ökonomie /ILV / LV-Nr: GWI 2 / 1.Semester / ECTS: 2</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Abschlussklausur und • Quiz
	<p><u>Einführung Rechnungs- & Finanzwesen /ILV / LV-Nr: GWI 3 / 1.Semester / ECTS: 3</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Abschlussklausur und • Quiz

Modulnummer: WAM	Wissenschaftliches Arbeiten & Methoden	Umfang:	
		6	ECTS
Studiengang	Fachhochschul-Bachelorstudiengang - Unternehmensführung Vollzeit		
Lage im Curriculum	1. Semester		
	2. Semester		
Niveaustufe	1. Semester: Bachelor / 2. Semester: Bachelor		
Vorkenntnisse	1. Semester: k.A. / 1. Semester: Keine / 2. Semester: • Wissenschaftliches Arbeiten I: Grundlagen		
Geblockt	nein		
Kreis d. TeilnehmerInnen	MaturantInnen und/oder entsprechende Vorbildung, AnfängerInnen		
Literaturempfehlung	<p><u>Wissenschaftliches Arbeiten I: Grundlagen /ILV / LV-Nr: WAM 1 / 1.Semester / ECTS: 2</u> Balzert, H., Schröder, M., & Schäfer, C. (2017). Wissenschaftliches Arbeiten: Ethik, Inhalt & Form wiss. Arbeiten, Handwerkszeug, Quellen, Projektmanagement, Präsentation. Wiesbaden: Springer Verlag. Berger-Grabner, D. (2016). Wissenschaftliches Arbeiten in den Wirtschafts- und Sozialwissenschaften: Hilfreiche Tipps und praktische Beispiele. Wiesbaden: Springer Verlag. Esselborn-Krumbiegel, H. (2017). Richtig wissenschaftlich schreiben: Wissenschaftssprache in Regeln und Übungen. Paderborn: Verlag Ferdinand Schöningh. Kipman, U., Leopold-Wildburger, U., & Reiter, T. (2018). Wissenschaftliches Arbeiten 4.0: Vortragen und Verfassen leicht gemacht. Berlin-Heidelberg: Springer Verlag. Oehrich, M. (2019). Wissenschaftliches Arbeiten und Schreiben: Schritt für Schritt zur Bachelor- und Master-Thesis in den Wirtschaftswissenschaften. Berlin-Heidelberg: Springer Verlag. Theisen, M. R. (2016). Wissenschaftliches Arbeiten: Erfolgreich bei Bachelor- und Masterarbeit. München: Verlag Franz Vahlen.</p>		
	<p><u>Methoden der empirischen Sozialforschung /ILV / LV-Nr: WAM 2 / 1.Semester / ECTS: 2</u> Eisend, M., & Kuß, A. (2017). Grundlagen empirischer Forschung: Zur Methodologie in der Betriebswirtschaftslehre. Wiesbaden: Springer Verlag. Endruweit, G. (2015). Empirische Sozialforschung: Wissenschaftstheoretische Grundlagen. Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft. Flick, U. (2018). An introduction to qualitative research. London, UK: SAGE Publications. Häder, M. (2018). Empirische Sozialforschung: Eine Einführung. Wiesbaden: Springer Verlag. King, N., Horrocks, C., & Brooks, J. (2019). Interviews in qualitative research. London, UK: SAGE Publications. Schnell, R., Hill, P. B., & Esser, E. (2018). Methoden der empirischen Sozialforschung. München: Walter de Gruyter.</p>		
	<p><u>Wissenschaftliches Arbeiten II: Anwendung /ILV / LV-Nr: WAM 3 / 2.Semester / ECTS: 2</u> Balzert, H., Schröder, M., & Schäfer, C. (2017). Wissenschaftliches Arbeiten: Ethik, Inhalt & Form wiss. Arbeiten, Handwerkszeug, Quellen, Projektmanagement, Präsentation. Wiesbaden: Springer Verlag. Berger-Grabner, D. (2016). Wissenschaftliches Arbeiten in den Wirtschafts- und Sozialwissenschaften: Hilfreiche Tipps und praktische Beispiele. Wiesbaden: Springer Verlag. Esselborn-Krumbiegel, H. (2017). Richtig wissenschaftlich schreiben: Wissenschaftssprache in Regeln und Übungen. Paderborn: Verlag Ferdinand Schöningh. Kipman, U., Leopold-Wildburger, U., & Reiter, T. (2018). Wissenschaftliches Arbeiten 4.0: Vortragen und Verfassen leicht gemacht. Berlin-Heidelberg: Springer Verlag. Oehrich, M. (2019). Wissenschaftliches Arbeiten und Schreiben: Schritt für Schritt zur Bachelor- und Master-Thesis in den Wirtschaftswissenschaften. Berlin-Heidelberg: Springer Verlag. Theisen, M. R. (2016). Wissenschaftliches Arbeiten: Erfolgreich bei Bachelor- und Masterarbeit. München: Verlag Franz Vahlen.</p>		
Kompetenzerwerb	<u>Wissenschaftliches Arbeiten I: Grundlagen /ILV / LV-Nr: WAM 1 / 1.Semester / ECTS: 2</u>		

	<p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none">• kennen die Grundlagen des Forschungsprozesses.• können Forschungsfragen angemessen formulieren.• können methodische Vorgehensweisen zur Beantwortung von Forschungsfragen planen.• können Fachliteratur recherchieren, bewerten und zitieren.• kennen den Aufbau und die Struktur einer wissenschaftlichen Arbeit.• können ein Exposé verfassen.
	<p><u>Methoden der empirischen Sozialforschung /ILV / LV-Nr: WAM 2 / 1.Semester / ECTS: 2</u></p> <p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none">• kennen verschiedene Formen der wissenschaftlichen Kenntniserwerb und sind in der

<p>Kompetenzerwerb</p>	<p>Lage, empirische Forschungsfragen angemessen zu formulieren.</p> <ul style="list-style-type: none"> • können die methodische Vorgehensweise im Forschungsprozess planen und anwenden. • sind in der Lage, geeignete Auswahl-, Erhebungs-, Aufbereitungs- und Auswertungsverfahren zu konzipieren und anzuwenden. • kennen die Gütekriterien der quantitativen und qualitativen Sozialforschung und können diese im Rahmen der zu erstellenden Seminar- und Bachelorarbeiten richtig anwenden. <hr/> <p><u>Wissenschaftliches Arbeiten II: Anwendung /ILV / LV-Nr: WAM 3 / 2.Semester / ECTS: 2</u></p> <p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> • können ein Forschungsdesign angepasst auf eine Problemstellung entwickeln und aufsetzen. • können den state-of-the-art in einem Forschungsfeld unter Heranziehung von fach einschlägigen Zeitschriften darstellen (Literaturreview). • sind in der Lage Fallstricke des wissenschaftlichen Arbeitens zu erkennen, Ergebnisse kritisch zu reflektieren und Limitationen von Aussagen zu diskutieren. • können eine wissenschaftliche Arbeit mittlerer Komplexität und überschaubaren Umfangs bearbeiten und schriftlich verfassen.
<p>Lehrinhalte</p>	<p><u>Wissenschaftliches Arbeiten I: Grundlagen /ILV / LV-Nr: WAM 1 / 1.Semester / ECTS: 2</u></p> <p>Teil A: Grundlagen des wissenschaftlichen Arbeitens:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Allgemeine Regeln des wissenschaftlichen Arbeitens • Ethische Aspekte und Plagiarismus <p>Teil B: Aspekte und Techniken:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Finden einer Forschungslücke • Literaturrecherche (Bücher, Fachzeitschriften, digitale Bibliothek, Internet) • Einführung in Literaturverwaltungsprogramme • Formulierung von Forschungshypothesen und -fragen • Zitation und Zitationsstile • Objektivierung von Forschungsergebnissen <p>Teil C: Inhalt und Aufbau einer wissenschaftlichen Arbeit:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Struktur einer wissenschaftlichen Arbeit • Ausführung von Problemstellung & Relevanz • Darstellung des Ziels der Arbeit • Aufbau des Inhaltsverzeichnis • Abbildungs- und Tabellenverzeichnis • Erstellen von Quellen- bzw. Literaturverzeichnissen • Sonstige Elemente einer wissenschaftlichen Arbeit (Eidesstattliche Erklärung, Abstract, Anhang, etc.) <hr/> <p><u>Methoden der empirischen Sozialforschung /ILV / LV-Nr: WAM 2 / 1.Semester / ECTS: 2</u></p>

	<p>Teil A: Theoretische Grundlagen</p> <ul style="list-style-type: none">• Grundlagen des Forschungsprozesses & Forschungsdesigns• Der Forschungskreislauf• Formulierung einer Forschungsidee <p>Teil B: Variablen, Skalen & Daten</p> <ul style="list-style-type: none">• Arten von Variablen bzw. Skalen (nominal, ordinal, Intervall, kardinal)• Forschungshypothese vs. statistische Hypothese• Grundgesamtheit & Stichprobenziehung• Methoden der Datenerhebung• Reliabilität & Validität <p>Teil C: Statistische Grundlagen & Anwendungen in der empirischen Sozialforschung:</p> <ul style="list-style-type: none">• Diskrete & stetige Verteilungen• Grundlagen der deskriptiven & schließenden Statistik unter Anwendung von Software <p>Teil D: Fragebogen & Interview:</p> <ul style="list-style-type: none">• Fragebogenerstellung und Fragetechniken• Grundlagen der qualitativen Inhaltsanalyse unter Anwendung von Software <p><u>Wissenschaftliches Arbeiten II: Anwendung /ILV / LV-Nr: WAM 3 / 2.Semester / ECTS: 2</u></p> <p>Teil A: Recherchetechniken für die Erstellung eines Literaturreview:</p> <ul style="list-style-type: none">• Festlegung von Key-Words und Recherche nach geeigneten Zeitschriftenbeiträgen• Techniken zum Screenen von wissenschaftlichen Beiträgen und zur Ausarbeitung der wesentlichen Erkenntnisse• Entwicklung einer Literaturreview-Matrix zur systematischen Erfassung von recherchierten Zeitschriftenbeiträgen• Exkurs: Richtiges Zitieren von Zeitschriftenbeiträgen und Aufnahme im Quellenverzeichnis (APA-Style, Harvard-Style etc.)
--	---

<p>Lehrinhalte</p>	<p>Teil B: Limitationen und Ansätze für weiterführende Forschung</p> <ul style="list-style-type: none"> • Erkennen von möglichen Limitationen einer wissenschaftlichen Arbeit (Stichprobengröße, Struktur der Befragten Personen, Nachweis des Expertenstatus, Umsetzung von Pre-Test inkl. Pre-Test-Bogen und Bestätigungen etc.) • Aufzeigen von Ansätzen für weiterführende Forschung (Grund und Zweck von Ansätzen für weiterführende Forschung, Erkennen von möglichen Ansätzen, Formulierung von Ansätzen) <p>Teil C: Besprechung von ausgewählten Best- und Worst-Practice-Cases:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Erstellung eines wissenschaftlich orientierten Handouts • Erstellung einer wissenschaftlich orientierten Präsentation • Erstellung eines wissenschaftlich orientierten Literaturreview
<p>Lehr- und Lernmethoden</p>	<p><u>Wissenschaftliches Arbeiten I: Grundlagen /ILV / LV-Nr: WAM 1 / 1.Semester / ECTS: 2</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • 25 % der Veranstaltung wird über eLearning abgedeckt. Hierbei wird eine Kombination zwischen Online Phasen (induktive Methode zum eigenständigen Erarbeiten von Wissen und zum Üben von Aufgabenstellungen) und Präsenzphasen (deduktive Methode, bei welcher Hilfestellungen im Lernprozess gegeben werden als auch über Frontalvorträge Wissen vermittelt wird) eingesetzt. • Lösung von Fallbeispielen im Rahmen von Gruppenarbeiten
	<p><u>Methoden der empirischen Sozialforschung /ILV / LV-Nr: WAM 2 / 1.Semester / ECTS: 2</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • 25 % der Veranstaltung wird über eLearning abgedeckt. Hierbei wird eine Kombination zwischen Online Phasen (induktive Methode zum eigenständigen Erarbeiten von Wissen und zum Üben von Aufgabenstellungen) und Präsenzphasen (deduktive Methode, bei welcher Hilfestellungen im Lernprozess gegeben werden als auch über Frontalvorträge Wissen vermittelt wird) eingesetzt. • Lösung von Fallbeispielen im Rahmen von Gruppenarbeiten
	<p><u>Wissenschaftliches Arbeiten II: Anwendung /ILV / LV-Nr: WAM 3 / 2.Semester / ECTS: 2</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • 25 % der Veranstaltung wird über eLearning abgedeckt. Hierbei wird eine Kombination zwischen Online Phasen (induktive Methode zum eigenständigen Erarbeiten von Wissen und zum Üben von Aufgabenstellungen) und Präsenzphasen (deduktive Methode, bei welcher Hilfestellungen im Lernprozess gegeben werden als auch über Frontalvorträge Wissen vermittelt wird) eingesetzt. • Lösung von Fallbeispielen im Rahmen von Gruppenarbeiten
<p>Bewertungsmethoden Kriterien</p>	<p><u>Wissenschaftliches Arbeiten I: Grundlagen /ILV / LV-Nr: WAM 1 / 1.Semester / ECTS: 2</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Exposé und • Quiz
	<p><u>Methoden der empirischen Sozialforschung /ILV / LV-Nr: WAM 2 / 1.Semester / ECTS: 2</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Abschlussklausur und • Quiz
	<p><u>Wissenschaftliches Arbeiten II: Anwendung /ILV / LV-Nr: WAM 3 / 2.Semester / ECTS: 2</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Hausarbeit und • Quiz

Modulnummer:	Finanzmanagement	Umfang:	
FIN		7	ECTS
Studiengang	Fachhochschul-Bachelorstudiengang - Unternehmensführung Vollzeit		
Lage im Curriculum	1. Semester		
	2. Semester		
	4. Semester		
Niveaustufe	1. Semester: Bachelor / 2. Semester: Bachelor / 4. Semester: Bachelor		
Vorkenntnisse	1. Semester: Keine / 2. Semester: • Wirtschaftsmathematik • Statistische Methoden & Datenanalyse • Einführung Rechnungs- und Finanzwesen / 4. Semester: • Wirtschaftsmathematik • Statistische Methoden & Datenanalyse • Einführung Rechnungs- und Finanzwesen • Investition & Finanzierung		
Geblockt	nein		
Kreis d. TeilnehmerInnen	MaturantInnen und/oder entsprechende Vorbildung, AnfängerInnen		
Literaturempfehlung	<u>Wirtschaftsmathematik /ILV / LV-Nr: FIN 1 / 1.Semester / ECTS: 1</u> de Longueville, M. (2018). Wirtschaftsmathematik einfach erklärt: Eine kurze Einführung in die notwendigen Grundlagen. Wiesbaden: Springer Verlag. Hettich, G., Jüttler, H., & Luderer, B. (2019). Mathematik für Wirtschaftswissenschaftler und Finanzmathematik. München: Oldenbourg Verlag. Kamps, U., Cramer, E., & Oltmanns, H. (2019). Wirtschaftsmathematik: Einführendes Lehr- und Arbeitsbuch. München: Walter de Gruyter. Langenbahn, C.-M. (2018). Quantitative Methoden der Wirtschaftswissenschaften: Verstehen durch Aufgaben und Lösungen. München: Walter de Gruyter. Shikham, V. (2019). Mathematik für Wirtschaftswissenschaftler: In 60 fachübergreifenden Vorlesungen präsentiert. Wiesbaden: Springer Verlag.		
	<u>Statistische Methoden & Datenanalyse /ILV / LV-Nr: FIN 2 / 1.Semester / ECTS: 2</u> Bamberg, G., Baur, F., & Krapp, M. (2017). Statistik: Eine Einführung für Wirtschafts- und Sozialwissenschaftler. Berlin: Walter de Gruyter. Cleff, T. (2015). Deskriptive Statistik und Explorative Datenanalyse: Eine computergestützte Einführung mit Excel, SPSS und STATA. Wiesbaden: Springer Verlag. Kohn, W., & Öztürk, R. (2017). Statistik für Ökonomen: Datenanalyse mit R und SPSS. Wiesbaden: Springer Verlag. Leohnhart, R. (2017). Lehrbuch Statistik: Einstieg und Vertiefung. Bern: Hogrefe Verlag. Steland, A. (2016). Basiswissen Statistik: Kompaktkurs für Anwender aus Wirtschaft, Information und Technik. Berlin-Heidelberg: Springer Verlag. Zwerenz, K. (2015). Statistik: Einführung in die computergestützte Datenanalyse. Berlin: Walter de Gruyter.		
	<u>Investition & Finanzierung /ILV / LV-Nr: FIN 3 / 2.Semester / ECTS: 2</u> Becker, H. P., & Peppmeier, A. (2018). Investition und Finanzierung: Grundlagen der betrieblichen Finanzwirtschaft. Wiesbaden: Springer Verlag. Gibbson, G., Hisrich, R. D., & DaSilva, C. M. (2015). Entrepreneurial finance: A global perspective. Thousand Oaks, CA: SAGE Publications. Hirth, H. (2017). Grundzüge der Finanzierung und Investition. München: Walter de Gruyter. Hölscher, R., & Helms, N. (2018). Investition und Finanzierung. Berlin: Walter de Gruyter. Pape, U. (2018). Grundlagen der Finanzierung und Investition: Mit Fallbeispielen und Übungen. München: Walter de Gruyter. Perridon, L., Steiner, M., & Rathgeber, A. W. (2016). Finanzwirtschaft der Unternehmung. München: Vahlen Verlag. Situm, M. (2016). Finanzierungsstruktur optimieren: Praxisleitfaden für Unternehmer und Berater. Herne: NWB Verlag.		
	<u>International Accounting & Finance (E) /ILV / LV-Nr: FIN 4 / 4.Semester / ECTS: 2</u>		

- | | |
|--|--|
| | <p>Bekaert, G., & Hodrick, R. (2018). International financial management. Cambridge, UK: Cambridge University Press.</p> <p>Buchholz, R. (2018). Internationale Rechnungslegung: Die wesentlichen Vorschriften nach IFRS und HGB – mit Aufgaben und Lösungen. Berlin: Erich Schmidt Verlag.</p> <p>Coenenberg, A. G., Haller, A., Schultze, W. (2018). Jahresabschluss und Jahresabschlussanalyse: Betriebswirtschaftliche, handelsrechtliche, steuerrechtliche und internationale Grundlagen – HGB, IAS/IFRS, US-GAAP, DRS. Stuttgart: Schaeffer-Poeschel.</p> <p>Doupnik, T., Finn, M., Gotti, G., & Perera, H. (2015). International accounting. New York, NY: McGraw-Hill.</p> <p>Eun, C., & Resnick, B. G. (2018). International financial management. New York, NY: McGraw-Hill.</p> <p>Heno, R. (2018). Jahresabschluss nach Handelsrecht, Steuerrecht und internationalen Standards (IFRS). Berlin-Heidelberg: Springer Verlag</p> |
|--|--|

Kompetenzerwerb	<p><u>Wirtschaftsmathematik /ILV / LV-Nr: FIN 1 / 1.Semester / ECTS: 1</u></p> <p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> • können lineare und spezielle Funktionen grafisch darstellen und interpretieren. • können mathematische Formeln umformen. • können mathematische Funktionen ableiten und Extremwertaufgaben lösen. • können einfache Zinsen und Zinseszinsen berechnen. • verstehen die Konzepte des Kapitalwerts und Barwerts. • können Annuitäten von langfristigen Finanzierungen berechnen und einen Tilgungsplan erstellen.
	<p><u>Statistische Methoden & Datenanalyse /ILV / LV-Nr: FIN 2 / 1.Semester / ECTS: 2</u></p> <p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> • besitzen grundlegende Kenntnisse über quantitative Methoden der Wirtschaftswissenschaften und grundlegende Kenntnisse über statistische Methoden und Verfahren zur Beschreibung und Analyse von Wirtschaftsdaten. • sind in der Lage, beschreibende Statistiken (empirische Verteilung, Mittelwerte, Streuungsmaße), Wahrscheinlichkeitsrechnungen, ein- und zweidimensionale Zufallsvariablen, theoretische Verteilungen, Stichproben und Stichprobenverteilungen sowie Schätzverfahren (Konfidenzintervalle) und Testverfahren (Parametertests, Varianzanalyse, Verteilungstests) und Regressionsanalysen (lineare Einfach- und Mehrfachregression) zu beurteilen und durchzuführen. • sind in der Lage, größere Datensätze zu strukturieren und zusammen zu stellen.
	<p><u>Investition & Finanzierung /ILV / LV-Nr: FIN 3 / 2.Semester / ECTS: 2</u></p> <p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> • verstehen den Zusammenhang Bilanz, Gewinn und Liquidität. • kennen die Grundbegriffe und Grundlagen der Finanzplanung. • können Cashflows berechnen und Cashflow-Statements interpretieren. • erkennen die Grundprobleme bei Investitionsentscheidungen. • können statische und dynamische Investitionsrechnungsverfahren anwenden. • verstehen den Zeitwert des Geldes und die Grundlagen der Zinseszinsrechnung bzw. Diskontierung. • kennen die Finanzierungsformen im Überblick und in ihren Vor- und Nachteilen. • können die Auswirkungen von Finanzierungsentscheidungen auf unternehmerische Ziele beurteilen. • können wesentliche Finanzierungsformen beurteilen.
	<p><u>International Accounting & Finance (E) /ILV / LV-Nr: FIN 4 / 4.Semester / ECTS: 2</u></p> <p>Die Studierenden kennen die Grundlagen der internationalen Rechnungslegung nach IFRS und des Bereiches International Finance mit ausgewählten Entscheidungsfeldern.</p> <p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> • kennen die wesentlichen Unterschiede und Prinzipien der internationalen Rechnungslegung (IFRS, US-GAAP). • können ausgewählte Bilanzierungssachverhalte beurteilen. • kennen kurz-, mittel- und langfristige Finanzierungsinstrumente. • sind in der Lage, die finanzielle und wirtschaftliche Situation eines Unternehmens anhand der Jahresabschlussanalyse zu bewerten. • kennen die Grundzüge des Kreditrisikoprozesses aus der Sicht von Kreditinstituten. • kennen die Grundzüge eines Unternehmensratings. • sind in der Lage, Finanzierungskosten zu berechnen und zu verhandeln.

Lehrinhalte	<p><u>Wirtschaftsmathematik /ILV / LV-Nr: FIN 1 / 1.Semester / ECTS: 1</u></p> <p>Teil A: Lineare Algebra:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Abbildungen bzw. Funktionen mit einer oder mehreren Variablen • Umformen und Lösen von Formeln und Gleichungen • Aufstellung von linearen Gleichungen inkl. grafischer Darstellung • Spezielle mathematische Funktionen (Exponentialfunktion, Logarithmus etc.) <p>Teil B: Analysis</p> <ul style="list-style-type: none"> • Differentialrechnung (einfache und partielle) • Extremwertaufgaben (Bestimmung von Minima und Maxima, Wende- und Sattelpunkten) <p>Teil C: Zinsrechnung:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Einführung in die Zinsrechnungen (einfache Zinsen, Zinseszinsen, Auf- und Abzinsen) • Einführung in das Konzept des Barwerts und der Kapitalwertmethode • Berechnung von Annuitäten und Erstellung eines Tilgungsplans
	<p><u>Statistische Methoden & Datenanalyse /ILV / LV-Nr: FIN 2 / 1.Semester / ECTS: 2</u></p> <p>Teil A: Grundlagen der Statistik:</p>

<p>Lehrinhalte</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Einführung in die deskriptive Statistik (grafische Darstellung von Daten und Verteilungen, Berechnungen statistischer Zentral- und Streuungsmaße, Test auf Normalverteilung von Daten) und Dateninterpretation • Einführung in die schließende Statistik (Differenzentest für nominal, ordinal und kardinal skalierte Daten) • Einführung in die Korrelations- und Faktorenanalyse <p>Teil B: Aufbau eines Datensatzes und Variablendeklaration:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Aufbau und Struktur eines Datensatzes für statistische Analysen unter Anwendung von Software • Bestimmung und Entwicklung von Variablen (abhängige, unabhängige, Dummy, Interaktion) und Skalierung (nominal, ordinal, Intervall, kardinal) <p>Teil C: Grundlagen der Regressionsanalyse:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Einführung in die lineare Regression (Grundmodell, Schätzverfahren, Integration nicht-linearer Variablen, statistische Signifikanz, Bewertungsmaße der Schätzqualität) inkl. Interpretation der Ergebnisse <p>Die Vertiefung der (theoretischen) Inhalte erfolgt über praktische Beispiele inkl. Softwareunterstützung.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Einführung in die deskriptive Statistik (grafische Darstellung von Daten und Verteilungen, Berechnungen statistischer Zentral- und Streuungsmaße, Test auf Normalverteilung von Daten) und Dateninterpretation • Einführung in die schließende Statistik (Differenzentest für nominal, ordinal und kardinal skalierte Daten) • Einführung in die Korrelations- und Faktorenanalyse <p>Teil B: Aufbau eines Datensatzes und Variablendeklaration:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Aufbau und Struktur eines Datensatzes für statistische Analysen unter Anwendung von Software • Bestimmung und Entwicklung von Variablen (abhängige, unabhängige, Dummy, Interaktion) und Skalierung (nominal, ordinal, Intervall, kardinal) <p>Teil C: Grundlagen der Regressionsanalyse:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Einführung in die lineare Regression (Grundmodell, Schätzverfahren, Integration nicht-linearer Variablen, statistische Signifikanz, Bewertungsmaße der Schätzqualität) inkl. Interpretation der Ergebnisse <p>Die Vertiefung der (theoretischen) Inhalte erfolgt über praktische Beispiele inkl. Softwareunterstützung.</p>
<p><u>Investition & Finanzierung /ILV / LV-Nr: FIN 3 / 2.Semester / ECTS: 2</u></p>	

	<p>Teil A: Finanzierung</p> <ul style="list-style-type: none">• Grundlagen und Finanzierungsformen im Überblick• Instrumente der Außenfinanzierung• Instrumente der Innenfinanzierung• Besonderheiten der Gründungsfinanzierung• Finanzierungsformen unter Betrachtung des Unternehmenslebenszyklus <p>Teil B: Grundlagen der Finanz- und Liquiditätssteuerung</p> <ul style="list-style-type: none">• Investition & Finanzierung aus Sicht des Jahresabschlusses und der Liquidität• Grundlagen der Finanzplanung• Cashflow und Cashflow-Statement <p>Teil C: Investition</p> <ul style="list-style-type: none">• Grundprobleme bei Investitionsentscheidungen• Investitionsrechnungsverfahren im Überblick• Kosten-/Gewinnorientierte (statische) Investitionsrechnungen• Cashflow-orientierte (dynamische) Investitionsrechnungen• Qualitative Investitionsbewertung - Nutzwertanalyse <hr/> <p><u>International Accounting & Finance (E) /ILV / LV-Nr: FIN 4 / 4.Semester / ECTS: 2</u></p> <p>Teil A: International Accounting</p> <ul style="list-style-type: none">• Basic definitions and introduction into IFRS• Differences and similarities of IFRS compared to UGB/HGB• Statement of financial positions, statement of comprehensive income, statement of cash flows & statement of changes in equity• Reading and interpreting an IFRS financial statement <p>Teil B: International Finance</p> <ul style="list-style-type: none">• Theory of cost of capital (WACC concept, tax shield, cost of equity & cost of debt)• CAPM, WACC & enterprise value• Equity vs. debt• Short- and long-term financial instruments (revolving credit facility (RCF), overdraft, trade
--	---

Lehrinhalte	<p>credit, factoring, long-term credit, leasing)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Financing costs (interest rate, interest rate structure, roll-over-period, commitment fee etc.) • Credit risk process (information asymmetry, adverse selection, moral hazard, creditworthiness, trustworthiness, rating) • Portfolio theory (risk & return, covariance & correlation, risk-return-diagram, calculation of optimal portfolio)
Lehr- und Lernmethoden	<p><u>Wirtschaftsmathematik /ILV / LV-Nr: FIN 1 / 1.Semester / ECTS: 1</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • 50 % der Veranstaltung wird über eLearning abgedeckt. Hierbei wird eine Kombination zwischen Online Phasen (induktive Methode zum eigenständigen Erarbeiten von Wissen und zum Üben von Aufgabenstellungen) und Präsenzphasen (deduktive Methode, bei welcher Hilfestellungen im Lernprozess gegeben werden als auch über Frontalvorträge Wissen vermittelt wird) eingesetzt. <p><u>Statistische Methoden & Datenanalyse /ILV / LV-Nr: FIN 2 / 1.Semester / ECTS: 2</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • 25 % der Veranstaltung wird über eLearning abgedeckt. Hierbei wird eine Kombination zwischen Online Phasen (induktive Methode zum eigenständigen Erarbeiten von Wissen und zum Üben von Aufgabenstellungen) und Präsenzphasen (deduktive Methode, bei welcher Hilfestellungen im Lernprozess gegeben werden als auch über Frontalvorträge Wissen vermittelt wird) eingesetzt. <p><u>Investition & Finanzierung /ILV / LV-Nr: FIN 3 / 2.Semester / ECTS: 2</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • 50 % der Veranstaltung wird über eLearning abgedeckt. Hierbei wird eine Kombination zwischen Online Phasen (induktive Methode zum eigenständigen Erarbeiten von Wissen und zum Üben von Aufgabenstellungen) und Präsenzphasen (deduktive Methode, bei welcher Hilfestellungen im Lernprozess gegeben werden als auch über Frontalvorträge Wissen vermittelt wird) eingesetzt. <p><u>International Accounting & Finance (E) /ILV / LV-Nr: FIN 4 / 4.Semester / ECTS: 2</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • 25 % der Veranstaltung wird über eLearning abgedeckt. Hierbei wird eine Kombination zwischen Online Phasen (induktive Methode zum eigenständigen Erarbeiten von Wissen und zum Üben von Aufgabenstellungen) und Präsenzphasen (deduktive Methode, bei welcher Hilfestellungen im Lernprozess gegeben werden als auch über Frontalvorträge Wissen vermittelt wird) eingesetzt.
Bewertungsmethoden Kriterien	<p><u>Wirtschaftsmathematik /ILV / LV-Nr: FIN 1 / 1.Semester / ECTS: 1</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Abschlussklausur <p><u>Statistische Methoden & Datenanalyse /ILV / LV-Nr: FIN 2 / 1.Semester / ECTS: 2</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Seminararbeit • Abschlussklausur <p><u>Investition & Finanzierung /ILV / LV-Nr: FIN 3 / 2.Semester / ECTS: 2</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Abschlussklausur und • Quiz <p><u>International Accounting & Finance (E) /ILV / LV-Nr: FIN 4 / 4.Semester / ECTS: 2</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Abschlussklausur und • Quiz

Modulnummer: EGM	Entrepreneurship & Gründungsmanagement	Umfang:	
		7	ECTS
Studiengang	Fachhochschul-Bachelorstudiengang - Unternehmensführung Vollzeit		
Lage im Curriculum	1. Semester		
	2. Semester		
Niveaustufe	1. Semester: Bachelor / 2. Semester: Bachelor		
Vorkenntnisse	1. Semester: k.A. / 2. Semester: • Grundlagen des Entrepreneurship / 2. Semester: • Grundlagen des Entrepreneurship • Wissenschaftliches Arbeiten I: Grundlagen		
Geblockt	nein		
Kreis d. TeilnehmerInnen	MaturantInnen und/oder entsprechende Vorbildung, AnfängerInnen		
Literaturempfehlung	<p><u>Grundlagen des Entrepreneurship /ILV / LV-Nr: EGM 1 / 1.Semester / ECTS: 2</u></p> <p>Birkenbach-Puteanus, K. (2019). Erfolgreiche Unternehmensgründung: Entrepreneurship im kompetitiven, innovativen und unsicheren Umfeld. Stuttgart: Kohlhammer Verlag. Chaston, I. (2009). Entrepreneurial management in small firms. Thousand Oaks, CA: SAGE Publications. Fritsch, M. (2019). Entrepreneurship: Theorie, Empirie, Politik. Berlin-Heidelberg: Springer Verlag. Grichnik, D., Brettel, M., Koropp, C., & Mauer, R. (2017). Entrepreneurship - Unternehmerisches Denken, Entscheiden und Handeln in innovativen und technologieorientierten Unternehmen. Stuttgart: Schäffer-Poeschl. Hall, R., & Bell, R. (2019). Start-ups, pivots and pop-ups: How to succeed by creating your own business. London, UK: Kogan Page. Neck, C. P., Neck, H. M., & Murray, E. L. (2018). Entrepreneurship. The practice and mindset. Thousand Oaks, CA: SAGE Publications. Pott, O., & Pott, A. (2015). Entrepreneurship: Unternehmensgründung, Businessplan und Finanzierung, Rechtsformen und gewerblicher Rechtsschutz. Berlin-Heidelberg: Springer Verlag.</p>		
	<p><u>Gründungsmanagement /ILV / LV-Nr: EGM 2 / 2.Semester / ECTS: 3</u></p> <p>Fink, C., Vogelsang, E., & Baumann, M. (2016). Existenzgründung und Businessplan: Ein Leitfaden für erfolgreiche Start-ups. Berlin: Erich Schmidt Verlag. Hering, T., Vincenti, A., & Gerbault, D. (2018). Unternehmensgründung. München: Walter de Gruyter. Kailer, N., & Weiß, G. (2018). Gründungsmanagement kompakt: Von der Idee zum Businessplan. Wien: Linde Verlag. Kollmann, T. (2016). E-Entrepreneurship: Grundlagen der Unternehmensgründung in der Digitalen Wirtschaft. Wiesbaden: Springer Verlag. Schinnerl, R. (2018). Erfolgreich in die Selbständigkeit: Von der Geschäftsidee über den Businessplan zur nachhaltigen Unternehmensgründung. Wiesbaden: Springer.</p>		
	<p><u>Strategy Development & Execution (E) /ILV / LV-Nr: EGM 3 / 2.Semester / ECTS: 2</u></p> <p>Glauner, F. (2016). Zukunftsfähige Geschäftsmodelle und Werte: Strategieentwicklung und Unternehmensführung in disruptiven Märkten. Berlin-Heidelberg: Springer Verlag. Hinterhuber, H. H. (2015). Strategische Unternehmensführung: Das Gesamtmodell für nachhaltige Wertsteuerung. Berlin: Erich Schmidt Verlag. Klasen, J. (2019). Business Transformation: Praxisorientierter Leitfaden zur erfolgreichen Neuausrichtung von Unternehmen und Geschäftsfeldern. Wiesbaden: Springer Verlag. Lippold, D. (2018). Die Unternehmensberatung: Von der strategischen Konzeption zur praktischen Umsetzung. Wiesbaden: Gabler. Stöger, R. (2017). Strategieentwicklung für die Praxis: Navigieren, verändern und umsetzen. Stuttgart: Schäffer-Poeschel. Welge, M. K., Al-Laham, A., & Eulerich, M. (2017). Strategisches Management: Grundlagen – Prozess – Implementierung. Wiesbaden: Springer.</p>		
Kompetenzerwerb	Grundlagen des Entrepreneurship /ILV / LV-Nr: EGM 1 / 1.Semester / ECTS: 2		

Die Studierenden

- kennen die begrifflichen Grundlagen der Entrepreneurship-Forschung und sind in der Lage, Konzepte wie Entrepreneurship, Unternehmertum, Management etc. voneinander abzugrenzen und zu erklären.
- sind vertraut mit den Befunden zur volkswirtschaftlichen Bedeutung von Entrepreneurship in Österreich und Deutschland.
- kennen alternative Formen der Unternehmensgründung, wie Unternehmensneugründung, Übernahmegründung, Spinn-Off-Gründung, MBI/MBO, Franchisegründung.
- haben Kenntnis über die typischen Schwerpunkte und Probleme in den verschiedenen Phasen im Prozess einer Unternehmensgründung.
- sind in der Lage, notwendige Entrepreneurship-Kompetenzen zu identifizieren und potenzielle Geschäftsideen auf ihre Realisierbarkeit zu bewerten.
- sind mit den grundlegenden Begrifflichkeiten im Gründungsmanagement im Allgemeinen und mit der Gründungsplanung im Besonderen vertraut.

<p>Kompetenzerwerb</p>	<ul style="list-style-type: none"> • kennen die Bausteine bei der Entwicklung eines Geschäftskonzepts und bei der Gründungsplanung. • sind in der Lage, notwendige Entrepreneurship-Kompetenzen zu identifizieren und potenzielle Geschäftsideen auf ihre Realisierbarkeit zu bewerten. • sind mit aktuellen Konzepten und Trends des Entrepreneurship vertraut.
	<p><u>Gründungsmanagement /ILV / LV-Nr: EGM 2 / 2.Semester / ECTS: 3</u></p> <p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> • sind mit den grundlegenden Begrifflichkeiten im Gründungsmanagement im Allgemeinen und mit der Gründungsplanung im Besonderen vertraut. • haben Kenntnis über die typischen Schwerpunkte und Probleme in den verschiedenen Phasen im Prozess einer Unternehmensgründung. • kennen die Bausteine bei der Entwicklung eines Geschäftskonzepts und bei der Gründungsplanung. • kennen die Bedeutung und inhaltlichen Erwartungen an Businesspläne. • sind in der Lage, für die typischen Engpassbereiche von Unternehmensgründung wie Standort-, Rechtsform-, Marketing- und Finanzierungsentscheidungen, Lösungsstrategien zu entwickeln. • können ihr Wissen in Praxisprojekten erfolgreich umsetzen.
	<p><u>Strategy Development & Execution (E) /ILV / LV-Nr: EGM 3 / 2.Semester / ECTS: 2</u></p> <p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> • kennen die Möglichkeiten einer prozessgeleiteten Entwicklung und Implementierung unternehmens-, bereichs- oder funktionsbezogener Strategien. • kennen die Konzepte der Strategieentwicklung insbesondere im Kontext der Unternehmenssicherung. • verstehen die kritischen Einflussfaktoren auf Ziele des nachhaltigen Unternehmenserfolgs. • können den Strategiekontext, die Strukturen und Prozesse analysieren. • kennen die wesentlichen Maßnahmen zur erfolgreichen Implementierung von Unternehmens-, Bereichs- und Funktionalstrategien. • können die Auswirkungen von Industrie 4.0 und Digitalisierung bei der Entwicklung und Umsetzung von Strategien beurteilen.
<p>Lehrinhalte</p>	<p><u>Grundlagen des Entrepreneurship /ILV / LV-Nr: EGM 1 / 1.Semester / ECTS: 2</u></p> <p>Teil A: Begriffliche Grundlagen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Entrepreneurship und der Weg dahin • Entrepreneurship und Intrapreneurship: Begriffe und Abgrenzung • Der Entrepreneur / der Intrapreneur: Merkmale, Bedeutung, Image • Arten und Formen des Entrepreneurships <p>Teil B: Bedeutung unternehmerischen Handelns:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Quantitative und qualitative Bestandsaufnahme in Österreich/Deutschland • Ableitung von Erfolgsfaktoren & Gründen für das Scheitern • Analyse der Rahmenbedingungen für Unternehmensgründungen <p>Teil C: Trends und Entwicklungen im Entrepreneurship:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Modell der Entrepreneurship-Kompetenzen • Aktuelle Konzepte im Entrepreneurship (Business Model Canvas, Value Proposition Design, Lean Startup, Growth Hacking u.a.)

	<p><u>Gründungsmanagement /ILV / LV-Nr: EGM 2 / 2.Semester / ECTS: 3</u></p> <p>Teil A: Grundlagen der Businessplanung:</p> <ul style="list-style-type: none">• Bedeutung und Verbreitung von Businessplänen• Inhaltliche Schwerpunkte: Sach- und Finanzkonzept• Vorgehen bei der Erstellung eines Businessplans• Mustergliederungen für Businesspläne: Maßgeschneiderter Einsatz• Tipps, Tools und Mustervorlagen. <p>Teil B: Das Sachkonzept:</p> <ul style="list-style-type: none">• Erarbeitung der inhaltlichen Bausteine des Businessplans: Executive Summary• Produkt und Dienstleistung, USP• Unternehmen & Gründer• Konstitutive Entscheidungen (Standort, Rechtsform, Unternehmenszusammenschlüsse etc.)• Analyse von Branche, Markt und Wettbewerb• Marketing: Markteintritt und Marketingmix• Management & Organisation, Umsetzungsplanung• Chancen und Risiken, Entwicklungsszenarien <p>Teil C: Vertiefungsthemen:</p> <ul style="list-style-type: none">• Grundsatzentscheidungen als Teil der Gründungsplanung• Besonderheiten der Gründungsfinanzierung• Gründungswettbewerbe und -netzwerke
--	--

Lehrinhalte	<p><u>Strategy Development & Execution (E) /ILV / LV-Nr: EGM 3 / 2.Semester / ECTS: 2</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Unternehmensstrategien (Angriffs- und Verteidigungsstrategien inkl. Digitalisierung) • Entwicklungsstrategien (Kooperationsstrategien, Coopetition, Internationalisierungsstrategien) • Bereichsstrategien (Beschaffungs-, Produktions-, Marketing-, Personal-, Finanz-, und F&E-Strategien) • Inhaltliche Schritte des strategischen Managementprozesses; Strategische Analyse.
Lehr- und Lernmethoden	<p><u>Grundlagen des Entrepreneurship /ILV / LV-Nr: EGM 1 / 1.Semester / ECTS: 2</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • 25 % der Veranstaltung wird über Blended Learning abgedeckt. Hierbei wird eine Kombination zwischen Online Phasen (induktive Methode zum eigenständigen Erarbeiten von Wissen und zum Üben von Aufgabenstellungen) und Präsenzphasen (deduktive Methode, bei welcher Hilfestellungen im Lernprozess gegeben werden als auch über Frontalvorträge Wissen vermittelt wird) eingesetzt.
	<p><u>Gründungsmanagement /ILV / LV-Nr: EGM 2 / 2.Semester / ECTS: 3</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • 33 % der Veranstaltung wird über eLearning abgedeckt. Hierbei wird eine Kombination zwischen Online Phasen (induktive Methode zum eigenständigen Erarbeiten von Wissen und zum Üben von Aufgabenstellungen) und Präsenzphasen (deduktive Methode, bei welcher Hilfestellungen im Lernprozess gegeben werden als auch über Frontalvorträge Wissen vermittelt wird) eingesetzt.
	<p><u>Strategy Development & Execution (E) /ILV / LV-Nr: EGM 3 / 2.Semester / ECTS: 2</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Die Veranstaltung wird mit Präsenzphasen (deduktive Methode, bei welcher Hilfestellungen im Lernprozess gegeben werden als auch über Frontalvorträge Wissen vermittelt wird) durchgeführt. • Zudem werden die Studierenden in Gruppenarbeiten Problemstellungen lösen und präsentieren, welche im Plenum diskutiert werden. • Es werden ausgewählte Übungen durchgeführt, um die Inhalte anhand von realen Problemstellungen zu trainieren.
Bewertungsmethoden Kriterien	<p><u>Grundlagen des Entrepreneurship /ILV / LV-Nr: EGM 1 / 1.Semester / ECTS: 2</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Abschlussklausur
	<p><u>Gründungsmanagement /ILV / LV-Nr: EGM 2 / 2.Semester / ECTS: 3</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Abschlusspräsentation und • Quiz
	<p><u>Strategy Development & Execution (E) /ILV / LV-Nr: EGM 3 / 2.Semester / ECTS: 2</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Seminararbeit

Modulnummer: SPR	Sprachen	Umfang:	
		12	ECTS
Studiengang	Fachhochschul-Bachelorstudiengang - Unternehmensführung Vollzeit		
Lage im Curriculum	1. Semester		
	2. Semester		
	3. Semester		
Niveaustufe	1. Semester: Bachelor / 2. Semester: Bachelor / 3. Semester: k.A.		
Vorkenntnisse	<p>1. Semester: Französisch, Italienisch, Spanisch Modul mit Ziel A2: keine Vorkenntnisse erlaubt Modul mit Ziel B2: Vorkenntnisse vorausgesetzt</p> <p>Chinesisch, Russisch Modul mit Ziel A2: keine Vorkenntnisse erlaubt</p> <p>Englisch Modul mit Ziel B2: Niveau B1 (GER) oder Englisch Aufbaukurs vorausgesetzt Modul mit Ziel C1: Niveau B2 (GER) vorausgesetzt Modul mit Ziel C2: Niveau C1 (GER) vorausgesetzt</p> <p>/ 2. Semester: Französisch, Italienisch, Spanisch Modul mit Ziel A2: keine Vorkenntnisse erlaubt Modul mit Ziel B2: Vorkenntnisse vorausgesetzt</p> <p>Chinesisch, Russisch Modul mit Ziel A2: keine Vorkenntnisse erlaubt</p> <p>Englisch Modul mit Ziel B2: Niveau B1 (GER) oder Englisch Aufbaukurs vorausgesetzt Modul mit Ziel C1: Niveau B2 (GER) vorausgesetzt Modul mit Ziel C2: Niveau C1 (GER) vorausgesetzt / 3. Semester: Französisch, Italienisch, Spanisch Modul mit Ziel A2: keine Vorkenntnisse erlaubt Modul mit Ziel B2: Vorkenntnisse vorausgesetzt</p> <p>Chinesisch, Russisch Modul mit Ziel A2: keine Vorkenntnisse erlaubt</p> <p>Englisch Modul mit Ziel B2: Niveau B1 (GER) oder Englisch Aufbaukurs vorausgesetzt Modul mit Ziel C1: Niveau B2 (GER) vorausgesetzt Modul mit Ziel C2: Niveau C1 (GER) vorausgesetzt</p>		
Geblockt	nein		
Kreis d. TeilnehmerInnen	MaturantInnen und/oder entsprechende Vorbildung, AnfängerInnen		
Literaturempfehlung	<u>Fremdsprache I /ILV / LV-Nr: SPR 1 / 1.Semester / ECTS: 3</u> Alle Module und Niveaus: Kursbuch – nach Vereinbarung; Authentische Materialien, z.B. aus englischsprachigen Zeitschriften (auch Fachzeitschriften), Zeitungen und online Medien		
	<u>Fremdsprache II /ILV / LV-Nr: SPR 2 / 2.Semester / ECTS: 5</u> Alle Module und Niveaus: Kursbuch – nach Vereinbarung; Authentische Materialien, z.B. aus englischsprachigen Zeitschriften (auch Fachzeitschriften), Zeitungen und online Medien		
	<u>Fremdsprache III /ILV / LV-Nr: SPR 3 / 3.Semester / ECTS: 4</u> Alle Module und Niveaus: Kursbuch – nach Vereinbarung; Authentische Materialien, z.B. aus englischsprachigen Zeitschriften (auch Fachzeitschriften), Zeitungen und online Medien		
Kompetenzerwerb	<u>Fremdsprache I /ILV / LV-Nr: SPR 1 / 1.Semester / ECTS: 3</u>		

Die Module sind gemäß des Gemeinsamen Europäischen Referenzrahmen für Sprachen (GER) gestaltet. Im Rahmen der Module werden die Studierenden jene Sprachkenntnisse erwerben und Fertigkeiten entwickeln, die für eine wirtschaftsorientierte berufliche beziehungsweise akademische Tätigkeit vonnöten sind.

Folgende Kompetenzen werden gemäß GER vermittelt, d.h. nach Abschluss des Moduls werden erfolgreiche Absolventinnen folgende Tätigkeiten beherrschen:

A1 – Anfänger

Kann vertraute, alltägliche Ausdrücke und ganz einfache Sätze verstehen und verwenden, die

<p>Kompetenzerwerb</p>	<p>auf die Befriedigung konkreter Bedürfnisse zielen. Kann sich und andere vorstellen und anderen Leuten Fragen zu ihrer Person stellen – z. B. wo sie wohnen, was für Leute sie kennen oder was für Dinge sie haben – und kann auf Fragen dieser Art Antwort geben. Kann sich auf einfache Art verständigen, wenn die Gesprächspartnerinnen oder Gesprächspartner langsam und deutlich sprechen und bereit sind zu helfen.</p> <p>A2 – Grundlegende Kenntnisse Kann Sätze und häufig gebrauchte Ausdrücke verstehen, die mit Bereichen von ganz unmittelbarer Bedeutung zusammenhängen (z. B. Informationen zur Person und zur Familie, Einkaufen, Arbeit, nähere Umgebung). Kann sich in einfachen, routinemäßigen Situationen verständigen, in denen es um einen einfachen und direkten Austausch von Informationen über vertraute und geläufige Dinge geht. Kann mit einfachen Mitteln die eigene Herkunft und Ausbildung, die direkte Umgebung und Dinge im Zusammenhang mit unmittelbaren Bedürfnissen beschreiben.</p> <p>B1 – Fortgeschrittene Sprachverwendung Kann die Hauptpunkte verstehen, wenn klare Standardsprache verwendet wird und wenn es um vertraute Dinge aus Arbeit, Schule, Freizeit usw. geht. Kann die meisten Situationen bewältigen, denen man auf Reisen im Sprachgebiet begegnet. Kann sich einfach und zusammenhängend über vertraute Themen und persönliche Interessengebiete äußern. Kann über Erfahrungen und Ereignisse berichten, Träume, Hoffnungen und Ziele beschreiben und zu Plänen und Ansichten kurze Begründungen oder Erklärungen geben.</p> <p>B2 – Selbständige Sprachverwendung Kann die Hauptinhalte komplexer Texte zu konkreten und abstrakten Themen verstehen; versteht im eigenen Spezialgebiet auch Fachdiskussionen. Kann sich so spontan und fließend verständigen, dass ein normales Gespräch mit Muttersprachlern ohne größere Anstrengung auf beiden Seiten gut möglich ist. Kann sich zu einem breiten Themenspektrum klar und detailliert ausdrücken, einen Standpunkt zu einer aktuellen Frage erläutern und die Vor- und Nachteile verschiedener Möglichkeiten angeben.</p> <p>C1 – Fachkundige Sprachkenntnisse Kann ein breites Spektrum anspruchsvoller, längerer Texte verstehen und auch implizite Bedeutungen erfassen. Kann sich spontan und fließend ausdrücken, ohne öfter deutlich erkennbar nach Worten suchen zu müssen. Kann die Sprache im gesellschaftlichen und beruflichen Leben oder in Ausbildung und Studium wirksam und flexibel gebrauchen. Kann sich klar, strukturiert und ausführlich zu komplexen Sachverhalten äußern und dabei verschiedene Mittel zur Textverknüpfung angemessen verwenden.</p> <p>C2 – Annähernd muttersprachliche Kenntnisse Kann praktisch alles, was er/sie liest oder hört, mühelos verstehen. Kann Informationen aus verschiedenen schriftlichen und mündlichen Quellen zusammenfassen und dabei Begründungen und Erklärungen in einer zusammenhängenden Darstellung wiedergeben. Kann sich spontan, sehr flüssig und genau ausdrücken und auch bei komplexeren Sachverhalten feinere Bedeutungsnuancen deutlich machen.</p> <p><u>Fremdsprache II /ILV / LV-Nr: SPR 2 / 2.Semester / ECTS: 5</u></p>
------------------------	---

	<p>Die Module sind gemäß des Gemeinsamen Europäischen Referenzrahmen für Sprachen (GER) gestaltet. Im Rahmen der Module werden die Studierenden jene Sprachkenntnisse erwerben und Fertigkeiten entwickeln, die für eine wirtschaftsorientierte berufliche beziehungsweise akademische Tätigkeit vonnöten sind.</p> <p>Folgende Kompetenzen werden gemäß GER vermittelt, d.h. nach Abschluss des Moduls werden erfolgreiche Absolventinnen folgende Tätigkeiten beherrschen:</p> <p>A1 – Anfänger Kann vertraute, alltägliche Ausdrücke und ganz einfache Sätze verstehen und verwenden, die auf die Befriedigung konkreter Bedürfnisse zielen. Kann sich und andere vorstellen und anderen Leuten Fragen zu ihrer Person stellen – z. B. wo sie wohnen, was für Leute sie kennen oder was für Dinge sie haben – und kann auf Fragen dieser Art Antwort geben. Kann sich auf einfache Art verständigen, wenn die Gesprächspartnerinnen oder Gesprächspartner langsam und deutlich sprechen und bereit sind zu helfen.</p> <p>A2 – Grundlegende Kenntnisse Kann Sätze und häufig gebrauchte Ausdrücke verstehen, die mit Bereichen von ganz unmittelbarer Bedeutung zusammenhängen (z. B. Informationen zur Person und zur Familie, Einkaufen, Arbeit, nähere Umgebung). Kann sich in einfachen, routinemäßigen Situationen verständigen, in denen es um einen einfachen und direkten Austausch von Informationen über vertraute und geläufige Dinge geht. Kann mit einfachen Mitteln die eigene Herkunft und Ausbildung, die direkte Umgebung und Dinge im Zusammenhang mit unmittelbaren Bedürfnissen beschreiben.</p> <p>B1 – Fortgeschrittene Sprachverwendung Kann die Hauptpunkte verstehen, wenn klare Standardsprache verwendet wird und wenn es</p>
--	--

<p>Kompetenzerwerb</p>	<p>um vertraute Dinge aus Arbeit, Schule, Freizeit usw. geht. Kann die meisten Situationen bewältigen, denen man auf Reisen im Sprachgebiet begegnet. Kann sich einfach und zusammenhängend über vertraute Themen und persönliche Interessengebiete äußern. Kann über Erfahrungen und Ereignisse berichten, Träume, Hoffnungen und Ziele beschreiben und zu Plänen und Ansichten kurze Begründungen oder Erklärungen geben.</p> <p>B2 – Selbständige Sprachverwendung Kann die Hauptinhalte komplexer Texte zu konkreten und abstrakten Themen verstehen; versteht im eigenen Spezialgebiet auch Fachdiskussionen. Kann sich so spontan und fließend verständigen, dass ein normales Gespräch mit Muttersprachlern ohne größere Anstrengung auf beiden Seiten gut möglich ist. Kann sich zu einem breiten Themenspektrum klar und detailliert ausdrücken, einen Standpunkt zu einer aktuellen Frage erläutern und die Vor- und Nachteile verschiedener Möglichkeiten angeben.</p> <p>C1 – Fachkundige Sprachkenntnisse Kann ein breites Spektrum anspruchsvoller, längerer Texte verstehen und auch implizite Bedeutungen erfassen. Kann sich spontan und fließend ausdrücken, ohne öfter deutlich erkennbar nach Worten suchen zu müssen. Kann die Sprache im gesellschaftlichen und beruflichen Leben oder in Ausbildung und Studium wirksam und flexibel gebrauchen. Kann sich klar, strukturiert und ausführlich zu komplexen Sachverhalten äußern und dabei verschiedene Mittel zur Textverknüpfung angemessen verwenden.</p> <p>C2 – Annähernd muttersprachliche Kenntnisse Kann praktisch alles, was er/sie liest oder hört, mühelos verstehen. Kann Informationen aus verschiedenen schriftlichen und mündlichen Quellen zusammenfassen und dabei Begründungen und Erklärungen in einer zusammenhängenden Darstellung wiedergeben. Kann sich spontan, sehr flüssig und genau ausdrücken und auch bei komplexeren Sachverhalten feinere Bedeutungsnuancen deutlich machen.</p> <p><u>Fremdsprache III /ILV / LV-Nr: SPR 3 / 3.Semester / ECTS: 4</u></p>
------------------------	---

	<p>Die Module sind gemäß des Gemeinsamen Europäischen Referenzrahmen für Sprachen (GER) gestaltet. Im Rahmen der Module werden die Studierenden jene Sprachkenntnisse erwerben und Fertigkeiten entwickeln, die für eine wirtschaftsorientierte berufliche beziehungsweise akademische Tätigkeit vonnöten sind.</p> <p>Folgende Kompetenzen werden gemäß GER vermittelt, d.h. nach Abschluss des Moduls werden erfolgreiche Absolventinnen folgende Tätigkeiten beherrschen:</p> <p>A1 – Anfänger Kann vertraute, alltägliche Ausdrücke und ganz einfache Sätze verstehen und verwenden, die auf die Befriedigung konkreter Bedürfnisse zielen. Kann sich und andere vorstellen und anderen Leuten Fragen zu ihrer Person stellen – z. B. wo sie wohnen, was für Leute sie kennen oder was für Dinge sie haben – und kann auf Fragen dieser Art Antwort geben. Kann sich auf einfache Art verständigen, wenn die Gesprächspartnerinnen oder Gesprächspartner langsam und deutlich sprechen und bereit sind zu helfen.</p> <p>A2 – Grundlegende Kenntnisse Kann Sätze und häufig gebrauchte Ausdrücke verstehen, die mit Bereichen von ganz unmittelbarer Bedeutung zusammenhängen (z. B. Informationen zur Person und zur Familie, Einkaufen, Arbeit, nähere Umgebung). Kann sich in einfachen, routinemäßigen Situationen verständigen, in denen es um einen einfachen und direkten Austausch von Informationen über vertraute und geläufige Dinge geht. Kann mit einfachen Mitteln die eigene Herkunft und Ausbildung, die direkte Umgebung und Dinge im Zusammenhang mit unmittelbaren Bedürfnissen beschreiben.</p> <p>B1 – Fortgeschrittene Sprachverwendung Kann die Hauptpunkte verstehen, wenn klare Standardsprache verwendet wird und wenn es um vertraute Dinge aus Arbeit, Schule, Freizeit usw. geht. Kann die meisten Situationen bewältigen, denen man auf Reisen im Sprachgebiet begegnet. Kann sich einfach und zusammenhängend über vertraute Themen und persönliche Interessengebiete äußern. Kann über Erfahrungen und Ereignisse berichten, Träume, Hoffnungen und Ziele beschreiben und zu Plänen und Ansichten kurze Begründungen oder Erklärungen geben.</p> <p>B2 – Selbständige Sprachverwendung Kann die Hauptinhalte komplexer Texte zu konkreten und abstrakten Themen verstehen; versteht im eigenen Spezialgebiet auch Fachdiskussionen. Kann sich so spontan und fließend verständigen, dass ein normales Gespräch mit Muttersprachlern ohne größere Anstrengung auf beiden Seiten gut möglich ist. Kann sich zu einem breiten Themenspektrum klar und detailliert ausdrücken, einen Standpunkt zu einer aktuellen Frage erläutern und die Vor- und Nachteile verschiedener Möglichkeiten angeben.</p> <p>C1 – Fachkundige Sprachkenntnisse Kann ein breites Spektrum anspruchsvoller, längerer Texte verstehen und auch implizite</p>
--	---

<p>Kompetenzerwerb</p>	<p>Bedeutungen erfassen. Kann sich spontan und fließend ausdrücken, ohne öfter deutlich erkennbar nach Worten suchen zu müssen. Kann die Sprache im gesellschaftlichen und beruflichen Leben oder in Ausbildung und Studium wirksam und flexibel gebrauchen. Kann sich klar, strukturiert und ausführlich zu komplexen Sachverhalten äußern und dabei verschiedene Mittel zur Textverknüpfung angemessen verwenden.</p> <p>C2 – Annähernd muttersprachliche Kenntnisse Kann praktisch alles, was er/sie liest oder hört, mühelos verstehen. Kann Informationen aus verschiedenen schriftlichen und mündlichen Quellen zusammenfassen und dabei Begründungen und Erklärungen in einer zusammenhängenden Darstellung wiedergeben. Kann sich spontan, sehr flüssig und genau ausdrücken und auch bei komplexeren Sachverhalten feinere Bedeutungsnuancen deutlich machen.</p>
<p>Lehrinhalte</p>	<p><u>Fremdsprache I /ILV / LV-Nr: SPR 1 / 1.Semester / ECTS: 3</u></p> <p>A1 – Anfänger Vertraute, alltägliche Ausdrücke und ganz einfache Sätze verstehen und verwenden, die auf die Befriedigung konkreter Bedürfnisse zielen. Sich und andere vorstellen und anderen Leuten Fragen zu ihrer Person stellen – z. B. wo sie wohnen, was für Leute sie kennen oder was für Dinge sie haben – und auf Fragen dieser Art Antwort geben. Sich auf einfache Art verständigen, wenn die Gesprächspartnerinnen oder Gesprächspartner langsam und deutlich sprechen und bereit sind zu helfen.</p> <p>A2 – Grundlegende Kenntnisse Sätze und häufig gebrauchte Ausdrücke verstehen, die mit Bereichen von ganz unmittelbarer Bedeutung zusammenhängen (z. B. Informationen zur Person und zur Familie, Einkaufen, Arbeit, nähere Umgebung). Sich in einfachen, routinemäßigen Situationen verständigen, in denen es um einen einfachen und direkten Austausch von Informationen über vertraute und geläufige Dinge geht. Mit einfachen Mitteln die eigene Herkunft und Ausbildung, die direkte Umgebung und Dinge im Zusammenhang mit unmittelbaren Bedürfnissen beschreiben.</p> <p>B1 – Fortgeschrittene Sprachverwendung Klare Standardsprache verwenden und sich bezüglich vertrauter Dinge aus Arbeit, Schule, Freizeit usw. verständigen. Für Reisen im Sprachgebiet relevanten Gesprächskompetenzen anwenden. Sich einfach und zusammenhängend über vertraute Themen und persönliche Interessengebiete äußern. Über Erfahrungen und Ereignisse berichten, Träume, Hoffnungen und Ziele beschreiben und zu Plänen und Ansichten kurze Begründungen oder Erklärungen geben.</p> <p>B2 – Selbständige Sprachverwendung Sich bezüglich Hauptinhalte komplexer Texte zu konkreten und abstrakten Themen äußern; im eigenen Spezialgebiet an Fachdiskussionen teilnehmen. Sich so spontan und fließend verständigen, dass ein normales Gespräch mit Muttersprachlern ohne größere Anstrengung auf beiden Seiten gut möglich ist. Sich zu einem breiten Themenspektrum klar und detailliert ausdrücken, einen Standpunkt zu einer aktuellen Frage erläutern und die Vor- und Nachteile verschiedener Möglichkeiten angeben.</p> <p>C1 – Fachkundige Sprachkenntnisse Ein breites Spektrum anspruchsvoller, längerer Texte verstehen und auch implizite Bedeutungen erfassen. Sich spontan und fließend ausdrücken, ohne öfter deutlich erkennbar nach Worten suchen zu müssen. Die Sprache im gesellschaftlichen und beruflichen Leben oder in Ausbildung und Studium wirksam und flexibel gebrauchen. Sich klar, strukturiert und ausführlich zu komplexen Sachverhalten äußern und dabei verschiedene Mittel zur Textverknüpfung angemessen verwenden.</p> <p>C2 – Annähernd muttersprachliche Kenntnisse Mühelose Verständigung in allen Sprachsituationen. Informationen aus verschiedenen schriftlichen und mündlichen Quellen zusammenfassen und dabei Begründungen und Erklärungen in einer zusammenhängenden Darstellung wiedergeben. Sich spontan, sehr flüssig und genau ausdrücken und auch bei komplexeren Sachverhalten feinere Bedeutungsnuancen deutlich machen.</p> <p><u>Fremdsprache II /ILV / LV-Nr: SPR 2 / 2.Semester / ECTS: 5</u></p>

	<p>A1 – Anfänger Vertraute, alltägliche Ausdrücke und ganz einfache Sätze verstehen und verwenden, die auf die Befriedigung konkreter Bedürfnisse zielen. Sich und andere vorstellen und anderen Leuten Fragen zu ihrer Person stellen – z. B. wo sie wohnen, was für Leute sie kennen oder was für Dinge sie haben – und auf Fragen dieser Art Antwort geben. Sich auf einfache Art verständigen, wenn die Gesprächspartnerinnen oder Gesprächspartner langsam und deutlich sprechen und bereit sind zu helfen.</p> <p>A2 – Grundlegende Kenntnisse Sätze und häufig gebrauchte Ausdrücke verstehen, die mit Bereichen von ganz unmittelbarer Bedeutung zusammenhängen (z. B. Informationen zur Person und zur Familie, Einkaufen,</p>
--	---

<p>Lehrinhalte</p>	<p>Arbeit, nähere Umgebung). Sich in einfachen, routinemäßigen Situationen verständigen, in denen es um einen einfachen und direkten Austausch von Informationen über vertraute und geläufige Dinge geht. Mit einfachen Mitteln die eigene Herkunft und Ausbildung, die direkte Umgebung und Dinge im Zusammenhang mit unmittelbaren Bedürfnissen beschreiben.</p> <p>B1 – Fortgeschrittene Sprachverwendung Klare Standardsprache verwenden und sich bezüglich vertrauter Dinge aus Arbeit, Schule, Freizeit usw. verständigen. Für Reisen im Sprachgebiet relevanten Gesprächskompetenzen anwenden. Sich einfach und zusammenhängend über vertraute Themen und persönliche Interessengebiete äußern. Über Erfahrungen und Ereignisse berichten, Träume, Hoffnungen und Ziele beschreiben und zu Plänen und Ansichten kurze Begründungen oder Erklärungen geben.</p> <p>B2 – Selbständige Sprachverwendung Sich bezüglich Hauptinhalte komplexer Texte zu konkreten und abstrakten Themen äußern; im eigenen Spezialgebiet an Fachdiskussionen teilnehmen. Sich so spontan und fließend verständigen, dass ein normales Gespräch mit Muttersprachlern ohne größere Anstrengung auf beiden Seiten gut möglich ist. Sich zu einem breiten Themenspektrum klar und detailliert ausdrücken, einen Standpunkt zu einer aktuellen Frage erläutern und die Vor- und Nachteile verschiedener Möglichkeiten angeben.</p> <p>C1 – Fachkundige Sprachkenntnisse Ein breites Spektrum anspruchsvoller, längerer Texte verstehen und auch implizite Bedeutungen erfassen. Sich spontan und fließend ausdrücken, ohne öfter deutlich erkennbar nach Worten suchen zu müssen. Die Sprache im gesellschaftlichen und beruflichen Leben oder in Ausbildung und Studium wirksam und flexibel gebrauchen. Sich klar, strukturiert und ausführlich zu komplexen Sachverhalten äußern und dabei verschiedene Mittel zur Textverknüpfung angemessen verwenden.</p> <p>C2 – Annähernd muttersprachliche Kenntnisse Mühelose Verständigung in allen Sprachsituationen. Informationen aus verschiedenen schriftlichen und mündlichen Quellen zusammenfassen und dabei Begründungen und Erklärungen in einer zusammenhängenden Darstellung wiedergeben. Sich spontan, sehr flüssig und genau ausdrücken und auch bei komplexeren Sachverhalten feinere Bedeutungsnuancen deutlich machen.</p> <p><u>Fremdsprache III /ILV / LV-Nr: SPR 3 / 3.Semester / ECTS: 4</u></p>
--------------------	--

	<p>A1 – Anfänger Vertraute, alltägliche Ausdrücke und ganz einfache Sätze verstehen und verwenden, die auf die Befriedigung konkreter Bedürfnisse zielen. Sich und andere vorstellen und anderen Leuten Fragen zu ihrer Person stellen – z. B. wo sie wohnen, was für Leute sie kennen oder was für Dinge sie haben – und auf Fragen dieser Art Antwort geben. Sich auf einfache Art verständigen, wenn die Gesprächspartnerinnen oder Gesprächspartner langsam und deutlich sprechen und bereit sind zu helfen.</p> <p>A2 – Grundlegende Kenntnisse Sätze und häufig gebrauchte Ausdrücke verstehen, die mit Bereichen von ganz unmittelbarer Bedeutung zusammenhängen (z. B. Informationen zur Person und zur Familie, Einkaufen, Arbeit, nähere Umgebung). Sich in einfachen, routinemäßigen Situationen verständigen, in denen es um einen einfachen und direkten Austausch von Informationen über vertraute und geläufige Dinge geht. Mit einfachen Mitteln die eigene Herkunft und Ausbildung, die direkte Umgebung und Dinge im Zusammenhang mit unmittelbaren Bedürfnissen beschreiben.</p> <p>B1 – Fortgeschrittene Sprachverwendung Klare Standardsprache verwenden und sich bezüglich vertrauter Dinge aus Arbeit, Schule, Freizeit usw. verständigen. Für Reisen im Sprachgebiet relevanten Gesprächskompetenzen anwenden. Sich einfach und zusammenhängend über vertraute Themen und persönliche Interessengebiete äußern. Über Erfahrungen und Ereignisse berichten, Träume, Hoffnungen und Ziele beschreiben und zu Plänen und Ansichten kurze Begründungen oder Erklärungen geben.</p> <p>B2 – Selbständige Sprachverwendung Sich bezüglich Hauptinhalte komplexer Texte zu konkreten und abstrakten Themen äußern; im eigenen Spezialgebiet an Fachdiskussionen teilnehmen. Sich so spontan und fließend verständigen, dass ein normales Gespräch mit Muttersprachlern ohne größere Anstrengung auf beiden Seiten gut möglich ist. Sich zu einem breiten Themenspektrum klar und detailliert ausdrücken, einen Standpunkt zu einer aktuellen Frage erläutern und die Vor- und Nachteile verschiedener Möglichkeiten angeben.</p> <p>C1 – Fachkundige Sprachkenntnisse Ein breites Spektrum anspruchsvoller, längerer Texte verstehen und auch implizite Bedeutungen erfassen. Sich spontan und fließend ausdrücken, ohne öfter deutlich erkennbar nach Worten suchen zu müssen. Die Sprache im gesellschaftlichen und beruflichen Leben oder in Ausbildung und Studium wirksam und flexibel gebrauchen. Sich klar, strukturiert und</p>
--	---

Lehrinhalte	<p>ausführlich zu komplexen Sachverhalten äußern und dabei verschiedene Mittel zur Textverknüpfung angemessen verwenden.</p> <p>C2 – Annähernd muttersprachliche Kenntnisse Mühevolle Verständigung in allen Sprachsituationen. Informationen aus verschiedenen schriftlichen und mündlichen Quellen zusammenfassen und dabei Begründungen und Erklärungen in einer zusammenhängenden Darstellung wiedergeben. Sich spontan, sehr flüssig und genau ausdrücken und auch bei komplexeren Sachverhalten feinere Bedeutungsnuancen deutlich machen.</p>
Lehr- und Lernmethoden	<p><u>Fremdsprache I /ILV / LV-Nr: SPR 1 / 1.Semester / ECTS: 3</u> ILV gestaltet nach kommunikativem, handlungsorientiertem Ansatz</p> <p><u>Fremdsprache II /ILV / LV-Nr: SPR 2 / 2.Semester / ECTS: 5</u> ILV gestaltet nach kommunikativem, handlungsorientiertem Ansatz</p> <p><u>Fremdsprache III /ILV / LV-Nr: SPR 3 / 3.Semester / ECTS: 4</u> ILV gestaltet nach kommunikativem, handlungsorientiertem Ansatz</p>
Bewertungsmethoden Kriterien	<p><u>Fremdsprache I /ILV / LV-Nr: SPR 1 / 1.Semester / ECTS: 3</u> Zur Beurteilung werden die Leistungen und Kompetenzen der Studierenden in Leseverständnis, Hörverständnis, schriftlichem Ausdruck, mündlichem Ausdruck und die Qualität der Mitarbeit (auch online) berücksichtigt.</p> <p><u>Fremdsprache II /ILV / LV-Nr: SPR 2 / 2.Semester / ECTS: 5</u> Zur Beurteilung werden die Leistungen und Kompetenzen der Studierenden in Leseverständnis, Hörverständnis, schriftlichem Ausdruck, mündlichem Ausdruck und die Qualität der Mitarbeit (auch online) berücksichtigt.</p> <p><u>Fremdsprache III /ILV / LV-Nr: SPR 3 / 3.Semester / ECTS: 4</u> Zur Beurteilung werden die Leistungen und Kompetenzen der Studierenden in Leseverständnis, Hörverständnis, schriftlichem Ausdruck, mündlichem Ausdruck und die Qualität der Mitarbeit (auch online) berücksichtigt.</p>

Modulnummer:	Wirtschaftsrecht	Umfang:	
		5	ECTS
WIR			
Studiengang	Fachhochschul-Bachelorstudiengang - Unternehmensführung Vollzeit		
Lage im Curriculum	1. Semester		
	2. Semester		
	3. Semester		
Niveaustufe	1. Semester: Bachelor / 2. Semester: Bachelor / 3. Semester: Bachelor		
Vorkenntnisse	1. Semester: Keine / 2. Semester: Keine / 3. Semester: • Einführung Recht		
Geblockt	nein		
Kreis d. TeilnehmerInnen	MaturantInnen und/oder entsprechende Vorbildung, AnfängerInnen		
Literaturempfehlung	<u>Einführung Recht /ILV / LV-Nr: WIR 1 / 1.Semester / ECTS: 2</u> Bydlinski, P. (2017). Grundzüge des Privatrechts: Für Ausbildung und Praxis. Wien: Manz Verlag. Felten, E., Kofler, G., Mayrhofer, M., Perner, S., & Tumpel, M. (2019). Digitale Transformation im Wirtschafts- und Steuerrecht. Wien: Linde Verlag. Gurmam, S. (2018). Grundzüge des Gesellschafts- und Insolvenzrechts. Wien: Linde. Kunkel, C. (2017). Wirtschaftsrecht: Ausgewählte aktuelle Probleme in Entscheidungsbesprechungen. Wien: Manz Verlag. Markl, C., & Pittl, R. (2018). Einführung in das Privat- und Wirtschaftsrecht. Wien: Neuer Wissenschaftlicher Verlag. Schwimann, M. (2019). Bürgerliches Recht für Anfänger. Wien: LexisNexis. Vieweg, K., & Fischer, M. (2019). Wirtschaftsrecht: Grundlagen. Wien: Manz Verlag. Weilingner, A. (2019). Privatrecht: Eine Einführung. Wien: Facultas.		
	<u>Arbeitsrecht & Arbeitsvertragsgestaltung /ILV / LV-Nr: WIR 2 / 2.Semester / ECTS: 1</u> Bährle, R. (2019). Arbeitsrecht für Arbeitgeber: Tipps zur Vermeidung von kostspieligen Fehlern – Mit zahlreichen Beispielen und Vorlagen für die betriebliche Praxis. Wien: Linde Verlag. Brodil, W., & Risak, M. (2019). Arbeitsrecht in Grundzügen. Wien: LexisNexis. Kietai, C. (2017). Arbeitsrecht I: Gestalter und Gestaltungsmittel. Wien: new academic process. Laimer, H. G., & Wieser, L. (2019). Arbeitsrecht für HR und Personalwesen. Wien: Manz Verlag. Rauch, T. (2018). Arbeitsrecht für Arbeitgeber. Wien: Linde Verlag.		
	<u>Haftungsrechtliche Aspekte des Managements /ILV / LV-Nr: WIR 3 / 3.Semester / ECTS: 2</u> Bollenberger, M. (2017). Geschäftsführerhaftung: Haftung des Geschäftsführers, der Gesellschaft und der Gesellschafter der GmbH. Wien: LexisNexis. Eberhardt, S. R., & Gurmam, S. (2016) (Hrsg.). Managementhaftung in der Praxis. Wien: Verlag Österreich. Ertl, P., Gerlach, R., Griesmayr, N., & Murhi, G. (2019). Persönliche Haftung der Geschäftsführer, Vorstände und Aufsichtsräte. Wien: Linde Verlag. Löschnigg, G., & Melzer-Azodanloo, N. (2008) Raffling, P., & Schock, S. (2018). Digitale Wirtschaft und Industrie 4.0. Wien: Manz Verlag.		
Kompetenzerwerb	<u>Einführung Recht /ILV / LV-Nr: WIR 1 / 1.Semester / ECTS: 2</u> Die Studierenden • kennen die allgemeinen zivil- und allgemein privatrechtlichen Aspekte unternehmerischen Handelns. • verstehen rechtliche Grundprinzipien, die anhand konkreter Beispiele häufiger Problemfälle in der Rechtspraxis vermittelt werden. • können die in der geschäftlichen Praxis regelmäßig auftretenden Rechtsprobleme im Allgemeinen Privat- und Zivilrecht einordnen. • verstehen die juristische Organisation von Unternehmen, das Vertragsrecht von Kaufleuten und die gesellschaftsrechtlichen Alternativen insbesondere bei Unternehmensgründungen. • können die vorgetragenen Rechtsbereiche einordnen und beherrschen deren grundlegende Inhalte.		

	<p><u>Arbeitsrecht & Arbeitsvertragsgestaltung / ILV / LV-Nr: WIR 2 / 2.Semester / ECTS: 1</u></p> <p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none">• kennen die Grundzüge, Gemeinsamkeiten und Unterschiede des deutschen und österreichischen Arbeitsrechts.• kennen die Unterschiede und Gemeinsamkeiten in der Vertragsentstehung bzw. -gestaltung und den daraus resultierenden Pflichten sowohl für den/die ArbeitnehmerIn als auch für den Arbeitgeber.• kennen die wesentlichen Bestimmungen des Kündigungsschutzrechts.• können praktische Fälle beurteilen und reflektieren.• können Arbeitsverträge grundsätzlich aufsetzen.
--	--

<p>Kompetenzerwerb</p>	<p><u>Haftungsrechtliche Aspekte des Managements /ILV / LV-Nr: WIR 3 / 3.Semester / ECTS: 2</u></p> <p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> • kennen die wesentlichen haftungsrechtlich relevanten Aspekte von Geschäftsleitern und Geschäftsführern. • kennen die wesentlichen Problemstellungen und Lösungsmöglichkeiten im Zusammenhang mit Drittinteressen der Gläubiger, Wettbewerber, Verbraucher, Arbeitnehmer, Investoren und Steuerbehörden.
<p>Lehrinhalte</p>	<p><u>Einführung Recht /ILV / LV-Nr: WIR 1 / 1.Semester / ECTS: 2</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Abgrenzung zwischen Privatrecht und Öffentlichem Recht • Lehre von Titel und Modus • Grundlagen des Sachenrechts (inkl. Besitz, Innehabung & Eigentum) • Die natürliche Person (Rechtsfähigkeit und Handlungsfähigkeit) • Die juristische Person • Persönlichkeitsrechte • Das Rechtsgeschäft & der Vertragsabschluss • Allgemeines Vertragsrecht • Stellvertretung & Vollmacht • Rechtsformen der Unternehmen (Personengesellschaften, Kapitalgesellschaften, Mischformen) • Grundlagen des Konsumentenschutzes • Grundlagen des Insolvenzrecht • Datenschutzgrundverordnung <p><u>Arbeitsrecht & Arbeitsvertragsgestaltung /ILV / LV-Nr: WIR 2 / 2.Semester / ECTS: 1</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Überblick über verschiedene Unternehmensformen (GmbH, OHG, KG, GesbR, EWIV, Genossenschaft, Stiftung) und ihre Vor- und Nachteile bzgl. Gestaltung von Arbeitsverträgen und Arbeitnehmerrechten • Rechte und Pflichten von Arbeitgeber und Arbeitnehmer • Mitbestimmung, Kündigung und Kündigungsschutz im Vergleich zwischen Österreich und Deutschland • Elemente eines Arbeitsvertrags in Österreich und Deutschland <p><u>Haftungsrechtliche Aspekte des Managements /ILV / LV-Nr: WIR 3 / 3.Semester / ECTS: 2</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Überblick über das Unternehmensstrafrecht • Überblick über die öffentlich-rechtliche und strafrechtliche Verantwortlichkeit • Grundlagen von Haftungs- und Versicherungsfragen • Haftungsvermeidung und wettbewerbs- sowie gesellschaftsrechtliche Aspekte
<p>Lehr- und Lernmethoden</p>	<p><u>Einführung Recht /ILV / LV-Nr: WIR 1 / 1.Semester / ECTS: 2</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • 25 % der Veranstaltung wird über eLearning abgedeckt. Hierbei wird eine Kombination zwischen Online Phasen (induktive Methode zum eigenständigen Erarbeiten von Wissen und zum Üben von Aufgabenstellungen) und Präsenzphasen (deduktive Methode, bei welcher Hilfestellungen im Lernprozess gegeben werden als auch über Frontalvorträge Wissen vermittelt wird) eingesetzt. • Lösung von Fallbeispielen im Rahmen von Gruppenarbeiten <p><u>Arbeitsrecht & Arbeitsvertragsgestaltung /ILV / LV-Nr: WIR 2 / 2.Semester / ECTS: 1</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Frontalvortrag • Exkursion zu einem Gerichtsverfahren • Ausarbeitung kleinerer Problemstellungen in Gruppen <p><u>Haftungsrechtliche Aspekte des Managements /ILV / LV-Nr: WIR 3 / 3.Semester / ECTS: 2</u></p>

	<ul style="list-style-type: none"> • 25 % der Veranstaltung wird über eLearning abgedeckt. Hierbei wird eine Kombination zwischen Online Phasen (induktive Methode zum eigenständigen Erarbeiten von Wissen und zum Üben von Aufgabenstellungen) und Präsenzphasen (deduktive Methode, bei welcher Hilfestellungen im Lernprozess gegeben werden als auch über Frontalvorträge Wissen vermittelt wird) eingesetzt.
Bewertungsmethoden Kriterien	<u>Einführung Recht /ILV / LV-Nr: WIR 1 / 1.Semester / ECTS: 2</u> <ul style="list-style-type: none"> • Abschlussklausur
	<u>Arbeitsrecht & Arbeitsvertragsgestaltung /ILV / LV-Nr: WIR 2 / 2.Semester / ECTS: 1</u> <ul style="list-style-type: none"> • Abschlussklausur
	<u>Haftungsrechtliche Aspekte des Managements /ILV / LV-Nr: WIR 3 / 3.Semester / ECTS: 2</u> <ul style="list-style-type: none"> • Abschlussklausur und • Quiz

Modulnummer: LEA	Leadership	Umfang:	
		10	ECTS
Studiengang	Fachhochschul-Bachelorstudiengang - Unternehmensführung Vollzeit		
Lage im Curriculum	1. Semester		
	2. Semester		
	3. Semester		
	4. Semester		
Niveaustufe	1. Semester: Bachelor / 2. Semester: Bachelor / 3. Semester: Bachelor / 4. Semester: Bachelor		
Vorkenntnisse	1. Semester: Keine / 2. Semester: k.A / 3. Semester: • Kommunikation, Präsentation & Rhetorik / 4. Semester: • Kommunikation, Präsentation & Rhetorik • Personalmanagement • Organisations- & Personalpsychologie		
Geblockt	nein		
Kreis d. TeilnehmerInnen	MaturantInnen und/oder entsprechende Vorbildung, AnfängerInnen		
Literaturempfehlung	<u>Kommunikation, Präsentation & Rhetorik /ILV / LV-Nr: LEA 1 / 1.Semester / ECTS: 3</u> Braun, R. (2018). Die Macht der Rhetorik: Besser reden – mehr erreichen. München: Redline Verlag. Ehlers, M. (2018). Rhetorik - Die Kunst der Rede im digitalen Zeitalter. Kulmbach: Börsenmedien AG. Haas, H. (2018). Flipchart: Das Praxisbuch für Einsteiger. Frechen: mitp Verlags GmbH. Quintanilla, K. M., & Wahl, S. T. (2019). Business and professional communication: KEYS for workplace excellence. Thousand Oaks, CA: SAGE. Renz, K.-C. (2016). Das 1 x 1 der Präsentation: Für Schule, Studium und Beruf. Wiesbaden: Springer Verlag. Schulenburg, N. (2018). Exzellent präsentieren: Die Psychologie erfolgreicher Ideenvermittlung – Werkzeuge und Techniken für herausragende Präsentationen. Wiesbaden: Springer Verlag.		
	<u>Agiles Projektmanagement /ILV / LV-Nr: LEA 2 / 2.Semester / ECTS: 2</u> Hofert, S. (2018). Das agile Mindset: Mitarbeiter entwickeln, Zukunft der Arbeit gestalten. Wiesbaden: Springer. Kopp, D. (2019). Industrie 4.0: Agiles Arbeiten – Die Zukunft des Projektmanagement. Wien: Westermann. Kraus, G., & Westermann, R. (2019). Projektmanagement mit System: Organisation, Methoden, Steuerun. Wiesbaden: Springer Verlag. Kusay-Merkle, U. (2018). Agiles Projektmanagement im Berufsalltag: Für mittlere und kleine Projekte. Berlin-Heidelberg: Springer Verlag. Kuster, J., Bachmann, C., Huber, E., Hubmann, M., Lippmann, R., Schneider, E., Schneider, P., Witschi, U., & Wüst, R. (2019). Handbuch Projektmanagement: Agil – Klassisch – Hybrid. Wiesbaden: Springer Verlag. Timinger, H. (2017). Modernes Projektmanagement: Mit traditionellen, agilem und hybridem Vorgehen zum Erfolg. Weinheim: Wiley.		
	<u>Konfliktmanagement, Mediation & Verhandlungsführung /ILV / LV-Nr: LEA 3 / 3.Semester /</u>		

	<p>Berning, D. (2017). Mediation und Konfliktkultur: Wie Top-Manager Konflikte lösen. Wiesbaden: Springer Verlag.</p> <p>Fritzsche, T. (2016). Souverän verhandeln: Psychologische Strategien und Methoden. Bern. Hogrefe Verlag.</p> <p>von Kanitz, A. (2018). Crashkurs Professionell Moderieren – inkl. Arbeitshilfen online. Freiburg: Haufe-Lexware.</p> <p>Opresnik, M. O. (2014). Die Geheimnisse erfolgreicher Verhandlungsführung: Besser verhandeln – in jeder Beziehung. Berlin-Heidelberg: Springer Verlag.</p> <p>Rabe, C. S., & Wode, M. (2014). Mediation: Grundlagen, Methoden, rechtlicher Rahmen. Berlin-Heidelberg: Springer Verlag.</p> <p>Schienle, W., & Steinborn, A. (2016). Psychologisches Konfliktmanagement: Professionelles Handwerkszeug für Fach- und Führungskräfte. Wiesbaden: Springer Verlag.</p> <p>Schwarz, G. (2014). Konfliktmanagement: Konflikte erkennen, analysieren, lösen. Wiesbaden: Springer Verlag.</p> <p>Tröndle, J. (2018). Konfliktauflösung durch Selbstveränderung: Mediation als Subjektivierung. Wiesbaden: Springer Verlag.</p>
	<p><u>Kompetenz- & Talentmanagement /ILV / LV-Nr: LEA 4 / 4.Semester / ECTS: 2</u></p> <p>Bornewasser, M. (2018) (Hrsg.). Vernetztes Kompetenzmanagement: Gestaltung von Lernprozessen in organisationsübergreifenden Strukturen. Wiesbaden: Springer Verlag.</p> <p>Hehn, S. (2016). Systematisches Talent Management: Kompetenzen strategisch einsetzen. Stuttgart: Schäffer-Poeschel.</p>

Literaturempfehlung	<p>Kauffeld, S., & Frerichs, F. (2018) (Hrsg.). Kompetenzmanagement in kleinen und mittelständischen Unternehmen: Eine Frage der Betriebskultur? Wiesbaden: Springer Verlag.</p> <p>Minocha, S., & Hristov, D. (2019). Global talent management: An integrated approach. Thousand Oaks, CA: SAGE Publications.</p> <p>Nagler, S., & Löffler, G. (2017). Strategisches Talentmanagement: Die besten Mitarbeiter finden, fördern und binden. Weinheim: Beltz Verlag.</p> <p>North, K., Reinhardt, K., & Sieber-Suter, B. (2018). Kompetenzmanagement in der Praxis: Mitarbeiterkompetenzen systematisch identifizieren, nutzen und entwickeln. Mit vielen Praxisbeispielen. Wiesbaden: Springer Verlag.</p>
Kompetenzerwerb	<p><u>Kommunikation, Präsentation & Rhetorik /ILV / LV-Nr: LEA 1 / 1.Semester / ECTS: 3</u></p> <p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> • können unter Einsatz unterschiedlicher Medien Präsentationsthemen zielorientiert planen, strukturiert gestalten und einem Fachpublikum professionell vorstellen. • kennen die Grundbegriffe kommunikativer Prozesse und sind in der Lage, bewusst Inhalts- und Beziehungsaspekte menschlicher Kommunikation einzusetzen. • kennen die grundlegenden Präsentationstechniken.
	<p><u>Agiles Projektmanagement /ILV / LV-Nr: LEA 2 / 2.Semester / ECTS: 2</u></p> <p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> • sind in der Lage, Projekte mit geringer Komplexität zu definieren, konzipieren, planen, umzusetzen und zu evaluieren. • können Projekte strukturieren, planen und Teammitglieder sinnvoll einsetzen. • können Projekte unter Zuhilfenahme geeigneter Projektplanungssoftware verantwortlich managen. • sind in der Lage, ein Lastenheft und einen Abschlussbericht zu erstellen. • verstehen den Unterschied zwischen klassischem und agilem Projektmanagement. • können agile Methoden im Projektmanagement einsetzen und anwenden.
	<p><u>Konfliktmanagement, Mediation & Verhandlungsführung /ILV / LV-Nr: LEA 3 / 3.Semester /</u></p> <p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> • erkennen die Notwendigkeit der kommunikativen Kompetenz für Konfliktsituation. • entwickeln die Fähigkeit, Konflikte zu analysieren und konstruktiv zu nutzen. • kennen die wesentlichen Verhandlungsmodelle und -techniken und können sie in spezifischen Situationen erfolgreich anwenden. • kennen die wesentlichen kognitiven und emotionalen Einflussfaktoren in Prozessen der Verhandlungsführung. • können in Konfliktfällen erfolgreich vermitteln. • kennen die wesentlichen Deeskalations- und Dialogtechniken im Rahmen der Mediationsverfahren.
	<p><u>Kompetenz- & Talentmanagement /ILV / LV-Nr: LEA 4 / 4.Semester / ECTS: 2</u></p> <p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> • können Talente in einem Unternehmen erkennen bzw. identifizieren. • können ein Talent-Managementsystem aufsetzen. • können ausgewählte Instrumente des Talentmanagements anwenden. • kennen das Konzept des Kompetenzmodells und dessen Bezug bzw. Stellenwert im Personalmanagement.
Lehrinhalte	<p><u>Kommunikation, Präsentation & Rhetorik /ILV / LV-Nr: LEA 1 / 1.Semester / ECTS: 3</u></p>

	<p>Den Studierenden werden die Grundlagen der Sozialkompetenz, Sprech-, Lese- und Schreib- und Präsentationsfähigkeit vermittelt. Sie vermitteln und präsentieren Inhalte aus Wirtschaft, Politik, Kultur und Geschichte sowie interkulturelle Zusammenhänge. Diskussionsfähigkeit und Präsentation spezifischer wirtschaftswissenschaftlicher Themen stehen im Vordergrund. Nach einer kurzen theoretischen Einführung in Präsentationstechnik und Rhetorik wird den Studierenden anhand von Fallstudien und Übungen der Themenbereich der mündlichen und medial gestützten Kommunikation näher gebracht.</p> <p>Besonderes Augenmerk liegt dabei auf der inhaltlichen Vorbereitung (Struktur und Gliederung) und der Durchführung von Präsentationen (Aufbereitung; gezielter Medieneinsatz). Basisinformationen über die Grundbestandteile kommunikativer Prozesse werden vermittelt. Botschaft und Bedeutung sowie Inhalts- und Beziehungsaspekte der menschlichen Kommunikation sollen simulativ erfasst werden können. Bei den Präsentationstechniken ist das Ziel, die Studierenden über die Wirkkanäle (Sprache, Stimme, Körper, Raum) beim Präsentieren zu unterrichten und über deren effektiven Einsatz erste Erfahrungen zu sammeln, um letztlich funktionsfähigere Präsentationen darbieten zu können.</p> <p><u>Agiles Projektmanagement /ILV / LV-Nr: LEA 2 / 2.Semester / ECTS: 2</u></p> <p>Nach der grundlegenden Definition der Funktionen des Projektmanagements werden die Studierenden praktisch an die Anwendung herangeführt. Hierbei werden vor allem die Aufgaben des Projektleiters/der Projektleiterin, sowie weitere Rollen in Projektteams und die</p>
--	--

<p>Lehrinhalte</p>	<p>wichtigsten Projektmanagementwerkzeuge und -methoden besprochen. Die Lehrinhalte beinhalten sowohl den Projektbegriff und die Projektarten als auch Leistungsplanung, Ressourcen- und Kostenplanung, Projektorganisation, IT-gestützte Projektdokumentation und das abschließende Projekthandbuch. Besonderen Stellenwert hat die Fragestellung, wie die Agilität mit klassischem Projektmanagement kombiniert und umgesetzt werden kann.</p> <p>Teil A: Grundlagen des Projektmanagements</p> <ul style="list-style-type: none"> • Bedeutung des Projektmanagements für Unternehmen • Projektdefinition & Abgrenzung zum Projektauftrag • Projektplanung & -organisation • Rollen & Verantwortlichkeiten im Projekt • Projektdurchführung und -controlling • Projektabschluss • Erfolgsfaktoren Projektmanagement • Inhalte Projekthandbuch • Einführung Zeitmanagement & Stressfaktoren in Projekten • Einführung Erstellung Zeit- und Meilensteinplan mit Hilfe von Software <p>Teil B: Agilität im Projektmanagement</p> <ul style="list-style-type: none"> • Aufbau eines agilen Mindsets mit Werten und Prinzipien • Scrum und Scrum-Rollen (Product Owner, Entwicklungsteam, Scrum Master) • Anwendung agiler Techniken (Use Cases, personas, Burn Up Chart, Cumulative Flow Diagram, Earned Value Analyse) • Grundlagen des Kanban und Scrumban <hr/> <p><u>Konfliktmanagement, Mediation & Verhandlungsführung /ILV / LV-Nr: LEA 3 / 3.Semester /</u></p> <p>Teil A: Konfliktmanagement</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kommunikationsmodelle und Konflikttheorien • Phasen der Konfliktbearbeitung • Tools zur Konfliktlösung und -prävention • Fallbezogene Erarbeitung von Konfliktlösungen und Vereinbarungen <p>Teil B: Verhandlungstechniken</p> <ul style="list-style-type: none"> • Modelle, Strategien und Techniken der Verhandlungen • Verhaltensorientierte Aspekte im Bargaining/Negotiation • Rollenspiele und Fallstudien zu realen Verhandlungssituationen <p>Teil C: Mediation</p> <ul style="list-style-type: none"> • Konflikteskalationsmodelle • Deeskalations- und Dialogtechniken • Methoden der Wirtschaftsmediation • Fallbeispiel zu Phasen des Mediationsverfahrens <hr/> <p><u>Kompetenz- & Talentmanagement /ILV / LV-Nr: LEA 4 / 4.Semester / ECTS: 2</u></p>
--------------------	---

	<p>Teil A: Grundlagen des Kompetenz- & Talentmanagements</p> <ul style="list-style-type: none"> • Definition von Kompetenz- & Talentmanagement und Einordnung in den Bereich des Human Resources Managements • Identifikation von Talenten (Messung von Talent, Messung der Performance, Messung der Kompetenzen, Messung des Potenzials) • Kernelemente zur Gestaltung eines Talentmanagementsystems (Attraction, Development, Retention, Placement) • Rahmenbedingungen für ein erfolgreiches Talentmanagement <p>Teil B: Vertiefung in Kompetenz- & Talentmanagement</p> <ul style="list-style-type: none"> • Einführung eines Talentmanagementsystems • Finden von Talenten (Auswahlverfahren, Arbeitgeber-Tuning) • Binden von Talenten (Karrierewege, Teamentwicklung) • Entwickeln und fördern von Talenten (Coaching, Mentoring, Führen von Talenten) • Entwicklung einer Kompetenz- & Talentmanagementstrategie <p>Teil C: Instrumente des Kompetenz- & Talentmanagements</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kompetenzmodell, Kompetenzkatalog und Kompetenzen (Fachkompetenz, Methodenkompetenz, Soziale Kompetenz, Personale Kompetenz) • Rollenkatalog und Rollenprofile • Kompetenzdiagnose und Mitarbeitergespräch • Kompetenzentwicklungsplan und Reifegradmodell • Zielvereinbarung und Performancemessung • Talent- und Teamanalyse • Analyse der beruflichen Interessen und Beurteilung der kognitiven Fähigkeiten • 360-Grad-Feedback und Coaching • HR-Analytics
<p>Lehr- und Lernmethoden</p>	<p><u>Kommunikation, Präsentation & Rhetorik /ILV / LV-Nr: LEA 1 / 1.Semester / ECTS: 3</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Die Veranstaltung wird mit Präsenzphasen (deduktive Methode, bei welcher Hilfestellungen

Lehr- und Lernmethoden	<p>im Lernprozess gegeben werden als auch über Frontalvorträge Wissen vermittelt wird) durchgeführt.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Zudem werden die Studierenden in Gruppenarbeiten Problemstellungen lösen und präsentieren, welche im Plenum diskutiert werden. • Es werden ausgewählte Übungen durchgeführt, um die Kommunikationsfähigkeiten als auch die rhetorischen Fähigkeiten der Studierenden zu fördern bzw. zu entwickeln.
	<p><u>Agiles Projektmanagement /ILV / LV-Nr: LEA 2 / 2.Semester / ECTS: 2</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Die Veranstaltung wird mit Präsenzphasen (deduktive Methode, bei welcher Hilfestellungen im Lernprozess gegeben werden als auch über Frontalvorträge Wissen vermittelt wird) durchgeführt. • Zudem werden die Studierenden ein Projekt unter Anwendung von Software planen.
	<p><u>Konfliktmanagement, Mediation & Verhandlungsführung /ILV / LV-Nr: LEA 3 / 3.Semester /</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Die Veranstaltung wird mit Präsenzphasen (deduktive Methode, bei welcher Hilfestellungen im Lernprozess gegeben werden als auch über Frontalvorträge Wissen vermittelt wird) durchgeführt. • Zudem werden die Studierenden in Gruppenarbeiten Problemstellungen lösen und präsentieren, welche im Plenum diskutiert werden. • Es werden ausgewählte Übungen durchgeführt, um die Fähigkeiten zur Lösung von Konflikten als auch die Kompetenzen zur Führung von Verhandlungen zu fördern bzw. zu entwickeln.
	<p><u>Kompetenz- & Talentmanagement /ILV / LV-Nr: LEA 4 / 4.Semester / ECTS: 2</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Die Veranstaltung wird mit Präsenzphasen (deduktive Methode, bei welcher Hilfestellungen im Lernprozess gegeben werden als auch über Frontalvorträge Wissen vermittelt wird) durchgeführt. • Zudem werden die Studierenden in Gruppenarbeiten Problemstellungen lösen und präsentieren, welche im Plenum diskutiert werden. • Es werden ausgewählte Übungen durchgeführt, um die Fähigkeiten zur Erkennung von Kompetenzen und Talenten zu fördern bzw. zu entwickeln.
Bewertungsmethoden Kriterien	<p><u>Kommunikation, Präsentation & Rhetorik /ILV / LV-Nr: LEA 1 / 1.Semester / ECTS: 3</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Abschlusspräsentationen
	<p><u>Agiles Projektmanagement /ILV / LV-Nr: LEA 2 / 2.Semester / ECTS: 2</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Projektdokumentation
	<p><u>Konfliktmanagement, Mediation & Verhandlungsführung /ILV / LV-Nr: LEA 3 / 3.Semester /</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Abschlusspräsentationen
	<p><u>Kompetenz- & Talentmanagement /ILV / LV-Nr: LEA 4 / 4.Semester / ECTS: 2</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Abschlusspräsentation • Abschlussklausur

Modulnummer:	Marketing, Kunden- & Vertriebsmanagement	Umfang:	
MKV		7	ECTS
Studiengang	Fachhochschul-Bachelorstudiengang - Unternehmensführung Vollzeit		
Lage im Curriculum	1. Semester		
	3. Semester		
Niveaustufe	1. Semester: Bachelor / 3. Semester: Bachelor / 3. Semester: k.A.		
Vorkenntnisse	1. Semester: k.A. / 3. Semester: • Marketing (E)		
Geblockt	nein		
Kreis d. TeilnehmerInnen	MaturantInnen und/oder entsprechende Vorbildung, AnfängerInnen		
Literaturempfehlung	<p><u>Marketing (E) /ILV / LV-Nr: MKV 1 / 1.Semester / ECTS: 3</u></p> <p>Bruhn, M. (2019). Marketing: Grundlagen für Studium und Praxis. Wiesbaden: Springer Verlag.</p> <p>Kotler, P., Keller, K. L., & Opresnik M. O. (2017). Marketing-Management: Konzepte – Instrumente – Unternehmensfallstudien. Hallbergmoos: Pearson.</p> <p>Kotler, P., Armstrong, G., Harris, L. C., & Piercy, N. (2016). Grundlagen des Marketing. Hallbergmoos: Pearson.</p> <p>Meffert, H., Burmann, C., Kirchgeorg, M., & Eisenbeiß, M. (2019). Marketing: Grundlagen marktorientierter Unternehmensführung, Konzepte – Instrumente - Praxisbeispiele. Wiesbaden: Springer Verlag.</p> <p>Winnen, L., Rühle, A., & Wrobel, A. (2019). Innovativer Einsatz digitaler Medien in Marketing. Wiesbaden: Springer Verlag.</p>		
	<p><u>Sales & Customer Relationship Management (E) /ILV / LV-Nr: MKV 2 / 3.Semester / ECTS: 2</u></p> <p>Biesel, H., & Hame, H. (2018). Vertrieb und Marketing in der digitalen Welt: So schaffen Unternehmen die Business Transformation in der Praxis. Wiesbaden: Springer Verlag.</p> <p>Entrup, M. L., & Goetjes, D. (2019). Sales & Operations Planning in der Konsumgüterindustrie: Mit Best-Practice-Prozessen nachhaltig die Wettbewerbsfähigkeit steigern. Wiesbaden: Springer Verlag.</p> <p>Menthe, T., & Sieg, M. (2018). Kundennutzen – Schlüssel zum Verkaufserfolg. Wiesbaden: Springer.</p> <p>Pufahl, M. (2019). Sales Performance Management: Exzellenz im Vertrieb mit ganzheitlichen Steuerungskonzepten. Wiesbaden: Springer Verlag.</p> <p>Riedl, H., & Printing, C. (2019). Digitalisierung im Filialsystem: Prozesse und Module für Umsetzung und Führung. Wiesbaden: Springer Verlag.</p> <p>Scheed, B., & Scherer, P. (2019). Strategisches Vertriebsmanagement: B2B-Vertrieb im digitalen Zeitalter. Wiesbaden: Springer Verlag.</p>		
	<p><u>Digitales Marketing: E-Competence & Social Media (E) /ILV / LV-Nr: MKV 3 / 3.Semester /</u></p> <p>Dahl, S. (2018). Social media marketing. London, UK: SAGE Publications.</p> <p>Hanlon, A. (2019). Digital marketing: Strategic planning & integration. London, UK: SAGE Publications.</p> <p>Heinemann, G. (2019). Der neue Online-Handel: Geschäftsmodelle, Geschäftssysteme und Benchmarks im E-Commerce. Wiesbaden: Springer Verlag.</p> <p>Kreutzer, R. T. (2017). Praxisorientiertes Online-Marketing: Konzepte – Instrumente - Checklisten. Wiesbaden: Springer Verlag.</p> <p>Lammenett, E. (2017). Praxiswissen Online-Marketing: Affiliate- und E-Mail-Marketing, Suchmaschinenmarketing, Online-Werbung, Social Media, Facebook-Werbung. Wiesbaden: Springer Verlag.</p> <p>Tuten, T. L., & Solomon, M. R. (2018). Social media marketing. London, UK: SAGE Publications.</p>		
Kompetenzerwerb	<u>Marketing (E) /ILV / LV-Nr: MKV 1 / 1.Semester / ECTS: 3</u>		

	<p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none">• kennen Problemstellungen und Lösungsansätze des Marketing-Managements.• beherrschen die Instrumente des Marketing-Mixes.• kennen die Grundzüge des Konsumentenverhaltens und hinterfragen Vermarktungsansätze auch unter ethischen Gesichtspunkten.• verstehen den Einfluss des digitalen Marketings für die Unternehmensstrategie.
	<p><u>Sales & Customer Relationship Management (E) /ILV / LV-Nr: MKV 2 / 3.Semester / ECTS: 2</u></p> <p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none">• kennen die grundlegenden Konzepte des Vertriebsmanagements und des Kundenbindungsmanagements.• können den Aufbau einer Vertriebsorganisation einordnen und beurteilen.• kennen den Kontext und die vielfältigen Anforderungen an VertriebsmitarbeiterInnen.• kennen die Hintergründe des CRM-Ansatzes und verstehen die Herausforderungen und Vorteile eines CRM-Systems.

<p>Kompetenzerwerb</p>	<p><u>Digitales Marketing: E-Competence & Social Media (E) /ILV / LV-Nr: MKV 3 / 3.Semester /</u></p> <p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> • kennen die modernen Methoden des e-Marketings und des Social Media Marketings. • kennen den Kontext von Online Marketing Strategien. • können das Konzept der 4P, 5P und/oder 7P auf e-Marketing anwenden. • kennen die notwendigen organisatorischen Voraussetzungen für erfolgreiches e-Marketing. • können e-Marketing Strategien selbständig entwickeln und beurteilen.
<p>Lehrinhalte</p>	<p><u>Marketing (E) /ILV / LV-Nr: MKV 1 / 1.Semester / ECTS: 3</u></p> <p>Vermittlung von Grundlagen des Marketings unter folgenden Aspekten:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Definition und Einsatzbereiche des Marketings • Bedeutung und Aufgaben des Marketings im 21. Jahrhundert • Gesellschaftliche Verantwortung und Ethik im Marketing • Strategisches Marketing / Marktsegmentierung • Analyse des Käuferverhaltens in Konsumgütermärkten • Marketing-Mix (4P) • Internationales Marketing • Marktorientierung in Unternehmenskultur und Führung • Zukunftsperspektiven des Marketings <hr/> <p><u>Sales & Customer Relationship Management (E) /ILV / LV-Nr: MKV 2 / 3.Semester / ECTS: 2</u></p> <p>Die Vorlesung bietet einen Überblick über die Themengebiete des Vertriebsmanagements und des Kundenbindungsmanagements, insbesondere im KMU-Umfeld und unter besonderer Berücksichtigung folgender Schwerpunkte:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Werkzeuge und Methoden des Vertriebsmanagements • Aufbau, Organisation und Optimierung der Vertriebsstruktur • Rekrutierung & Weiterentwicklung von VertriebsmitarbeiterInnen • Vertriebspolitische Zielsetzungen und Strategien • Verkaufs- und Verhandlungsprozess im Vertrieb • Verantwortungsbereich des Customer Relationship Managements • Qualität- und Zufriedenheitsmessung als Basis für CRM • Erfolgsfaktoren für die Einführung eines CRM-Systems (auch unter datenschutzrechtlichen Gesichtspunkten) <hr/> <p><u>Digitales Marketing: E-Competence & Social Media (E) /ILV / LV-Nr: MKV 3 / 3.Semester /</u></p> <p>Die Lehrveranstaltung zeigt moderne Methoden des digitalen und e-Marketings und dessen Hintergrund auf. Sowohl theoretische wie auch praktische Kenntnisse im Bereich der Social Networks und des Social Media Marketings werden vermittelt. Themenfelder im Rahmen der Lehrveranstaltung sind schwerpunktmäßig:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Hintergrundwissen zum Thema e-Commerce (Kundenerwartungen und -anforderungen; soziale, rechtliche & ethische Fragestellungen) • Online- und Social Media Marketing-Strategien • Online- und Social Media Ziele • Taktiken im digitalen Marketing (Suchmaschinenoptimierung [SEO], Content-Marketing, Inbound-Marketing, Social Media-Marketing, Pay-per-Click, Partner Marketing, Native Advertising, E-Mail Marketing, Online-PR) • e-Marketing-Mix und Erweiterung der 4P im Online Kontext • Organisatorische Voraussetzungen für digitales und Online Marketing • Monitoring, Messung, Online Reputation Management & Öffentlichkeitsarbeit
<p>Lehr- und Lernmethoden</p>	<p><u>Marketing (E) /ILV / LV-Nr: MKV 1 / 1.Semester / ECTS: 3</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • 33 % der Veranstaltung wird über eLearning abgedeckt. Hierbei wird eine Kombination zwischen Online Phasen (induktive Methode zum eigenständigen Erarbeiten von Wissen und zum Üben von Aufgabenstellungen) und Präsenzphasen (deduktive Methode, bei welcher Hilfestellungen im Lernprozess gegeben werden als auch über Frontalvorträge Wissen vermittelt wird) eingesetzt.

	<p><u>Sales & Customer Relationship Management (E) /ILV / LV-Nr: MKV 2 / 3.Semester / ECTS: 2</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • 25 % der Veranstaltung wird über eLearning abgedeckt. Hierbei wird eine Kombination zwischen Online Phasen (induktive Methode zum eigenständigen Erarbeiten von Wissen und zum Üben von Aufgabenstellungen) und Präsenzphasen (deduktive Methode, bei welcher Hilfestellungen im Lernprozess gegeben werden als auch über Frontalvorträge Wissen vermittelt wird) eingesetzt. <hr/> <p><u>Digitales Marketing: E-Competence & Social Media (E) /ILV / LV-Nr: MKV 3 / 3.Semester /</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • 25 % der Veranstaltung wird über eLearning abgedeckt. Hierbei wird eine Kombination zwischen Online Phasen (induktive Methode zum eigenständigen Erarbeiten von Wissen und zum Üben von Aufgabenstellungen) und Präsenzphasen (deduktive Methode, bei welcher Hilfestellungen im Lernprozess gegeben werden als auch über Frontalvorträge
--	---

Bewertungsmethoden Kriterien	<u>Marketing (E) /ILV / LV-Nr: MKV 1 / 1.Semester / ECTS: 3</u> <ul style="list-style-type: none"> • Abschlussklausur • Quiz
	<u>Sales & Customer Relationship Management (E) /ILV / LV-Nr: MKV 2 / 3.Semester / ECTS: 2</u> <ul style="list-style-type: none"> • Abschlussklausur und • Quiz
	<u>Digitales Marketing: E-Competence & Social Media (E) /ILV / LV-Nr: MKV 3 / 3.Semester /</u> <ul style="list-style-type: none"> • Abschlussklausur und • Quiz

Modulnummer:	Strategisches Management	Umfang:	
STM		5	ECTS
Studiengang	Fachhochschul-Bachelorstudiengang - Unternehmensführung Vollzeit		
Lage im Curriculum	1. Semester 4. Semester		
Niveaustufe	1. Semester: Bachelor / 4. Semester: Bachelor		
Vorkenntnisse	1. Semester: Keine / 4. Semester: • Einführung in BWL • Strategische Unternehmensführung & Unternehmensethik • Grundlagen des Entrepreneurship • Strategy Development & Execution (E) • Gründungsmanagement		
Geblockt	nein		
Kreis d. TeilnehmerInnen	MaturantInnen und/oder entsprechende Vorbildung, AnfängerInnen		
Literaturempfehlung	<u>Strategische Unternehmensführung & Unternehmensethik /ILV / LV-Nr: STM 1 / 1.Semester</u> Bea, F. X., & Haas, J. (2017). Strategisches Management. Konstanz: UVK Verlag. Erner, M. (2019). Management 4.0 – Unternehmensführung im digitalen Zeitalter. Berlin-Heidelberg: Springer Verlag. Gassmann, O., & Sutter, P. (2016). Digitale Transformation im Unternehmen gestalten: Geschäftsmodelle, Erfolgsfaktoren, Handlungsanweisungen, Fallstudien. München: Carl Hanser Verlag. Hinterhuber, H. H. (2015). Strategische Unternehmensführung: Das Gesamtmodell für nachhaltige Wertsteuerung. Berlin: Erich Schmidt Verlag. Klasen, J. (2019). Business Transformation: Praxisorientierter Leitfaden zur erfolgreichen Neuausrichtung von Unternehmen und Geschäftsfeldern. Wiesbaden: Springer Verlag. Spinello, R. A. (2019). Business ethics: Contemporary issues and cases. Thousand Oaks, CA: SAGE. Tokarski, K. O., Schellinger, J., & Berchtold, P. (2019) (Hrsg.). Nachhaltige Unternehmensführung: Herausforderungen und Beispiele aus der Praxis. Wiesbaden: Springer Verlag. Welge, M. K., Al-Laham, A., & Eulerich, M. (2017). Strategisches Management: Grundlagen – Prozess – Implementierung. Wiesbaden: Springer.		
	<u>Geschäftsmodelle: Analyse & Anwendung /ILV / LV-Nr: STM 2 / 4.Semester / ECTS: 3</u> Bock, A. J., & George, G. (2018). The business model book: Design, build and adapt business ideas that drive business growth. Harlow, UK: Pearson. Gassmann, O., Frankenberger, K., & Csik, M. (2014). The business model navigator: 55 models that will revolutionise your business. Harlow, UK: Pearson. Glauner, F. (2016). Zukunftsfähige Geschäftsmodelle und Werte: Strategieentwicklung und Unternehmensführung in disruptiven Märkten. Berlin-Heidelberg: Springer Verlag. Klasen, J. (2019). Business Transformation: Praxisorientierter Leitfaden zur erfolgreichen Neuausrichtung von Unternehmen und Geschäftsfeldern. Wiesbaden: Springer Verlag. Linz, C., Müller-Stewens, G., & Zimmermann, A. (2017). Radical business model transformation: Applying behavioural insights for improved organizational strategy. London: Kogan Page.		
Kompetenzerwerb	Strategische Unternehmensführung & Unternehmensethik /ILV / LV-Nr: STM 1 / 1.Semester		

	<p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none">• kennen die Haupteinflussfaktoren auf sich ändernde Markt- und Umweltbedingungen in stark vernetzten und interagierenden Märkten.• können grundlegende unternehmensstrategische Betrachtungen anstellen, die wertebasiert und einem Stakeholder-Ansatz verpflichtet sind.• sind in der Lage, aktuelle Markt-, Umwelt- und Umfeldbedingungen im Bereich der klein- und mittelständischen Unternehmen zu analysieren.• kennen die wesentlichen unternehmens- und wirtschaftsethischen Grundprinzipien und Diskussionsbeiträge insb. im Bereich der Corporate Governance-Debatte.• verstehen den Einfluss von Industrie 4.0 und Digitalisierung hinsichtlich der strategischen Ausrichtung von Unternehmen.• kennen den Prozess zur Einführung einer Unternehmensstrategie unter Anwendung ausgewählter betriebswirtschaftlicher Instrumente. <hr/> <p><u>Geschäftsmodelle: Analyse & Anwendung /ILV / LV-Nr: STM 2 / 4.Semester / ECTS: 3</u></p> <p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none">• sind in der Lage, die Methoden der Geschäftsmodell-Innovation (Metamodell, Vorgehensmodell, Techniken und Ergebnisse) zu verstehen und anzuwenden.• sind befähigt, ein (digitales) Geschäftsmodelle zu analysieren und eigene Geschäftsmodelle zu entwickeln/zu implementieren.• können die erstellten Ergebnisse selbständig reflektieren.
--	---

Lehrinhalte	<p><u>Strategische Unternehmensführung & Unternehmensethik /ILV / LV-Nr: STM 1 / 1.Semester</u></p> <p>Teil A: Elemente des strategischen Managements</p> <ul style="list-style-type: none"> • Der Strategieprozess • Mission und Vision • Instrumente der strategischen Planung (Umweltanalyse, Umfeldanalyse extern & intern, SWOT-Analyse, Szenariotechnik, Delphimethode, Erfahrungskurve, Benchmarking) • Strategiemodelle (Portfoliotechnik, Wertkette von Porter, Ansoff Matrix, 7S-Konzept, St. Galler Managementmodell, Digitalisierung in der Strategieentwicklung) <p>Teil B: Corporate Governance & Unternehmensethik</p> <ul style="list-style-type: none"> • Corporate Governance Kodex in Österreich & Deutschland • Strategisches Nachhaltigkeits- und CSR-Management • Werteorientierte Führung (Ethical Leadership) • Unternehmensethik in Rahmen der Digitalisierung • Ausgewählte Aspekte der Unternehmensethik (Menschenrechte, Arbeitsnormen, Umwelt, Korruptionsprävention)
	<p><u>Geschäftsmodelle: Analyse & Anwendung /ILV / LV-Nr: STM 2 / 4.Semester / ECTS: 3</u></p> <p>Teil A: Grundlagen der Modellierung von Geschäftsmodellen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Merkmale • Elemente und Ebenen von Geschäftsmodellen • Arbeit mit aktuellen Geschäftsmodell-Konzepten: Business Model Canvas • Value Proposition Design • Business Model Navigator, Business Model Kit, Lean Startup, Design Thinking, Sprint, „AndersArtigkeit“ u.a. <p>Teil B: Analyse und Entwicklung von Geschäftsmodellen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Entwicklung und Bewertung von Geschäftsideen (Trendforschung, Zukunftsbranchen, etc.) • Vorgehen bei der Geschäftsmodell-Innovation • Besonderheiten bei der Entwicklung von Geschäftsmodellen: z.B. Digital Business Modelling, High-Tech-Gründungen, Web-basierte Geschäftsmodelle, Dienstleistungs- und Servicebasierte Geschäftsmodelle; <p>Teil C: Beispiele innovativer Geschäftsmodelle Beispiele aus dem Business-to-Consumer-Bereich; Beispiele aus dem Business-to-Business-Bereich. Beispiele für kleine und mittlere Unternehmen</p>
Lehr- und Lernmethoden	<p><u>Strategische Unternehmensführung & Unternehmensethik /ILV / LV-Nr: STM 1 / 1.Semester</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • 25 % der Veranstaltung wird über eLearning abgedeckt. Hierbei wird eine Kombination zwischen Online Phasen (induktive Methode zum eigenständigen Erarbeiten von Wissen und zum Üben von Aufgabenstellungen) und Präsenzphasen (deduktive Methode, bei welcher Hilfestellungen im Lernprozess gegeben werden als auch über Frontalvorträge Wissen vermittelt wird) eingesetzt.
	<p><u>Geschäftsmodelle: Analyse & Anwendung /ILV / LV-Nr: STM 2 / 4.Semester / ECTS: 3</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • 20 % der Veranstaltung wird über eLearning abgedeckt. Hierbei wird eine Kombination zwischen Online Phasen (induktive Methode zum eigenständigen Erarbeiten von Wissen und zum Üben von Aufgabenstellungen) und Präsenzphasen (deduktive Methode, bei welcher Hilfestellungen im Lernprozess gegeben werden als auch über Frontalvorträge Wissen vermittelt wird) eingesetzt.
Bewertungsmethoden Kriterien	<p><u>Strategische Unternehmensführung & Unternehmensethik /ILV / LV-Nr: STM 1 / 1.Semester</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Abschlussklausur und • Quiz

	<p><u>Geschäftsmodelle: Analyse & Anwendung /ILV / LV-Nr: STM 2 / 4.Semester / ECTS: 3</u></p> <ul style="list-style-type: none">• Abschlusspräsentation und• Hausarbeit
--	---

Modulnummer:	Strategisches Marketing	Umfang:	
		5	ECTS
SMK			
Studiengang	Fachhochschul-Bachelorstudiengang - Unternehmensführung Vollzeit		
Lage im Curriculum	2. Semester		
	3. Semester		
Niveaustufe	2. Semester: Bachelor / 3. Semester: k.A.		
Vorkenntnisse	2. Semester: • Marketing (E) / 2. Semester: • Marketing • Methoden der empirischen Sozialforschung / 3. Semester: • Marketing (E)		
Geblockt	nein		
Kreis d. TeilnehmerInnen	MaturantInnen und/oder entsprechende Vorbildung, AnfängerInnen		
Literaturempfehlung	<u>Market Research (E) /ILV / LV-Nr: SMK 1 / 2.Semester / ECTS: 2</u> Harrison, M., Cupman, J., Truman, O., & Hague, P. N. (2016). Market research in practice: An introduction to gaining greater market insight. London: Kogan Page. Keller, B., Klein, H.-W., & Wirth, T. (2018). Qualität und Data Science in der Marktforschung: Prozesse, Daten und Modelle der Zukunft. Wiesbaden: Springer Verlag. Kuß, A., Wildner, R., & Kreis, H. (2018). Marktforschung: Datenerhebung und Datenanalyse. Wiesbaden: Springer Verlag. Mcquarrie, E. F. (2016). The market research toolbox: A concise guide for beginners. Thousand Oaks, CA: SAGE. Steffen, A., & Doppler, S. (2019). Einführung in die Qualitative Marktforschung: Design – Datengewinnung – Datenauswertung. Wiesbaden: Springer Verlag.		
	<u>Brand Management (E) /ILV / LV-Nr: SMK 2 / 2.Semester / ECTS: 1</u> Beverland, M. (2018). Brand management: Co-creating meaningful brands. Thousand Oaks, CA: SAGE Publications. Cloosterman, M., & Hoekstra, L. (2019). Vermögenswert Marke: Mit Brand Management messbar zum Unternehmenserfolg beitragen. Wiesbaden: Springer Verlag. Esch, F.-R. (2017). Strategie und Technik der Markenführung. München: Vahlen Verlag. Keller, K. L. (2013). Strategic brand management: Building, measuring, and managing brand equity. Essex, UK: Pearson. Kugler, S., von Janda-Eble, H. (2017). Markenmanagement mit System: Wie Sie ihre Marke strukturiert aufbauen und führen. Wiesbaden: Springer Verlag. Misof, G., & Schwarz, M. (2017). Innovatives Brand Management: Wie Sie Marken in digitalen Zeiten organisieren, führen und optimieren. Wiesbaden: Springer.		
	<u>Investitionsgüter- & Dienstleistungsmarketing /ILV / LV-Nr: SMK 3 / 3.Semester / ECTS: 2</u> Bruhn, M., Meffert, H., & Hadwich, K. (2019). Handbuch Dienstleistungsmarketing: Planung – Umsetzung - Kontrolle. Wiesbaden: Springer Verlag. King, K. A. (2015). Complete guide to B2B marketing: New tactics, tools and techniques to compete in the digital economy. Harlow, UK: Pearson. Klein, M. (2012). Erfolgreiches Investitionsgütermarketing: Umsatzplus nach dem MASCOTE-Prinzip. Wiesbaden: Springer. Meffert, H., Bruhn, M., & Hadwich, K. (2018). Dienstleistungsmarketing: Grundlagen – Konzepte – Methoden. Wiesbaden: Springer Verlag. Richter, H. P. (2013). Investitionsgütermarketing: Business-to-Business-Marketing von Industrieunternehmen. München: Carl Hanser Verlag. Wirtz, J., Lovelock, C. H., & Chew, P. (2018). Essentials of services marketing. Harlow, UK: Pearson.		
Kompetenzerwerb	<u>Market Research (E) /ILV / LV-Nr: SMK 1 / 2.Semester / ECTS: 2</u> Die Studierenden • kennen unterschiedliche qualitative und quantitative Methoden der Marktforschung. • können Marktforschungskonzepte entwickeln und notwendige Instrumente zur Durchführung anwenden. • kennen qualitative und quantitative Analysemethoden. • können einen Abschlussbericht zu einem Marktforschungsprojekt erstellen.		
	<u>Brand Management (E) /ILV / LV-Nr: SMK 2 / 2.Semester / ECTS: 1</u>		

Die Studierenden

- kennen die grundlegenden Strategien und Instrumente des Markenaufbaus und der Markenführung.
- kennen die psychologischen und emotionalen Hintergründe von Marken.
- kennen die Ansätze zur monetären Messung des Markenwerts.
- können Strategien zum Markenaufbau selbständig entwickeln und Konzepte zur Markenführung beurteilen.

<p>Kompetenzerwerb</p>	<p><u>Investitionsgüter- & Dienstleistungsmarketing /ILV / LV-Nr: SMK 3 / 3.Semester / ECTS: 2</u></p> <p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> • kennen die Unterschiede zwischen den unterschiedlichen Produkt- und Branchenarten. • können ein technisches Vermarktungs- und Vertriebskonzept beurteilen und selbst entwickeln. • kennen die Instrumente der Vermarktung von Investitionsgütern und Dienstleistungen.
<p>Lehrinhalte</p>	<p><u>Market Research (E) /ILV / LV-Nr: SMK 1 / 2.Semester / ECTS: 2</u></p> <p>Teil A: Grundlagen der Marktforschung</p> <ul style="list-style-type: none"> • Definition und Ziele der Marktforschung und Unterscheidung zur Meinungsforschung • Phasen der Marktforschung • Methoden der Marktforschung (Sekundärmarktforschung, Primärmarktforschung) • Prozessschritte im Rahmen eines Marktforschungsprojekts <p>Teil B: Methoden & Verfahren der Marktforschung</p> <ul style="list-style-type: none"> • Methoden der Marktforschung (Strukturanalysen, Messung von Nutzung und Verbreitung, Bedarfs- und Verbrauchsanalysen, Imageanalysen, Messung von Einstellungen, Absichten und Verhaltensparametern) • Analysemethoden (univariate Methoden [Häufigkeitszählungen, Häufigkeitsverteilung], bivariate Methoden [Kreuztabellen, Korrelation, einfache Regressionsanalyse]) • Verfahren der Marktforschung (Erhebung und Analyse aus Demografie, Sozialstrukturen, Kaufkraft, Bildung, Familienstrukturen; Befragungen; Imageanalysen; Fokusgruppen; biometrische Test- und Messverfahren; experimentelle Produkttests; Verhaltensbeobachtungen und -analysen) <hr/> <p><u>Brand Management (E) /ILV / LV-Nr: SMK 2 / 2.Semester / ECTS: 1</u></p> <p>Teil A: Grundlagen des Brand Management</p> <ul style="list-style-type: none"> • Definition des Begriffs Marke • Das Konzept des Brand Equity (Markenwert, Reputation vs. Brand Equity) • Messung des Markenwerts (Messung des Brand Equity, Brand Awareness, Brand Association, qualitative und quantitative Ansätze, Brand Tracking, Brand Authenticity) <p>Teil B: Markenmanagement & -entwicklung</p> <ul style="list-style-type: none"> • Die 8 Stufen der Markenentwicklung • Markenpositionierung • Markenname, Markenlogo und Markenelemente • Brand Experience und Markenstrategien • Die 5 Stufen der Markendehnung • Co-Branding • Die 3 Perspektiven der Markeninnovation <hr/> <p><u>Investitionsgüter- & Dienstleistungsmarketing /ILV / LV-Nr: SMK 3 / 3.Semester / ECTS: 2</u></p> <p>Übertragung der Marketing-Grundkenntnisse auf den Bereich der Investitionsgüter und Dienstleistungen. Diese Vorlesung ist inhaltlich in 2 Unterthemen aufgeteilt:</p> <p>Teil A: Investitionsgütermarketing</p> <ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen des B2B-Marketings • Kaufverhalten auf Business-Märkten / Organisationales Beschaffungsverhalten • Instrumente des B2B-Marketings • Informationsbeschaffung & Unsicherheit als verhaltensbestimmende Merkmale • Analyse des Buying Centers <p>Teil B: Dienstleistungsmarketing</p> <ul style="list-style-type: none"> • Besonderheiten des Dienstleistungsmarketings • Konzepte des Dienstleistungsmarketings • Informationsgrundlagen des Dienstleistungsmarketings • Operatives Dienstleistungsmarketing & Instrumente
<p>Lehr- und Lernmethoden</p>	<p><u>Market Research (E) /ILV / LV-Nr: SMK 1 / 2.Semester / ECTS: 2</u></p>

	<ul style="list-style-type: none"> • 25 % der Veranstaltung wird über eLearning abgedeckt. Hierbei wird eine Kombination zwischen Online Phasen (induktive Methode zum eigenständigen Erarbeiten von Wissen und zum Üben von Aufgabenstellungen) und Präsenzphasen (deduktive Methode, bei welcher Hilfestellungen im Lernprozess gegeben werden als auch über Frontalvorträge Wissen vermittelt wird) eingesetzt.
	<p><u>Brand Management (E) /ILV / LV-Nr: SMK 2 / 2.Semester / ECTS: 1</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • 50 % der Veranstaltung wird über eLearning abgedeckt. Hierbei wird eine Kombination zwischen Online Phasen (induktive Methode zum eigenständigen Erarbeiten von Wissen und zum Üben von Aufgabenstellungen) und Präsenzphasen (deduktive Methode, bei welcher Hilfestellungen im Lernprozess gegeben werden als auch über Frontalvorträge Wissen vermittelt wird) eingesetzt.
	<p><u>Investitionsgüter- & Dienstleistungsmarketing /ILV / LV-Nr: SMK 3 / 3.Semester / ECTS: 2</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • 25 % der Veranstaltung wird über eLearning abgedeckt. Hierbei wird eine Kombination

Lehr- und Lernmethoden	zwischen Online Phasen (induktive Methode zum eigenständigen Erarbeiten von Wissen und zum Üben von Aufgabenstellungen) und Präsenzphasen (deduktive Methode, bei welcher Hilfestellungen im Lernprozess gegeben werden als auch über Frontalvorträge Wissen vermittelt wird) eingesetzt.
Bewertungsmethoden Kriterien	<u>Market Research (E) /ILV / LV-Nr: SMK 1 / 2.Semester / ECTS: 2</u> <ul style="list-style-type: none"> • Seminararbeit und • Quiz
	<u>Brand Management (E) /ILV / LV-Nr: SMK 2 / 2.Semester / ECTS: 1</u> <ul style="list-style-type: none"> • Abschlussklausur und • Quiz
	<u>Investitionsgüter- & Dienstleistungsmarketing /ILV / LV-Nr: SMK 3 / 3.Semester / ECTS: 2</u> <ul style="list-style-type: none"> • Abschlussklausur und • Quiz

Modulnummer:	Rechnungslegung & Controlling	Umfang:	
RLC		10	ECTS
Studiengang	Fachhochschul-Bachelorstudiengang - Unternehmensführung Vollzeit		
Lage im Curriculum	2. Semester		
	4. Semester		
Niveaustufe	2. Semester: Bachelor / 4. Semester: Bachelor		
Vorkenntnisse	2. Semester: • Einführung Rechnungswesen • Einführung in BWL / 4. Semester: • Einführung Rechnungswesen • Einführung in BWL • Jahresabschluss & -analyse • Kostenrechnung & Kalkulation		
Geblockt	nein		
Kreis d. TeilnehmerInnen	MaturantInnen und/oder entsprechende Vorbildung, AnfängerInnen		
Literaturempfehlung	<u>Jahresabschluss & -analyse /ILV / LV-Nr: RLC 1 / 2.Semester / ECTS: 3</u> Coenenberg, A. G., Haller, A., & Schultze, W. (2018). Jahresabschluss und Jahresabschlussanalyse: Betriebswirtschaftliche, handelsrechtliche, steuerrechtliche und internationale Grundlagen – HGB, IAS/IFRS, US-GAAP, DRS. Stuttgart: Schäffer-Poeschel. Graumann, M. (2017). Praktische Jahresabschlussanalyse: Durchgängiges Fallbeispiel – Kennzahlengestützte Analyse – Von der Theorie zur Anwendung. Herne: NWB-Verlag. Klepzig, H.-J. (2014). Working Capital und Cash Flow: Finanzströme durch Prozessmanagement optimieren. Wiesbaden: Springer Verlag. Krüger, G. H. (2014). Jahresabschlussanalyse in KMU: Praxis-Leitfaden für Unternehmern und Berater. Herne: NWB-Verlag. Wengel, T. (2019). Bilanzanalyse: Kompaktes Lern- und Arbeitsbuch mit Online-Training. Herne: NWB-Verlag.		
	<u>Kostenrechnung & Kalkulation /ILV / LV-Nr: RLC 2 / 2.Semester / ECTS: 2</u> Friedl, G., Hofmann, C., & Pedell, B. (2017). Kostenrechnung: Eine entscheidungsorientierte Einführung. München: Vahlen Verlag. Horsch, J. (2018). Kostenrechnung: Klassische und neue Methoden in der Unternehmenspraxis. Wiesbaden: Springer Verlag. Jórasz, W., & Baltzer, B. (2019). Kosten- und Leistungsrechnung: Lehrbuch mit Aufgaben und Lösungen. Stuttgart: Schäffer-Poeschel. Joos, T. (2014). Controlling, Kostenrechnung und Kostenmanagement. Wiesbaden: Springer Verlag. Schmidt, A. (2017). Kostenrechnung: Grundlagen der Vollkosten-, Deckungsbeitrags- und Plankostenrechnung sowie des Kostenmanagements. Stuttgart: Kohlhammer Verlag. Stiefl, J., & Peters, H. (2017). Kostenrechnung: Unter besonderer Berücksichtigung von kleinen und mittelständischen Betrieben. Stuttgart: Kohlhammer Verlag.		
	<u>Controlling /ILV / LV-Nr: RLC 3 / 4.Semester / ECTS: 3</u> Behringer, S. (2018). Controlling. Wiesbaden: Springer Verlag. Eisl, C., Hofer, P., und Losbichler, H. (2015). Grundlagen der finanziellen Unternehmensführung, Band 4: Controlling. Wien: Linde Britzelmaier, B. (2017). Controlling: Grundlagen, Praxis, Handlungsfelder. Hallbergmoos: Pearson. Gladen, W. (2014). Performance Measurement: Controlling mit Kennzahlen. Wiesbaden: Springer. Horváth, P., Gleich, R., & Seiter, M. (2019). Controlling. München: Vahlen. Hubert, B. (2019). Grundlagen des operativen und strategischen Controllings: Konzeptionen, Instrumente und ihre Anwendung. Wiesbaden: Springer Verlag.		

	<p><u>Integrierte Finanzplanung & Businessplan-Erstellung /ILV / LV-Nr: RLC 4 / 4.Semester /</u> Fairhurst, D. S. (2012). Using Excel for business analysis: A guide to financial modelling fundamentals. New York, NY: Wiley. Morris, J. R., & Daley, J. P. (2017). Introduction to financial models for management and planning. Boca Raton, FL: CRC Press. Nagl, A. (2018). Der Businessplan: Geschäftsmodelle professionell erstellt – Mit Checklisten und Fallbeispielen. Wiesbaden: Springer Verlag. Schneider, W., & Schneider, D. (2019). Einführung in die Systeme des Rechnungswesens: Finanzplanung, Doppelte Buchhaltung, Kostenrechnung – Aufbau und Fehlerquellen. Wien: Facultas Verlag. Stahl, H.-W. (2018). Finanz- und Liquiditätsplanung. Freiburg: Haufe-Lexware.</p>
<p>Kompetenzerwerb</p>	<p><u>Jahresabschluss & -analyse /ILV / LV-Nr: RLC 1 / 2.Semester / ECTS: 3</u> Die Studierenden: <ul style="list-style-type: none"> • Kennen die gesetzlichen Bausteine des Jahresabschlusses nach österreichischem und deutschem Handelsrecht. • Kennen und verstehen die Grundsätze ordnungsgemäßer Bilanzierung. • Kennen und verstehen das System einer Bilanzierung dem Grunde und der Höhe nach und können ausgewählte Bilanzierungsgebote, -verbote und -wahlrechte anwenden. </p>

Kompetenzerwerb	<ul style="list-style-type: none"> • Können ausgewählte Bilanzgliederungs- und Bilanzausweisvorschriften anwenden. • Können Grundlagen der Bilanzierung und Bewertung des Anlagevermögens, von Vorräten, von Forderungen, des Eigenkapitals, von Rückstellungen und Verbindlichkeiten sowie Rechnungsabgrenzungsposten anwenden. • Kennen die Arten der Gewinn- und Verlustrechnung. • Kennen die Elemente des erweiterten Jahresabschlusses (Anhang und Lagebericht) sowie die Grundlagen der Offenlegung und Prüfung von Jahresabschlüssen. • Kennen die Grundzüge und ausgewählte Besonderheiten der internationalen Rechnungslegung nach IFRS. • Kennen die Grundzüge der Jahresabschlussanalyse und können ausgewählte Kennzahlen bestimmen und interpretieren.
	<p><u>Kostenrechnung & Kalkulation /ILV / LV-Nr: RLC 2 / 2.Semester / ECTS: 2</u></p> <p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> • kennen die Aufgabenfelder und Lösungsansätze der Kosten- und Erlösrechnung mit ihren Teilsystemen (Kostenarten-, Kostenstellen- und Kostenträgerrechnung). • kennen wesentliche unternehmerische Zielgrößen und die dazugehörigen Rechengrößen. • können die Begriffe Einzahlungen – Auszahlungen, Einnahmen – Ausgaben, Ertrag – Aufwand, Leistungen – Kosten verstehen, voneinander abgrenzen und überleiten (BÜB). • kennen die vier Hauptprinzipien der Kostenverrechnung und können diese erklären. • können den organisatorischen Aufbau einer Kostenrechnung darlegen und die wesentlichen Kostenrechnungssysteme in Grundzügen erklären. • kennen die Differenzierung und Berechnung der wichtigsten Kostenarten (Materialkostenarten, Arten und die Zusammensetzung der Personalkosten, kalkulatorische Kostenarten etc.). • können die Aufgaben und Bestandteile der Kostenstellenrechnung erörtern und präsentieren. • können eine (einfache) Betriebsabrechnung erstellen und interpretieren. • kennen die Aufgaben und Arten der Kostenträgerrechnung und verstehen die Bedeutung der Prozesskostenrechnung. • können die verschiedenen Kalkulationsarten anwenden (Zuschlags- und Verrechnungssatz-Kalkulation). • können einfache Projekte und Personalstundensätze kalkulieren. • können die Vollkostenrechnung von der Teilkostenrechnung abgrenzen. • verstehen das Prinzip der Deckungsbeitragsrechnung und können die ein- und mehrstufige Deckungsbeitragsrechnung anwenden
	<p><u>Controlling /ILV / LV-Nr: RLC 3 / 4.Semester / ECTS: 3</u></p> <p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> • verstehen Controlling als Führungskonzept und können den Managementprozess und die Aufgaben von ManagerInnen und ControllerInnen erläutern. • können die zentralen Unternehmensziele und das Spannungsfeld zwischen finanziellen und nicht finanziellen Zielen erläutern. • kennen die Anforderungen an die Zielbildung und können eigenständig Ziele formulieren. • können strategisches und operatives Controlling in Grundzügen erläutern und voneinander abgrenzen. • können die Aussagekraft und Zusammenhänge der einzelnen Bausteine der integrierten Planungsrechnung erläutern und anwenden. • verstehen den Prozess der Budgetierung und können einfache Budgets selbst erstellen. • kennen einfache operative Controlling-Instrumente und können diese anwenden. • kennen die Grundlagen einer Unternehmenssteuerung mit Kennzahlen und Kennzahlensystemen. • können ausgewählte Kennzahlen berechnen und interpretieren. • können die Balanced Scorecard erläutern und anwenden. • verstehen das Prinzip des Management Reportings und können Berichte interpretieren. • können die wesentlichen Teilgebiete und Instrumente des Controllings

	<p><u>Integrierte Finanzplanung & Businessplan-Erstellung /ILV / LV-Nr: RLC 4 / 4.Semester /</u></p> <p>Die Studierenden:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Können eine integrierte Planung unter Anwendung von Software für ein Unternehmen erstellen. • Können einen Finanz- und Liquiditätsplan unter Anwendung von Software für ein Unternehmen erstellen. • Können ausgewählte Kennzahlen unter Anwendung von Software für ein Unternehmen berechnen. • Können eine Investitionsplanung unter Anwendung von Software und betriebswirtschaftlich anerkannten Methoden (bspw. Kapitalwertmethode, Methode des internen Zinsfußes) erstellen.
<p>Lehrinhalte</p>	<p><u>Jahresabschluss & -analyse /ILV / LV-Nr: RLC 1 / 2.Semester / ECTS: 3</u></p> <p>Teil A: Erstellung von Bilanz- und Gewinn- und Verlustrechnung</p> <ul style="list-style-type: none"> • Rechtliche Grundlagen und Aufbau des handelsrechtlichen Jahresabschlusses • Grundsätze ordnungsmäßiger Buchführung

Lehrinhalte	<ul style="list-style-type: none"> • Bilanzierung von Wirtschaftsgütern (Aktivierungsfähigkeit, Passivierungsfähigkeit, Bilanzierungsverbogen, Bilanzierungswahlrechte) • Bewertung von Wirtschaftsgütern (Anschaffungs- und Herstellungskosten, Teilwert, Abschreibungen, Abgrenzungen, Verbrauchsfolgeverfahren) • Steuerliche Mehr-Weniger-Rechnungen und Unterscheidung zwischen handels- und steuerrechtlichen Bestimmungen <p>Teil B: Grundlagen der Jahresabschlussanalyse</p> <ul style="list-style-type: none"> • Aufbereitung des bilanzanalytischen Zahlenmaterials (Anlagevermögen, Umlaufvermögen, Rohertrag, langfristiges und kurzfristige Fremdkapital etc.) • Erstellung einer Bewegungsbilanz • Kennzahlen der Ertragslage Rentabilitätskennzahlen, Mitarbeiterrelationen, Kosten- & Ertragsrelationen • Kennzahlen der Liquidität, Finanzierung und Investition (Investitionsrate & Innenfinanzierungsgrad, Investitionsdeckung & -intensität, Vermögensstruktur, Kapitalstruktur) • Kennzahlenvergleiche (Periodenvergleich, Betriebsvergleich, Soll-Ist-Vergleich) • Berechnung ausgewählter Beispiele mit Softwareanwendung
	<p><u>Kostenrechnung & Kalkulation /ILV / LV-Nr: RLC 2 / 2.Semester / ECTS: 2</u></p> <p>Teil A: Grundlagen der Kosten- und Erlösrechnung</p> <ul style="list-style-type: none"> • Aufgaben, Komponenten, Teilbereiche und Systematisierung des Rechnungswesens (ReWe) • Beitrag des (internen) ReWe zur Unternehmensführung • Grundbegriffe der Kosten- und Erlösrechnung • Systeme der Kostenrechnung <p>Teil B: Kostenartenrechnung</p> <ul style="list-style-type: none"> • Aufgaben und Grundsätze, Systematisierungskriterien für Kostenarten • Erfassung der wichtigsten Kostenarten: Material, Personal, Steuern, etc. • Bedeutung kalkulatorischer Kosten, Überführung von Aufwänden in Kosten mit dem Betriebsüberleitungsbogen (BÜB) <p>Teil C: Kostenstellenrechnung</p> <ul style="list-style-type: none"> • Aufgaben und Grundsätze • Systematisierungskriterien für Kostenstellen (Haupt- und Nebenkostenstellen) • Betriebsabrechnungsbogen (BAB) • Verteilung von Gemeinkosten auf Kostenstellen • Innerbetriebliche Leistungsverrechnung • Berechnung von Herstellkosten und Selbstkosten • Ermittlung von Zuschlagssätzen <p>Teil D: Kostenträgerrechnung und Kalkulation:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Aufgaben und Inhalte • Kalkulationszeitpunkte und -verfahren <p>Teil E: Deckungsbeitragsrechnung:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Vollkosten- versus Teilkostenrechnung • Grundlagen der Deckungsbeitragsrechnung • ein- und mehrstufige Deckungsbeitragsrechnung • Wichtige Formen der Teilkostenrechnung • Ermittlung des Break-Even-Points und der Sicherheitsspanne
	<p><u>Controlling /ILV / LV-Nr: RLC 3 / 4.Semester / ECTS: 3</u></p>

Teil A: Führungskonzept Controlling

- Unternehmen und ihre Ziele
- Controlling als Grundlage erfolgreicher Unternehmensführung
- Strategisches und operatives Controlling
- System der integrierten Planungsrechnung

Teil B: Effiziente Unternehmensplanung und Budgetierung

- Die Unternehmensplanung als Kernelement des Controllings
- Strategische Planung
- Operative Jahresplanung & Budgetierung
- Mittelfristplanung als Bindeglied zwischen Strategie und Budget
- Moderne Planungskonzeptionen

Teil C: Performance Measurement und Management Reporting

- Unternehmenssteuerung mit Kennzahlen und Kennzahlensystemen
- Das Konzept der Balanced Scorecard
- Operative Budgetkontrolle und Forecasting
- Management Reporting

- Maßnahmen zur Verbesserung der finanziellen Performance

<p>Lehrinhalte</p>	<p>Teil D: Controlling für Start-Ups, Kleinunternehmen und KMU (Querschnitt-Thema)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Herausforderungen und Konzepte für ein Start-Up Controlling • <u>Controlling-Ansätze für kleine und mittelgroße Unternehmen</u> <p><u>Integrierte Finanzplanung & Businessplan-Erstellung /ILV / LV-Nr: RLC 4 / 4.Semester /</u></p> <p>Teil A: Grundlagen der Tabellenkalkulation</p> <ul style="list-style-type: none"> • Arbeitsmappen und Tabellenblätter • Zellen und Zellbereiche • Variablen und Datentypen • Grundlegende Befehle (Summen, statistische Funktionen, Wenn-Dann-Funktion, S- und W-Verweis etc.) • Grundlegende Anwendungen (Erstellung von Tabellen und Diagrammen, Import und Export von Daten, Pivot-Tabellen etc.) <p>Teil B: Erstellung einer integrierten Finanzplanung</p> <ul style="list-style-type: none"> • Erstellung einer Umsatzplanung, Kostenplanung und Personalplanung • Erstellung einer Investitionsplanung • Bestimmung des Finanzierungsbedarfs • Erstellung einer Gewinn- und Verlustrechnung und einer Bilanz • Erstellung einer Kapitalflussrechnung • Zusammenführung zu einer integrierten Finanzplanung • Erstellung eines Managementinformationssystems (MIS) • Durchführung von Sensitivitätsanalysen
<p>Lehr- und Lernmethoden</p>	<p><u>Jahresabschluss & -analyse /ILV / LV-Nr: RLC 1 / 2.Semester / ECTS: 3</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • 33 % der Veranstaltung wird über eLearning abgedeckt. Hierbei wird eine Kombination zwischen Online Phasen (induktive Methode zum eigenständigen Erarbeiten von Wissen und zum Üben von Aufgabenstellungen) und Präsenzphasen (deduktive Methode, bei welcher Hilfestellungen im Lernprozess gegeben werden als auch über Frontalvorträge Wissen vermittelt wird) eingesetzt. <p><u>Kostenrechnung & Kalkulation /ILV / LV-Nr: RLC 2 / 2.Semester / ECTS: 2</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • 25 % der Veranstaltung wird über eLearning abgedeckt. Hierbei wird eine Kombination zwischen Online Phasen (induktive Methode zum eigenständigen Erarbeiten von Wissen und zum Üben von Aufgabenstellungen) und Präsenzphasen (deduktive Methode, bei welcher Hilfestellungen im Lernprozess gegeben werden als auch über Frontalvorträge Wissen vermittelt wird) eingesetzt. <p><u>Controlling /ILV / LV-Nr: RLC 3 / 4.Semester / ECTS: 3</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • 33 % der Veranstaltung wird über eLearning abgedeckt. Hierbei wird eine Kombination zwischen Online Phasen (induktive Methode zum eigenständigen Erarbeiten von Wissen und zum Üben von Aufgabenstellungen) und Präsenzphasen (deduktive Methode, bei welcher Hilfestellungen im Lernprozess gegeben werden als auch über Frontalvorträge Wissen vermittelt wird) eingesetzt. <p><u>Integrierte Finanzplanung & Businessplan-Erstellung /ILV / LV-Nr: RLC 4 / 4.Semester /</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Die Veranstaltung wird mit Präsenzphasen (deduktive Methode, bei welcher Hilfestellungen im Lernprozess gegeben werden als auch über Frontalvorträge Wissen vermittelt wird) durchgeführt. • Studierende trainieren Fallbeispiele unter Anwendung einer Software für Tabellenkalkulation. • Ausarbeitung einer kompletten integrierten Finanzplanung für den Finanzteil eines Businessplans in einem Tabellenkalkulationsprogramm.
<p>Bewertungsmethoden Kriterien</p>	<p><u>Jahresabschluss & -analyse /ILV / LV-Nr: RLC 1 / 2.Semester / ECTS: 3</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Abschlussklausur und • Quiz

	<u>Kostenrechnung & Kalkulation /ILV / LV-Nr: RLC 2 / 2.Semester / ECTS: 2</u> <ul style="list-style-type: none">• Abschlussklausur und• Quiz
	<u>Controlling /ILV / LV-Nr: RLC 3 / 4.Semester / ECTS: 3</u> <ul style="list-style-type: none">• Abschlussklausur und• Quiz
	<u>Integrierte Finanzplanung & Businessplan-Erstellung /ILV / LV-Nr: RLC 4 / 4.Semester /</u> <ul style="list-style-type: none">• Seminararbeit

Modulnummer:	Wertschöpfungsmanagement	Umfang:	
WSM		6	ECTS
Studiengang	Fachhochschul-Bachelorstudiengang - Unternehmensführung Vollzeit		
Lage im Curriculum	2. Semester		
	3. Semester		
Niveaustufe	2. Semester: Bachelor / 3. Semester: k.A.		
Vorkenntnisse	2. Semester: • Einführung in BWL • Marketing (E) • Grundlagen des Entrepreneurship / 3. Semester: • Einführung in BWL • Einführung Rechnungswesen • Jahresabschluss & -analyse / 3. Semester: • Einführung in BWL • Grundlagen des Entrepreneurship • Strategy Development & Execution (E)		
Geblockt	nein		
Kreis d. TeilnehmerInnen	MaturantInnen und/oder entsprechende Vorbildung, AnfängerInnen		
Literaturempfehlung	<u>Produkt- & Innovationsmanagement /ILV / LV-Nr: WSM 1 / 2.Semester / ECTS: 2</u> Aumayr, K. (2019). Erfolgreiches Produktmanagement: Tool-Box für das professionelle Produktmanagement und Produktmarketing. Wiesbaden: Springer Verlag. Granig, P., Hartlieb, E., & Heiden, B. (2018) (Hrsg.). Mit Innovationsmanagement zu Industrie 4.0: Grundlagen, Strategien, Erfolgsfaktoren und Praxisbeispiele. Wiesbaden: Springer Verlag. Kaschny, M., Nolden, M., & Schreuder, S. (2015). Innovationsmanagement im Mittelstand: Strategien, Implementierung, Praxisbeispiele. Wiesbaden: Springer Verlag. Mayle, D. (2006). Managing innovation and change. Thousand Oaks, CA: SAGE Publications. Schori, K., & Roch, A. (2012). Innovationsmanagement für KMU. Berne: Haupt Verlag. Vahs, D. (2015). Innovationsmanagement – Von der Idee zur erfolgreichen Vermarktung. Stuttgart: Schäffer-Poeschl.		
	<u>Informationssysteme & Geschäftsprozessmodellierung /ILV / LV-Nr: WSM 2 / 3.Semester /</u> Alpar, P., Alt, R., Bensberg, F., & Weimann, P. (2019). Anwendungsorientierte Wirtschaftsinformatik: Strategische Planung, Entwicklung und Nutzung von Informationssystemen. Wiesbaden: Springer Verlag. Frank, U., & Strecker, S. (2019). Modellierung betrieblicher Informationssysteme: Einführung, theoretische Grundlagen und praktische Anwendungen. München: Walter de Gruyter. Gadatsch, A. (2010). Grundkurse Geschäftsprozess-Management: Methoden und Werkzeuge für die IT-Praxis: Eine Einführung für Studenten und Praktiker. Wiesbaden: Vieweg+Teubner. Gluchowski, P., & Chamoni, P. (2016). Analytische Informationssysteme: Business Intelligence-Technologien und -Anwendungen. Berlin-Heidelberg: Springer Verlag. Kempster, H. (2017). Betriebliche Informationssysteme: Datenmanagement und Datenanalyse. Stuttgart: Kohlhammer Verlag. Kiem, R. (2016). Qualität 4.0: QM, MES und CAQ in digitalen Geschäftsprozessen der Industrie 4.0. München: Carl Hanser Verlag. Kollmann, T. (2016). E-Business: Grundlagen elektronischer Geschäftsprozesse in der Digitalen Wirtschaft. Wiesbaden: Springer Verlag.		
	<u>Supply Chain Management (E) /ILV / LV-Nr: WSM 3 / 3.Semester / ECTS: 2</u> Arndt, H. (2017). Supply Chain Management: Optimierung logistischer Prozesse. Wiesbaden: Springer Verlag. Kurbel, K. (2016). Enterprise Resource Planning und Supply Chain Management in der Industrie: Von MRP bis Industrie 4.0. Berlin: Walter de Gruyter. Voß, P. H. (2015) (Hrsg.). Logistik – eine Industrie die (sich) bewegt: Strategien und Lösungen entlang der Supply Chain 4.0. Wiesbaden: Springer Verlag. van Weele, A. J., & Eßig, M. (2017). Strategische Beschaffung: Grundlagen, Planung und Umsetzung eines integrierten Supply Management. Wiesbaden: Springer Verlag. Werner, H. (2017). Supply Chain Management: Grundlagen, Strategien, Instrumente und Controlling. Wiesbaden: Springer Verlag.		
Kompetenzerwerb	Produkt- & Innovationsmanagement /ILV / LV-Nr: WSM 1 / 2.Semester / ECTS: 2		

Die Studierenden

- kennen die grundlegenden Strategien und Instrumente des Produkt- und des Innovationsmanagements.
- kennen Konzepte und Methoden zur marktorientierten Produktentwicklung.
- können die organisatorische Verankerung von Produkt- und Innovationsmanagement beurteilen.
- kennen die organisatorisch notwendigen Hintergründe zur Entstehung von Innovationen.
- können Methoden des Produktlebenszyklus-Managements anwenden.

Kompetenzerwerb	<ul style="list-style-type: none"> • kennen den Einfluss von Industrie 4.0 und Digitalisierung auf den Produkt- & Innovationsmanagementprozess von Unternehmen.
	<p><u>Informationssysteme & Geschäftsprozessmodellierung /ILV / LV-Nr: WSM 2 / 3.Semester /</u></p> <p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> • kennen wesentliche Enterprise Resource Planning-Systeme. • kennen die Grundlagen der integrierten betriebswirtschaftlichen Standardsoftware. • sind in der Lage, die Auswahl, die Einführung und die Anpassung von ERP-Systemen beurteilen zu können. • können den Einsatz alternativer Varianten im betrieblichen Einsatz der unternehmerischen Realität einschätzen und bewerten. • sind in der Lage, die Relevanz von Industrie 4.0 und Digitalisierung auf Informationssysteme und Geschäftsprozesse zu erkennen und zu verstehen.
Lehrinhalte	<p><u>Supply Chain Management (E) /ILV / LV-Nr: WSM 3 / 3.Semester / ECTS: 2</u></p> <p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> • kennen die grundlegenden Verfahren und Methoden des Ressourcensteuerungsprozesses in den Bereichen Beschaffung, Produktion und Logistik. • kennen die Vorgehensweisen zur Strukturierung und Optimierung der Lieferkette. • kennen die Einzelprozesse in der Beschaffung, Fertigung, Lagerung und Logistik. • verstehen die Wichtigkeit des Supply Chain Managements für den unternehmerischen Erfolg. • können relevante Kennzahlen aus dem Supply Chain Management berechnen, interpretieren und deren Ergebnisse bewerten. • verstehen den Einfluss bzw. die Möglichkeiten von Industrie 4.0 und Digitalisierung auf das Supply Chain Management.
	<p><u>Produkt- & Innovationsmanagement /ILV / LV-Nr: WSM 1 / 2.Semester / ECTS: 2</u></p> <p>Teil A.) Grundlagen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Begriff und Definition von Produkt- & Innovationsmanagement • Ziele des Produkt- & Innovationsmanagements • Aufgaben von Produkt- & InnovationsmanagerInnen <p>Teil B.) Produkt- & Innovationsstrategien und Innovationskultur</p> <ul style="list-style-type: none"> • Unternehmens- Produkt- & Innovationsstrategie • Innovationskultur, Innovationsteams & Innovationscontrolling • Produktlebenszyklus & Portfoliotechnik • Industrie 4.0 und Digitalisierung im Produkt- & Innovationsmanagement <p>Teil C.) Innovationsprozesse</p> <ul style="list-style-type: none"> • Forschung & Technologieentwicklung • Vorentwicklung, Produktentwicklung & Dienstleistungsentwicklung • Open Innovation • Lead-User-Methode • Innovationsnetzwerke • Störungen des Innovationsprozesses <p>Teil D.) Ideenmanagement & Kreativitätstechniken</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ideensammlung und Bewertung • Kreativität und Denkmodelle (TRIZ, Mind-Mapping, 6-Hüte-Methode, Walt-Disney-Methode, Morphologischer Kasten, Bionik, Osborn-Checkliste, Design Thinking) <p><u>Informationssysteme & Geschäftsprozessmodellierung /ILV / LV-Nr: WSM 2 / 3.Semester /</u></p>

	<ul style="list-style-type: none">• Betriebliche Anforderungen im Informationsmanagement operativer und planender Aufgaben• Überblick über den Aufbau und den Funktionsumfang typischer ERP-Systeme (Buchungskreise, Geschäftsbereiche, Prozesse)• Vorgehen zum Customizing eines betrieblichen Informationssystems• Werkzeugunterstützung• Praktisches Üben an einem ERP-System
	<p><u>Supply Chain Management (E) /ILV / LV-Nr: WSM 3 / 3.Semester / ECTS: 2</u></p> <p>Teil A.) Grundlagen:</p> <ul style="list-style-type: none">• Definition und historische Entwicklung des Supply Chain Managements• Abgrenzung des Supply Chain Management zu verwandten Konzepten (bspw. Wertschöpfungskette, Logistikkette, Customer Relationship Management etc.)• Strukturierung, Aufgaben und Ziele des Supply Chain Managements• Motive für die Entstehung von Supply Chains (Maverick-Buying, Transaktionskosten, Bullwhip-Effekt, Globalisierung)• Materialflussanalyse in Supply Chains• Gestaltungsmodelle des Supply Chain Managements <p>Teil B.) Strategien des Supply Chain Managements</p> <ul style="list-style-type: none">• Vertikale und horizontale Kooperationsstrategien

<p>Lehrinhalte</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Strategien der Versorgung (bspw. Efficient Consumer Response, CRM und Mass Customization, Postponement, Sourcing Strategien, Beschaffungsstrategien, E-Supply Chains) • Strategien der Entsorgung und des Recyclings <p>Teil C.) Instrumente des Supply Chain Managements:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Instrumente zur Bestandsreduzierung (bspw. Dekomposition der Bestände, Gängigkeitsanalyse, etc.) • Instrumente zur Frachtkostenreduzierung • Instrumente zur Informationsgewinnung • Instrumente zur Qualitätssicherung • Instrumente zur IT-Unterstützung <p>Teil D.) Industrie 4.0 & Digitalisierung im Supply Chain Management</p> <ul style="list-style-type: none"> • Schlüsseltechnologien im Supply Chain Management (bspw. Advanced-Planning-Systeme, cyber-physische Systeme, Embedded Systems, Supply Chain Visibility etc.) • Smarte Supply Chain <p>Teil E.) Controlling der Supply Chain</p> <ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen des Cost Tracking • Kennzahlenmanagement in der Supply Chain • Kennzahlentypologie der Supply Chain
<p>Lehr- und Lernmethoden</p>	<p><u>Produkt- & Innovationsmanagement /ILV / LV-Nr: WSM 1 / 2.Semester / ECTS: 2</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • 25 % der Veranstaltung wird über eLearning abgedeckt. Hierbei wird eine Kombination zwischen Online Phasen (induktive Methode zum eigenständigen Erarbeiten von Wissen und zum Üben von Aufgabenstellungen) und Präsenzphasen (deduktive Methode, bei welcher Hilfestellungen im Lernprozess gegeben werden als auch über Frontalvorträge Wissen vermittelt wird) eingesetzt. • Es wird eine Geschäftsidee und darauf aufbauend ein Geschäftsmodell entwickelt. In diesem Rahmen werden bisher behandelte Instrumente und Techniken angewandt. <p><u>Informationssysteme & Geschäftsprozessmodellierung /ILV / LV-Nr: WSM 2 / 3.Semester /</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • 25 % der Veranstaltung wird über eLearning abgedeckt. Hierbei wird eine Kombination zwischen Online Phasen (induktive Methode zum eigenständigen Erarbeiten von Wissen und zum Üben von Aufgabenstellungen) und Präsenzphasen (deduktive Methode, bei welcher Hilfestellungen im Lernprozess gegeben werden als auch über Frontalvorträge Wissen vermittelt wird) eingesetzt. • Anwendung von ERP-Software auf praktische Problemstellungen <p><u>Supply Chain Management (E) /ILV / LV-Nr: WSM 3 / 3.Semester / ECTS: 2</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • 25 % der Veranstaltung wird über eLearning abgedeckt. Hierbei wird eine Kombination zwischen Online Phasen (induktive Methode zum eigenständigen Erarbeiten von Wissen und zum Üben von Aufgabenstellungen) und Präsenzphasen (deduktive Methode, bei welcher Hilfestellungen im Lernprozess gegeben werden als auch über Frontalvorträge Wissen vermittelt wird) eingesetzt. • Ausgewählte Fallstudien werden im Rahmen von Gruppenarbeiten bearbeitet, präsentiert und im Plenum diskutiert.
<p>Bewertungsmethoden Kriterien</p>	<p><u>Produkt- & Innovationsmanagement /ILV / LV-Nr: WSM 1 / 2.Semester / ECTS: 2</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Abschlusspräsentation und • Abschlussbericht <p><u>Informationssysteme & Geschäftsprozessmodellierung /ILV / LV-Nr: WSM 2 / 3.Semester /</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Abschlussklausur und • Quiz <p><u>Supply Chain Management (E) /ILV / LV-Nr: WSM 3 / 3.Semester / ECTS: 2</u></p>

	<ul style="list-style-type: none">• Seminararbeit und• Abschlusspräsentation
--	---

Modulnummer:	Human Resource Management	Umfang:	
		8	ECTS
HRM			
Studiengang	Fachhochschul-Bachelorstudiengang - Unternehmensführung Vollzeit		
Lage im Curriculum	2. Semester		
	3. Semester		
	4. Semester		
Niveaustufe	2. Semester: Bachelor / 3. Semester: k.A / 4. Semester: Bachelor		
Vorkenntnisse	2. Semester: • Einführung in BWL • Strategische Unternehmensführung & Unternehmensethik • Kommunikation, Präsentation & Rhetorik / 3. Semester: • Einführung in BWL • Strategische Unternehmensführung & Unternehmensethik • Kommunikation, Präsentation & Rhetorik • Personalmanagement / 4. Semester: • Einführung in BWL • Strategische Unternehmensführung & Unternehmensethik • Kommunikation, Präsentation & Rhetorik • Personalmanagement • Unternehmenskommunikation		
Geblockt	nein		
Kreis d. TeilnehmerInnen	MaturantInnen und/oder entsprechende Vorbildung, AnfängerInnen		
Literaturempfehlung	<u>Personalmanagement /ILV / LV-Nr: HRM 1 / 2.Semester / ECTS: 3</u> Armutat, S. (2018) (Hrsg.). Personalmanagement in Zeiten von Demografie und Digitalisierung: Herausforderungen und Bewältigungsstrategien für den Mittelstand. Wiesbaden: Springer Verlag. Holtbrügge, D. (2018). Personalmanagement. Berlin-Heidelberg: Springer Verlag. Lussier, R. N., & Hendon, J. R. (2017). Fundamentals of human resource management: Functions, applications, skill development. Thousand Oaks, CA: SAGE Publications. Pekruhl, U., Vogel, C., & Strohm, O. (2018). Integriertes Personalmanagement in kleinen Unternehmen: Ein Praxisratgeber. Berlin-Heidelberg: Springer Verlag. Troger, H. (2019). 7 Erfolgsfaktoren für wirksames Personalmanagement: Antworten auf demografische Entwicklungen und andere Trends. Wiesbaden: Springer Verlag.		
	<u>Organisations- & Personalpsychologie /ILV / LV-Nr: HRM 2 / 3.Semester / ECTS: 2</u> Bierhoff, H.-W. (2009). Psychologie prosozialen Verhaltens: Warum wir anderen helfen. Stuttgart: Kohlhammer Verlag. Brinkmann, R. (2018). Angewandte Wirtschaftspsychologie. Hallbergmoos: Person. Kauffeld, S. (2019). Arbeits-, Organisations- und Personalpsychologie für Bachelor. Wiesbaden: Springer Verlag. Lück, H. E., Heidbrink, H., & Schmidtman, H. (2009). Psychologie sozialer Beziehungen. Stuttgart: Kohlhammer Verlag. Molt, W., Rüttinger, B., & von Rosenstiel, L. (2005). Organisationspsychologie. Stuttgart: Kohlhammer Verlag. Wiese, B. S., & Stertz, A. M. (2019). Arbeits- und Organisationspsychologie: Ein Überblick für Psychologiestudierende und -interessierte. Wiesbaden: Springer Verlag.		
	<u>International & Cross Cultural Management (E) /ILV / LV-Nr: HRM 3 / 4.Semester / ECTS: 3</u> French, R. (2015). Cross-cultural management in work organisations. London: Chartered Institute of Personnel and Development. Halkias, D., Santora, J. C., Harkiolakis, M., & Thurman, P. W. (2017). Leadership and change management: A cross-cultural perspective. New York, NY: Routledge. Jandt, F. E. (2017). An introduction to intercultural communication: Identities in a global community. Thousand Oaks, CA: SAGE. Sure, M. (2017). Leadership and change management: A cross-cultural perspective. Wiesbaden: Springer Verlag. Thomas, D. C., & Peterson, M. F. (2018). Cross-cultural management: Essential concepts. Thousand Oaks, CA: SAGE. Wild, J. J., & Wild, K. L. (2016). International business: The challenges of globalization. Essex: UK: Pearson		
Kompetenzerwerb	Personalmanagement /ILV / LV-Nr: HRM 1 / 2.Semester / ECTS: 3		

	<p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none">• kennen die Aufgaben, Methoden und Prozesse im Funktions- und Ressourcenbereichen Personal.• verstehen die wesentlichen Problemstellungen und Lösungsansätze der Humanressourcensteuerung und –führung.• kennen die wichtigsten Aufgabenfelder, Konzepte und Instrumente eines modernen Human Resource Managements und sind in der Lage, die führungsrelevanten Aufgabenfelder zu gestalten.• kennen die wesentlichen Aufbau- und ablauforganisatorischen Konzepte der
--	--

Kompetenzerwerb	<p>Unternehmenspraxis und verstehen den Zusammenhang zwischen Personal- und Organisationsentwicklung.</p> <ul style="list-style-type: none"> • kennen die Möglichkeiten der Digitalisierung im HRM.
	<p><u>Organisations- & Personalpsychologie /ILV / LV-Nr: HRM 2 / 3.Semester / ECTS: 2</u></p> <p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> • kennen die wesentlichen interdisziplinären Zusammenhänge zwischen Ökonomie und Psychologie. • kennen die wichtigsten Problemstellungen und Lösungsansätze der Organisationspsychologie. • kennen die psychologischen Einflussfaktoren auf das Entscheidungsverhalten in personalwirtschaftlichen und organisatorischen Zusammenhängen. • verstehen, wie Menschen im Alltagsleben beurteilt werden, wie mit Emotionen in Arbeitssituationen umgegangen werden kann, wie sich MitarbeiterInnen motivieren lassen, worauf bei Gruppenarbeit zu achten ist und wie Arbeit und Freizeit sinnvollerweise gestaltet werden können (Work-Life-Balance).
	<p><u>International & Cross Cultural Management (E) /ILV / LV-Nr: HRM 3 / 4.Semester / ECTS: 3</u></p> <p>Die Studierenden kennen die grundlegenden Strategien und Prozesse der Internationalisierung von Unternehmen.</p> <p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> • kennen wesentliche Kontextmerkmale von Management- und Führungstätigkeiten. • kennen den Kontext interkultureller Zusammenarbeit. • können strategische Entscheidungen zur Internationalisierung einschätzen und bewerten.
Lehrinhalte	<p><u>Personalmanagement /ILV / LV-Nr: HRM 1 / 2.Semester / ECTS: 3</u></p> <p>Teil A: Personalfunktionen im Unternehmen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Management- und Sachfunktion • Aufgabengebiete der Personalabteilung (Personalrecruiting, Personalentwicklung, Personalerhaltung) • Organisation des Personalwesens <p>Teil B: Personalauswahl & -recruiting</p> <ul style="list-style-type: none"> • Anforderungs-, Fähigkeits- und Eignungsprofile • Instrumente der Personalauswahl (Bewerbungsunterlagen, Auswahlinterviews, Psychologische Tests, Assessment Center, Rechtliche Rahmenbedingungen, Digitalisierung im Personalrecruiting) • Digitalisierung im Personalrecruiting <p>Teil C: Personalbeurteilung & -entwicklung</p> <ul style="list-style-type: none"> • Zweck der Personalbeurteilung • Ansätze zur Personalbeurteilung (eigenschaftsorientierter, tätigkeitsorientierter & ergebnisorientierter Ansatz) • Beurteilungsgespräch <p>Teil D: Mitarbeiterführung</p> <ul style="list-style-type: none"> • Motivation und Motivationstheorien • Kognitive Wahltheorien (Valenz, Subjektive Wahrscheinlichkeit, Handlungsmotivation) • Selbstregulationstheorien (Management-by-Ansätze) • Bedürfnisspannungstheorien (Pyramide nach Maslow, Motivationsmodell von Richards & Greenlaw, Zwei-Faktoren Theorie von Herzberg) • Reifekontinuum nach Argyris • Arbeitszufriedenheit und Motivation • Motivierende Arbeitsgestaltung (Job Rotation, Job Enlargement, Job Enrichment) • Moderne Arbeitswelt und Digitalisierung <p>Teil E: Entlohnung</p> <ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen der Entgeltdifferenzierung (Lohnsatzdifferenzierung, Lohnformendifferenzierung, Kollektivvertrag) • Entlohnung und Motivation/Zufriedenheit
	<p><u>Organisations- & Personalpsychologie /ILV / LV-Nr: HRM 2 / 3.Semester / ECTS: 2</u></p>

- Vermittlung psychologischer Erklärungs- und Deutungszusammenhänge in den Bereichen: Arbeit und Freizeit (Work-Life-Balance), Arbeitslosigkeit, Psychologie des Motivations- und Anreizgestaltung
- Unternehmerisches Denken und Selbständigkeit
- Organisationspsychologische Ansätze und Methoden der Teambildung und -führung
- Personalpsychologische Ansätze und Methoden des Managemententscheidungsverhaltens, der Mitarbeiterführung und Verhaltenssteuerung
- Empirische Untersuchungen und Befunde der Wirtschafts-, Organisations- und Personalpsychologie

<p>Lehrinhalte</p>	<p><u>International & Cross Cultural Management (E) /ILV / LV-Nr: HRM 3 / 4.Semester / ECTS: 3</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Formen der Internationalisierung und Globalisierung • Internationalisierungsstrategien • Problemstellungen und Lösungsansätze der internationalen Kontextabhängigkeit von kleineren und mittleren Unternehmen, insbesondere auch in Emerging Markets • Besonderheiten der interkulturellen Kommunikation • Cultural Awareness • Leitung von internationalen Teams • Lösung interkultureller Konflikte • Management im interkulturellen Kontext
<p>Lehr- und Lernmethoden</p>	<p><u>Personalmanagement /ILV / LV-Nr: HRM 1 / 2.Semester / ECTS: 3</u></p> <p>• 33 % der Veranstaltung wird über eLearning abgedeckt. Hierbei wird eine Kombination zwischen Online Phasen (induktive Methode zum eigenständigen Erarbeiten von Wissen und zum Üben von Aufgabenstellungen) und Präsenzphasen (deduktive Methode, bei welcher Hilfestellungen im Lernprozess gegeben werden als auch über Frontalvorträge Wissen vermittelt wird) eingesetzt.</p>
	<p><u>Organisations- & Personalpsychologie /ILV / LV-Nr: HRM 2 / 3.Semester / ECTS: 2</u></p> <p>• 25 % der Veranstaltung wird über eLearning abgedeckt. Hierbei wird eine Kombination zwischen Online Phasen (induktive Methode zum eigenständigen Erarbeiten von Wissen und zum Üben von Aufgabenstellungen) und Präsenzphasen (deduktive Methode, bei welcher Hilfestellungen im Lernprozess gegeben werden als auch über Frontalvorträge Wissen vermittelt wird) eingesetzt.</p>
	<p><u>International & Cross Cultural Management (E) /ILV / LV-Nr: HRM 3 / 4.Semester / ECTS: 3</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Die Veranstaltung wird mit Präsenzphasen (deduktive Methode, bei welcher Hilfestellungen im Lernprozess gegeben werden als auch über Frontalvorträge Wissen vermittelt wird) durchgeführt. • Zudem werden die Studierenden in Gruppenarbeiten Problemstellungen lösen und präsentieren, welche im Plenum diskutiert werden. • Es werden ausgewählte Übungen durchgeführt, um die Inhalte der Vorlesung zu vertiefen
<p>Bewertungsmethoden Kriterien</p>	<p><u>Personalmanagement /ILV / LV-Nr: HRM 1 / 2.Semester / ECTS: 3</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Seminararbeit und • Quiz
	<p><u>Organisations- & Personalpsychologie /ILV / LV-Nr: HRM 2 / 3.Semester / ECTS: 2</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Seminararbeit und • Quiz
	<p><u>International & Cross Cultural Management (E) /ILV / LV-Nr: HRM 3 / 4.Semester / ECTS: 3</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Abschlusspräsentation • Exposé

Modulnummer:	Managementkompetenz	Umfang:	
		4	ECTS
MKO			
Studiengang	Fachhochschul-Bachelorstudiengang - Unternehmensführung Vollzeit		
Lage im Curriculum	3. Semester		
	4. Semester		
Niveaustufe	3. Semester: k.A. / 4. Semester: Bachelor		
Vorkenntnisse	3. Semester: • Einführung in BWL • Personalmanagement • Organisations- & Personalpsychologie / 4. Semester: • Einführung in BWL • Personalmanagement • Organisations- & Personalpsychologie • Agiles Projektmanagement • Knowledge Management • Unternehmenskommunikation		
Geblockt	nein		
Kreis d. TeilnehmerInnen	MaturantInnen und/oder entsprechende Vorbildung, AnfängerInnen		
Literaturempfehlung	<u>Knowledge Management (E) /ILV / LV-Nr: MKO 1 / 3.Semester / ECTS: 2</u> Döring, H. (2016). Wissensmanagement in Familienunternehmen. Wiesbaden: Springer. Kohl, H., Mertins, K., & Seidel, H. (2016) (Hrsg.). Wissensmanagement im Mittelstand: Grundlagen – Lösungen – Praxisbeispiele. Wiesbaden: Springer Verlag. Nikodemus, P. (2017). Lernprozessorientiertes Wissensmanagement und kooperative Lernen: Konfiguration und Koordination der Prozesse. Wiesbaden: Springer Verlag. North, K., & Kumta, G. (2018). Knowledge management: Value creation through organizational learning. Cham: Springer Verlag. North, K., Maier, R., & Haas, O. (2018). Knowledge management in digital change: New findings and practical cases. Cham: Springer Verlag. North, K. (2016). Wissensorientierte Unternehmensführung: Wissensmanagement gestalten. Wiesbaden: Springer Verlag.		
	<u>Leadership & Change Management (E) /ILV / LV-Nr: MKO 2 / 4.Semester / ECTS: 2</u> Cawsey, T. F., Deszca, G., & Ingols, C. (2016). Organizational change: An action-oriented toolkit. Thousand Oaks, CA: SAGE Publications. Dawson, P., & Andriopoulos, C. (2017). Managing change, creativity and innovation. London, UK: SAGE Publications. Northhouse, P. G. (2018). Leadership: Theory and practice. Thousand Oaks, CA: SAGE Publications. Western, S. (2019). Leadership: A critical text. London, UK: SAGE Publications. Western, S., & Garcia, E.-J. (2018). Global leadership perspectives: Insights and analysis. London, UK: SAGE Publications.		
Kompetenzerwerb	<u>Knowledge Management (E) /ILV / LV-Nr: MKO 1 / 3.Semester / ECTS: 2</u> Die Studierenden • kennen alternative Methoden und Konzepte, wie aus Informationen Wissen generiert werden kann und wie Wissen in nachhaltige Wettbewerbsvorteile umgesetzt werden kann, um Geschäftserfolge oder –misserfolge messbar zu machen. • können die Grundlagen des Identifikation und Messung von Wissen im Rahmen von Wissensbilanzen anwenden. • verstehen die grundlegenden Wissensmanagementprozesse und können Tools und Instrumente für Knowledge Work anwenden. • wissen, wie Digitalisierung zum Aufbau eines Wissensmanagementsystems im Unternehmen genutzt werden kann.		
	<u>Leadership & Change Management (E) /ILV / LV-Nr: MKO 2 / 4.Semester / ECTS: 2</u>		

Die Studierende

- kennen die modernen Führungstheorien und -konzepte.
- können strategische Fragen in verschiedenen Unternehmenszyklusphasen analysieren und bewerten.
- können Fragestellungen der Ethik und Nachhaltigkeit in der normativen Führung kritisch reflektieren.
- kennen die wesentlichen strategischen und operativen Maßnahmen zur Analyse und Implementierung von unternehmerischen Veränderungsprozessen.
- sind in der Lage, unternehmerische Geschäftsprozesse kritisch zu reflektieren, Veränderungsmaßnahmen zu bewerten sowie Veränderungsprozesse im Rahmen des Leadership-Ansatzes zu implementieren und zu steuern.
- können ausgewählte Instrumente und Techniken des Change Managements anwenden.
- verstehen den Einfluss von Industrie 4.0 und Digitalisierung im Rahmen von Change Projekten.

Lehrinhalte	<p><u>Knowledge Management (E) /ILV / LV-Nr: MKO 1 / 3.Semester / ECTS: 2</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Kennzeichen und Merkmale von Wissensgesellschaften • Definition von Wissen und Wissensmanagement • Wissen unter Betrachtung des Ressource-based-view und Knowledge-based-view • Wissen als Kernressource im Wettbewerb • Wissensgenerierung, Wissensteilung, Wissensabsicherung • Identifikation und Messung von Wissen, Wissensbilanzen • Grundlagen der Lernenden Organisation • Identifikation und Strukturierung unternehmensrelevanten Wissens • Gestaltung von Wissensorganisationen – Instrumente und Prozesse • Tools und Instrumente für Knowledge Worker
	<p><u>Leadership & Change Management (E) /ILV / LV-Nr: MKO 2 / 4.Semester / ECTS: 2</u></p> <p>Teil A: Leadership</p> <ul style="list-style-type: none"> • Definition und Merkmale von Leadership • Leadership vs. Management • Überblick zu Führungstheorien • Historische Genese von Führungskonzeptionen • Systemisch-integrativer Führungsansatz • Methoden: Supervision; Arbeitseffizienz; Arbeitseffektivität; Open Space; Tiefeninterviews • Führung: Leistung; Führungserfolg; Führungseffizienz; Führungseffektivität • Anforderungen der Umwelt an die Führung in Bezug auf Förderung der Leistung • Die Umsetzung von Führungsansätzen in Organisationen wird anhand von Fallbeispielen diskutiert und reflektiert <p>Teil B: Change Management</p> <ul style="list-style-type: none"> • Definition und Relevanz von Change Management • Change Management im Rahmen von Industrie 4.0 und Digitalisierung • Organisationales Lernen • Der Ansatz von Lewin • Typologien von Akteuren im Change Management Prozess • Change Manager und Change Leader • Die 8 Phasen nach Kotter • Erfolgs- und Misserfolgskriterien im Change Management
Lehr- und Lernmethoden	<p><u>Knowledge Management (E) /ILV / LV-Nr: MKO 1 / 3.Semester / ECTS: 2</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • 25 % der Veranstaltung wird über eLearning abgedeckt. Hierbei wird eine Kombination zwischen Online Phasen (induktive Methode zum eigenständigen Erarbeiten von Wissen und zum Üben von Aufgabenstellungen) und Präsenzphasen (deduktive Methode, bei welcher Hilfestellungen im Lernprozess gegeben werden als auch über Frontalvorträge Wissen vermittelt wird) eingesetzt.
	<p><u>Leadership & Change Management (E) /ILV / LV-Nr: MKO 2 / 4.Semester / ECTS: 2</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Die Veranstaltung wird mit Präsenzphasen (deduktive Methode, bei welcher Hilfestellungen im Lernprozess gegeben werden als auch über Frontalvorträge Wissen vermittelt wird) durchgeführt. • Zudem werden die Studierenden in Gruppenarbeiten Problemstellungen lösen und präsentieren, welche im Plenum diskutiert werden. • Es werden ausgewählte Übungen durchgeführt, um die Inhalte der Vorlesung zu vertiefen.
Bewertungsmethoden Kriterien	<p><u>Knowledge Management (E) /ILV / LV-Nr: MKO 1 / 3.Semester / ECTS: 2</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Seminararbeit und • Quiz
	<p><u>Leadership & Change Management (E) /ILV / LV-Nr: MKO 2 / 4.Semester / ECTS: 2</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Abschlusspräsentation und • Exposé

Modulnummer:	Praxisprojekt	Umfang:	
		8	ECTS
PRA			
Studiengang	Fachhochschul-Bachelorstudiengang - Unternehmensführung Vollzeit		
Lage im Curriculum	3. Semester		
	4. Semester		
Niveaustufe	3. Semester: k.A. / 4. Semester: Bachelor		
Vorkenntnisse	3. Semester: <ul style="list-style-type: none"> • Wissenschaftliches Arbeiten I: Grundlagen • Wissenschaftliches Arbeiten II: Anwendung • Statistische Methoden & Datenanalyse • Methoden der empirischen Sozialforschung • Market Research • Einführung in BWL • Strategische Unternehmensführung & Unternehmensethik • Marketing (E) • Einführung Rechnungswesen • Kommunikation, Präsentation & Rhetorik 4. Semester: <ul style="list-style-type: none"> • Wissenschaftliches Arbeiten I: Grundlagen • Wissenschaftliches Arbeiten II: Anwendung • Statistische Methoden & Datenanalyse • Methoden der empirischen Sozialforschung • Market Research • Einführung in BWL • Strategische Unternehmensführung & Unternehmensethik • Marketing (E) • Einführung Rechnungswesen • Kommunikation, Präsentation & Rhetorik • Agiles Projektmanagement 		
Geblockt	nein		
Kreis d. TeilnehmerInnen	MaturantInnen und/oder entsprechende Vorbildung, AnfängerInnen		
Literaturempfehlung	<u>Praxisprojekt I: Entrepreneurship /ILV / LV-Nr: PRA 1 / 3.Semester / ECTS: 4</u> Birkenbach-Puteanus, K. (2019). Erfolgreiche Unternehmensgründung: Entrepreneurship im kompetitiven, innovativen und unsicheren Umfeld. Stuttgart: Kohlhammer Verlag. Chaston, I. (2009). Entrepreneurial management in small firms. Thousand Oaks, CA: SAGE Publications. Fritsch, M. (2019). Entrepreneurship: Theorie, Empirie, Politik. Berlin-Heidelberg: Springer Verlag. Hall, R., & Bell, R. (2019). Start-ups, pivots and pop-ups: How to succeed by creating your own business. London, UK: Kogan Page. Neck, C. P., Neck, H. M., & Murray, E. L. (2018). Entrepreneurship. The practice and mindset. Thousand Oaks, CA: SAGE Publications. Pott, O., & Pott, A. (2015). Entrepreneurship: Unternehmensgründung, Businessplan und Finanzierung, Rechtsformen und gewerblicher Rechtsschutz. Berlin-Heidelberg: Springer Verlag.		
	<u>Praxisprojekt II: Unternehmensführung /ILV / LV-Nr: PRA 2 / 4.Semester / ECTS: 4</u> Bateman, T., & Snell, S. (2019). Management: Leading & collaborating in a competitive world. New York, NY: McGraw-Hill. Stöger, R. (2017). Strategieentwicklung für die Praxis: Navigieren, verändern und umsetzen. Stuttgart: Schäffer-Poeschel. Stöger, R. (2016). Die wirksamsten Management-Werkzeuge: Das Schweizermesser für Führungskräfte. Stuttgart: Schäffer-Poeschel. Wheelen, T. L., Hunger, D. J., Hoffman, A. N., & Barnford, C. E. (2018). Strategic management and business policy: Globalization, innovation and sustainability. Harlow, UK: Pearson. Wunder, T. (2016). Essentials of strategic management: Effective formulation and execution of strategy. Stuttgart: Schäffer-Poeschel.		

<p>Kompetenzerwerb</p>	<p><u>Praxisprojekt I: Entrepreneurship /ILV / LV-Nr: PRA 1 / 3.Semester / ECTS: 4</u></p> <p>Die Studierenden erlernen im Rahmen dieser Lehrveranstaltung die praxisnahe Umsetzung eines Gründungsvorhabens anhand eines realen Businessplans bzw. durch die Erarbeitung eines Gründungskonzepts. Sie sind in der Lage, eine aktuelle und unternehmensgründungsbezogene Fallstudie aus dem Bereich des Entrepreneurships in Kooperation mit gründungswilligen Unternehmen/UnternehmerInnen durchzuführen. Die Studierenden entwickeln selbständig Problemlösungsansätze und -strategien für gründungsrelevante Problemstellungen aus der Wirtschaftspraxis.</p> <p>Die Studierenden erwerben detaillierte Kenntnisse über die Möglichkeiten der Modellierung, Planung, Steuerung und Implementierung von alternativen Geschäfts- und Entscheidungsmodellen im Sinne anwendungsorientierter Führungsinstrumente in der Managementpraxis. Diese Kenntnisse werden im Rahmen eines Praxisprojektes bzw. in</p>
------------------------	--

Kompetenzerwerb	<p>Kooperation mit einem realen Projektpartner aus der Wirtschaft durchgeführt.</p> <p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> • sind in der Lage, ein Projekt anhand professionellen Projektmanagements durchzuführen. • beherrschen die systematische, handwerklich ordentliche und termingerechte Projektbearbeitung. • kennen die speziellen Rollen innerhalb eines Projekts. • kennen die Bedeutung der Projektkommunikation in alle Richtungen (Gespräche, Dokumentation, Beschreibungen, Präsentationen) und wissen, sich entsprechend zu verhalten. • haben Fachkenntnisse zur Lösung spezifischer Probleme.
	<p><u>Praxisprojekt II: Unternehmensführung /ILV / LV-Nr: PRA 2 / 4.Semester / ECTS: 4</u></p> <p>Die Studierenden erlernen im Rahmen dieser Lehrveranstaltung die praxisnahe Umsetzung eines Gründungsvorhabens anhand eines realen Businessplans bzw. durch die Erarbeitung eines Gründungskonzepts. Sie sind in der Lage, eine aktuelle und unternehmensgründungsbezogene Fallstudie aus dem Bereich des Entrepreneurship in Kooperation mit gründungswilligen Unternehmen/UnternehmerInnen durchzuführen. Die Studierenden entwickeln selbstständig Problemlösungsansätze und -strategien für gründungsrelevante Problemstellungen aus der Wirtschaftspraxis.</p> <p>Die Studierenden erwerben detaillierte Kenntnisse über die Möglichkeiten der Modellierung, Planung, Steuerung und Implementierung von alternativen Geschäfts- und Entscheidungsmodellen im Sinne anwendungsorientierter Führungsinstrumente in der Managementpraxis. Diese Kenntnisse werden im Rahmen eines Praxisprojekts bzw. in Kooperation mit einem realen Projektpartner aus der Wirtschaft durchgeführt.</p> <p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> • sind in der Lage, ein Projekt anhand professionellen Projektmanagements durchzuführen. • beherrschen die systematische, handwerklich ordentliche und termingerechte Projektbearbeitung. • kennen die speziellen Rollen innerhalb eines Projekts. • kennen die Bedeutung der Projektkommunikation in alle Richtungen (Gespräche, Dokumentation, Beschreibungen, Präsentationen) und wissen, sich entsprechend zu verhalten. • haben Fachkenntnisse zur Lösung spezifischer Probleme.
Lehrinhalte	<u>Praxisprojekt I: Entrepreneurship /ILV / LV-Nr: PRA 1 / 3.Semester / ECTS: 4</u>

	<p>Im Rahmen dieser Lehrveranstaltung werden aktuelle und unternehmensbezogene Fallstudien aus dem Bereich der Unternehmensgründung, -übernahme oder -nachfolge in Kooperation mit insbesondere kleinen und mittleren Unternehmen oder Start-up-Unternehmen aufgegriffen. Die Studierenden entwickeln selbständig Problemlösungsansätze und -strategien für führungsrelevante Problemstellungen aus der Wirtschaftspraxis. Mögliche Problemkreise sind: Analyse und Konzeption von Geschäftsmodellen, Erstellung von Businessplänen, Bearbeitung von Teilaufgaben aus dem Bereich des Gründungsmanagements unter besonderer Beachtung einer ganzheitlich-systemischen Reflexion des bis dahin erlangten Wissensstandes.</p> <p>Die Studierenden bringen hierbei ihr bisher erworbenes Wissen ein und gleichen es mit Beobachtungen und Erfahrungen im Rahmen des Praxisprojekts ab. Während die Studierenden ihre fachspezifischen Kompetenzen vertiefen und verbessern können, werden auch Kompetenzkompetenzen wie Sozialkompetenz, Risikomanagement, Budgetierungskompetenz und ökonomisch verantwortliche Entscheidungskompetenz gefestigt.</p> <p>Aufbauend auf ein Auftraggeber-Briefing (durch die Lehrveranstaltungsleitung oder externe Partner wie Vereine und Unternehmen) bearbeiten die Studierenden die vorgestellten Projekte eigenständig, lediglich im Bedarfsfall angeleitet durch die Lehrveranstaltungsleitung: Planung, Koordination, Budgetierung, Kontrolle, Evaluierung und Schlussberichterstattung liegen in den Händen der Studierenden. Die Rolle der Lehrveranstaltungsleitung fokussiert auf das Projektcoaching.</p>
	<p><u>Praxisprojekt II: Unternehmensführung /ILV / LV-Nr: PRA 2 / 4.Semester / ECTS: 4</u></p> <p>Im Rahmen dieser Lehrveranstaltung werden aktuelle und unternehmensbezogene Fallstudien aus dem Bereich der Unternehmensführung in Kooperation mit insbesondere kleinen und mittleren Unternehmen aufgegriffen. Die Studierenden entwickeln selbständig Problemlösungsansätze und -strategien für führungsrelevante Problemstellungen aus der Wirtschaftspraxis. Mögliche Problemkreise sind: Finanzwirtschaftliche und leistungswirtschaftliche Problemstellungen, personalwirtschaftliche und organisatorische Fragestellungen unter besonderer Beachtung einer ganzheitlich-systemischen Reflexion des bis dahin erlangten Wissensstandes.</p> <p>Die Studierenden bringen hierbei ihr bisher erworbenes Wissen ein und gleichen es mit Beobachtungen und Erfahrungen im Rahmen des Praxisprojekts ab. Während die</p>

<p>Lehrinhalte</p>	<p>Studierenden ihre fachspezifischen Kompetenzen vertiefen und verbessern können, werden auch Komplementärkompetenzen wie Sozialkompetenz, Risikomanagement, Budgetierungskompetenz und ökonomisch verantwortliche Entscheidungskompetenz gefestigt.</p> <p>Aufbauend auf die im Praxisprojekt I erworbenen Erfahrungen und die in Fachlehrveranstaltungen erworbenen weiteren Kenntnisse und Fähigkeiten haben die Studierenden die Möglichkeit, ihr erworbenes Wissen auf reale Projekte anzuwenden – vor allem die Kompetenzen im Bereich Projekt- und Qualitätsmanagement, sowie die fachspezifische Problemlösungskompetenz sollen so gefestigt und anwendbar gemacht werden. Die Studierenden bearbeiten Projekte eigenständig, lediglich im Bedarfsfall angeleitet durch die Lehrveranstaltungsleitung: Planung, Koordination, Budgetierung, Kontrolle, Evaluierung und Schlussberichterstattung liegen in den Händen der Studierenden. Die Rolle der Lehrveranstaltungsleitung fokussiert auf das Projektcoaching.</p>
<p>Lehr- und Lernmethoden</p>	<p><u>Praxisprojekt I: Entrepreneurship /ILV / LV-Nr: PRA 1 / 3.Semester / ECTS: 4</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Bearbeitung einer realen Problemstellung mit einem Unternehmen unter Anwendung der im Studium erlernten Instrumente & Techniken • Begleitung des Projekts durch einen erfahrenen Coach/Projektleiter • Erstellung eines Abschlussberichts, welcher dem Unternehmen übergeben werden kann • Halten einer Abschlusspräsentation unter Teilnahme des Auftraggebers <hr/> <p><u>Praxisprojekt II: Unternehmensführung /ILV / LV-Nr: PRA 2 / 4.Semester / ECTS: 4</u></p> <ul style="list-style-type: none"> •• Bearbeitung einer realen Problemstellung mit einem Unternehmen unter Anwendung der im Studium erlernten Instrumente & Techniken • Begleitung des Projekts durch einen erfahrenen Coach/Projektleiter • Erstellung eines Abschlussberichts, welcher dem Unternehmen übergeben werden kann • Halten einer Abschlusspräsentation unter Teilnahme des Auftraggebers
<p>Bewertungsmethoden Kriterien</p>	<p><u>Praxisprojekt I: Entrepreneurship /ILV / LV-Nr: PRA 1 / 3.Semester / ECTS: 4</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Abschlussbericht und • Abschlusspräsentation <hr/> <p><u>Praxisprojekt II: Unternehmensführung /ILV / LV-Nr: PRA 2 / 4.Semester / ECTS: 4</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Abschlussbericht und • Abschlusspräsentation

Modulnummer:	Management von Familienunternehmen	Umfang:	
MFU		7	ECTS
Studiengang	Fachhochschul-Bachelorstudiengang - Unternehmensführung Vollzeit		
Lage im Curriculum	3. Semester		
	4. Semester		
Niveaustufe	3. Semester: k.A. / 4. Semester: Bachelor		
Vorkenntnisse	3. Semester: • Einführung in BWL • Marketing (E) • Kommunikation, Präsentation & Rhetorik / 4. Semester: • Einführung in BWL • Einführung in Rechnungswesen • Strategische Unternehmensführung & Unternehmensethik • Strategy Development & Execution (E) • Personalmanagement • Organisations- & Personalpsychologie / 4. Semester: • Einführung in BWL • Einführung in Rechnungswesen • Strategische Unternehmensführung & Unternehmensethik • Strategy Development & Execution (E) • Personalmanagement • Organisations- & Personalpsychologie • Grundlagen des Entrepreneurship • Gründungsmanagement		
Geblockt	nein		
Kreis d. TeilnehmerInnen	MaturantInnen und/oder entsprechende Vorbildung, AnfängerInnen		
Literaturempfehlung	<u>Unternehmenskommunikation /ILV / LV-Nr: MFU 1 / 3.Semester / ECTS: 3</u> Literaturempfehlung Unternehmenskommunikation /ILV / LV-Nr: MFU 1 / 3.Semester / ECTS: 3 Buchholz, U., & Knorre, S. (2019). Interne Kommunikation und Unternehmensführung: Theorie und Praxis eines kommunikationszentrierten Managements. Wiesbaden: Springer Verlag. Kirf, B., Eicke, K.-N., & Schörnborg, S. (2018). Unternehmenskommunikation im Zeitalter der digitalen Transformation: Wie Unternehmen interne und externe Stakeholder heute und in Zukunft erreichen. Wiesbaden: Gabler Verlag. Mast, C. (2019). Unternehmenskommunikation: Ein Leitfaden. München: UVK Verlag. Rusinger, D. (2016). Die digitale Kommunikationsstrategie: Praxis-Leitfaden für Unternehmen – Mit Case Studys und Experteneiträgen – Für eine Kommunikation in digitalen Zeiten. Stuttgart: Schäffer-Poeschel. Szyszka, P. (2019). Unternehmenskommunikation: Wirkung – Wertschätzung – Wertschöpfung. Stuttgart: Kohlhammer Verlag. Zerfaß, A., Volk, S. C., & Ziegele, D. (2019). Toolbox Kommunikationsmanagement: Denkwerkzeuge und Methoden für die Steuerung der Unternehmenskommunikation. Wiesbaden: Gabler Verlag.		
	<u>Führung von Familienunternehmen /ILV / LV-Nr: MFU 2 / 4.Semester / ECTS: 1</u> Collins, L., Grisoni, L., Tucker, J., Seman, C., Graham, S., Fakoussa, R., & Otten, D. (2012). The modern family business: Relationships, succession and transition. Basingstoke: Palgrave. Felden, B., & Hack, A. (2014). Management von Familienunternehmen: Besonderheiten – Handlungsfelder - Instrumente. Berlin-Heidelberg: Springer Verlag. Gimeno, A., Baulenas, G., & Coma-Cros, J. (2010). Family business models: Practical solutions for the family business. Basingstoke: Palgrave. Märk, S., & Situm, M. (2018). Familienunternehmen und ihre Stakeholder: Problemstellung – Lösungsmodelle – Praktische Umsetzung. Berlin-Heidelberg: Springer Verlag. Weishaupt, M. (2015). Radikal anders: Die DNA erfolgreicher Familienunternehmen. Frankfurt am Main: Campus Verlag. Zellweger, T. (2017). Managing the family business: Theory and practice. Glos, UK: Edward Elgar		
	<u>Unternehmensübergabe & -nachfolge /ILV / LV-Nr: MFU 3 / 4.Semester / ECTS: 3</u>		

	<p>von Bassewitz, U. (2017). Erfolgreiche Unternehmensnachfolge: Den Übergang persönlich und unternehmerisch meistern. Wiesbaden: Springer Verlag.</p> <p>Baus, K. (2016). Die Familienstrategie: Wie Familien ihr Unternehmen über Generationen sichern. Berlin-Heidelberg: Springer Verlag.</p> <p>Greenstein, T. N., & Davis, S. N. (2013). Methods of family research. Thousand Oaks, CA: SAGE Publications.</p> <p>Märk, S., & Situm, M. (2018). Familienunternehmen und ihre Stakeholder: Problemstellung – Lösungsmodelle – Praktische Umsetzung. Berlin-Heidelberg: Springer Verlag.</p> <p>Wegmann, J., & Wieseahn, A. (2015). Unternehmensnachfolge: Praxishandbuch für Familienunternehmen. Wiesbaden: Springer Verlag.</p> <p>Weishaupt, M. (2015). Radikal anders: Die DNA erfolgreicher Familienunternehmen. Frankfurt am Main: Campus Verlag.</p>
--	--

Literaturempfehlung	
Kompetenzerwerb	<p><u>Unternehmenskommunikation /ILV / LV-Nr: MFU 1 / 3.Semester / ECTS: 3</u></p> <p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> • kennen die Grundlagen der Unternehmenskommunikation. • kennen die wichtigsten theoretischen Ansätze sowie Instrumente der strategischen Planung und Optimierung der Unternehmenskommunikation. • können kommunikationsrelevante Maßnahmen zur Krisenprävention und -handhabung identifizieren und anwenden. • verstehen, wie Digitalisierung die Unternehmenskommunikation beeinflusst und verändert. • wissen, welche digitalen Medien man für die Unternehmenskommunikation nutzen kann.
	<p><u>Führung von Familienunternehmen /ILV / LV-Nr: MFU 2 / 4.Semester / ECTS: 1</u></p> <p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> • kennen die Phasen des Nachfolgeprozesses insbesondere bei Familienunternehmen. • verstehen die spezifischen Problemstellungen und Lösungsansätze bei Führung und Übergabe von Familienunternehmen. • kennen die rechtlichen, managementorientierten und sozialpsychologischen Fragestellungen und Problemlösungsansätze. • sind in der Lage, die wesentlichen Faktoren erfolgreicher Nachfolgeprozesse in Familienunternehmen zu erkennen und entsprechende Umsetzungskonzepte anzuwenden.
	<p><u>Unternehmensübergabe & -nachfolge /ILV / LV-Nr: MFU 3 / 4.Semester / ECTS: 3</u></p> <p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> • kennen die grundlegenden Begrifflichkeiten und Besonderheiten von Übernahmegründungen als Variante der beruflichen Selbständigkeit. • verstehen die Phasen des Nachfolgeprozesses. • kennen die wesentlichen Faktoren zur Gestaltung erfolgreicher Nachfolgeprozesse. • können die Varianten des Übernahme- und Nachfolgeprozesses ggf. bei eigenen zukünftigen Übernahme- und Nachfolgeplanungen umsetzen.
Lehrinhalte	<p><u>Unternehmenskommunikation /ILV / LV-Nr: MFU 1 / 3.Semester / ECTS: 3</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Definition und Ziel der Unternehmenskommunikation • Auswahl, Optimierung und Anwendung von Kommunikationsinstrumenten im Kontext eines abgestimmten Kommunikations-Mix inkl. Beziehungen zur Content Strategie • Kommunikation mit unterschiedlichen Stakeholdergruppen <ul style="list-style-type: none"> • MitarbeiterInnen (interne PR, Change Communication) • KundeInnen (Kunden-PR, Corporate Publishing) • Medien (Media Relations) • Kapitalgeber (Investor Relations) • Gesellschaft (Public Affairs, Innovationskommunikation, Corporate Social Responsibility) • Unternehmenskommunikation unter Berücksichtigung der Digitalisierung
	<p><u>Führung von Familienunternehmen /ILV / LV-Nr: MFU 2 / 4.Semester / ECTS: 1</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Bedeutung und Definition von Familienunternehmen • Stärken und Schwächen von Familienunternehmen • Dynamiken zwischen Familien und Unternehmen (Das Kreis-Modell, Das dreidimensionale Lebenszyklusmodell, Das Familyness-Konstrukt, Strategisches Management, Der Bulls-Eye-Ansatz) • Positionierung und Strategie; Führungsverhalten in Familienunternehmen • Ausgewählte Praxisbeispiele und Reflexion
	<p><u>Unternehmensübergabe & -nachfolge /ILV / LV-Nr: MFU 3 / 4.Semester / ECTS: 3</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Rollenbilder im Rahmen von Unternehmensübergaben & -nachfolgen • Dynamiken von Familienunternehmen anhand ausgewählter Modelle (Kreis-Modell, Lebenszyklusmodell, Familieness-Konstrukt, Strategisches Management, Bulls-Eye-Ansatz) • Die Unternehmensnachfolge als potenzielle Krisensituation des Familienunternehmens • Mögliche Formen der Unternehmensnachfolge (externe vs. interne)

Lehr- und Lernmethoden	<p><u>Unternehmenskommunikation /ILV / LV-Nr: MFU 1 / 3.Semester / ECTS: 3</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • 17 % der Veranstaltung wird über eLearning abgedeckt. Hierbei wird eine Kombination zwischen Online Phasen (induktive Methode zum eigenständigen Erarbeiten von Wissen und zum Üben von Aufgabenstellungen) und Präsenzphasen (deduktive Methode, bei welcher Hilfestellungen im Lernprozess gegeben werden als auch über Frontalvorträge Wissen vermittelt wird) eingesetzt.
	<p><u>Führung von Familienunternehmen /ILV / LV-Nr: MFU 2 / 4.Semester / ECTS: 1</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Die Veranstaltung wird gänzlich über Präsenzphasen (deduktive Methode, bei welcher Hilfestellungen im Lernprozess gegeben werden als auch über Frontalvorträge Wissen

Lehr- und Lernmethoden	vermittelt wird) abgedeckt. • Vorstellung und Diskussion von Praxisfällen, für welche die Studierenden im Rahmen von Gruppenarbeiten Lösungen entwickeln müssen.
	<u>Unternehmensübergabe & -nachfolge /ILV / LV-Nr: MFU 3 / 4.Semester / ECTS: 3</u> • 33 % der Veranstaltung wird über eLearning abgedeckt. Hierbei wird eine Kombination zwischen Online Phasen (induktive Methode zum eigenständigen Erarbeiten von Wissen und zum Üben von Aufgabenstellungen) und Präsenzphasen (deduktive Methode, bei welcher Hilfestellungen im Lernprozess gegeben werden als auch über Frontalvorträge Wissen vermittelt wird) eingesetzt.
Bewertungsmethoden Kriterien	<u>Unternehmenskommunikation /ILV / LV-Nr: MFU 1 / 3.Semester / ECTS: 3</u> • Seminararbeit und • Quiz
	<u>Führung von Familienunternehmen /ILV / LV-Nr: MFU 2 / 4.Semester / ECTS: 1</u> • Seminararbeit
	<u>Unternehmensübergabe & -nachfolge /ILV / LV-Nr: MFU 3 / 4.Semester / ECTS: 3</u> • Seminararbeit und • Quiz

Modulnummer:	Unternehmenssteuerung	Umfang:	
UST		5	ECTS
Studiengang	Fachhochschul-Bachelorstudiengang - Unternehmensführung Vollzeit		
Lage im Curriculum	4. Semester		
Niveaustufe	4. Semester: Bachelor		
Vorkenntnisse	4. Semester: • Einführung in BWL • Einführung Rechnungswesen • Wirtschaftsmathematik • Investition & Finanzierung • Kostenrechnung & Kalkulation • Jahresabschluss & -analyse / 4. Semester: • Einführung in BWL • Einführung Rechnungswesen • Wirtschaftsmathematik • Investition & Finanzierung • Kostenrechnung & Kalkulation • Jahresabschluss & -analyse • Statistische Methoden & Datenanalyse		
Geblockt	nein		
Kreis d. TeilnehmerInnen	MaturantInnen und/oder entsprechende Vorbildung, AnfängerInnen		
Literaturempfehlung	<u>Wertorientierte Unternehmenssteuerung /ILV / LV-Nr: UST 1 / 4.Semester / ECTS: 3</u> Coenenberg, A. G., Salfeld, R., & Schultze, W. (2015). Wertorientierte Unternehmensführung: Vom Strategieentwurf zur Implementierung. Stuttgart: Schäffer-Poeschel. Copeland, T., Koller, T., Murrin, J., & McKinsey & Company, Inc. (2002). Unternehmenswert: Methoden und Strategien für eine wertorientierte Unternehmensführung. Frankfurt: Campus Verlag. Dillerup, R., & Stoj, R. (2011). Unternehmensführung. München: Vahlen. Stern, J. M., & Shiely, J. S. (2002). Wertorientierte Unternehmensführung mit E(conomic) V(alue) A(dded), EVA. Berlin: Econ Verlag. Weber, J., Bramsemann, U., Heineke, C., & Hirsch, B. (2017). Wertorientierte Unternehmenssteuerung: Konzepte – Implementierung – Praxis-Statement. Wiesbaden: Springer Verlag. Young, S. D., O´Byrne, S. F. (2001). Eva and value-based management: A practical guide to implementation. New York, NY: McGraw-Hill.		
	<u>Risikomanagement: Grundlagen /ILV / LV-Nr: UST 2 / 4.Semester / ECTS: 2</u> Diederichs, M. (2017). Risikomanagement und Risikocontrolling. München: Vahlen Verlag. Finke, R. (2017). Grundlagen des Risikomanagements: Quantitative Riskmanagement-Methoden für Einsteiger und Praktiker. Weinheim: Wiley. Gleißner, W. (2016). Grundlagen des Risikomanagements: Mit fundierten Informationen zu besseren Entscheidungen. München: Vahlen Verlag. Hunziker, S., & Meissner, J. O. (2018). Ganzheitliches Chancen- und Risikomanagement: Interdisziplinäre und praxisnahe Konzepte. Wiesbaden: Springer Verlag. Romeike, F. (2018). Risikomanagement. Wiesbaden: Springer Verlag. Ruthner, R., & Exner, K. (2019). Corporate Risk Management: Unternehmensweites Risikomanagement als Führungsaufgabe. Wien: Linde Verlag. Wüst, K. (2014) Risikomanagement: Eine Einführung mit Anwendungen im Excel. Konstanz: UVK Verlag.		
Kompetenzerwerb	<u>Wertorientierte Unternehmenssteuerung /ILV / LV-Nr: UST 1 / 4.Semester / ECTS: 3</u> Die Studierenden • kennen die Grundlagen der Unternehmensbewertung und können ausgewählte Wertkennzahlen berechnen und interpretieren. • sind in der Lage, die Entscheidungsprozesse der Unternehmensführung am Gedanken der Wertorientierung auszurichten. • verstehen, wie sich Investitions-, Finanzierungs- sowie operative Entscheidungen auf den Unternehmenswert auswirken. • kennen Grundlagen und Methoden einer monetären und immateriellen Unternehmensbewertung. • kennen die Grundlagen eines wertorientierten Managements.		
	<u>Risikomanagement: Grundlagen /ILV / LV-Nr: UST 2 / 4.Semester / ECTS: 2</u>		

Die Studierenden

- kennen die rechtlichen Grundlagen und Rahmenbedingungen für das Risikomanagement.
- können Aufgaben den einzelnen Phasen eines Risikomanagement-Kreislaufs zuordnen.
- können unterschiedliche Arten von Risiken identifizieren und typologisieren.
- können Risiken quantifizieren und beurteilen.
- können eine Risikomatrix erstellen und interpretieren.
- können Maßnahmen zur Risikosteuerung ableiten.

Kompetenzerwerb	<ul style="list-style-type: none"> • verstehen die Grundlagen des Risikocontrollings.
Lehrinhalte	<p><u>Wertorientierte Unternehmenssteuerung /ILV / LV-Nr: UST 1 / 4.Semester / ECTS: 3</u></p> <p>Teil A: Konzepte der „Wertorientierung“ in der Unternehmenssteuerung:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Begriffliche und inhaltliche Grundlagen eines Wert(e)managements <p>Teil B: Grundlagen der Unternehmensbewertung:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Anlässe, Konzepte und Methoden der internen und externen Unternehmensbewertung • kritische Betrachtung verschiedener Bewertungsansätze und wertorientierter Kennzahlen <p>Teil C: Entwicklung einer wertorientierten Unternehmensstrategie:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Entwicklung einer wertorientierten Unternehmensstrategie 2) Analyse und Operationalisierung der Wertsteigerungshebel: <ol style="list-style-type: none"> a) Wachstum b) operative Exzellenz c) Finanz- u. Vermögensstruktur sowie d) Portfoliosteuerung. <p>Teil D: Ermittlung und Steuerung von immateriellen Werttreibern:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Bestimmung und Bewertung des immateriellen Kapitals eines Unternehmens • Erstellung einer „Wissensbilanz“. <p>Teil E: „Vom Wert der Werte“:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Analyse und Bewertung von „Werten“ • Grundlagen eines Wertemanagements <hr/> <p><u>Risikomanagement: Grundlagen /ILV / LV-Nr: UST 2 / 4.Semester / ECTS: 2</u></p> <p>Teil A: Grundlagen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Begriff des Risikos • Risikomanagement • Risikostrategien <p>Teil B: Arten von Risiken</p> <ul style="list-style-type: none"> • Einteilung von Risiken • Beschreibung einzelner Risikoarten im Details <p>Teil C: Risikomanagementprozess</p> <ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen • Risikoidentifikation (Risikoinventar) • Risikobeurteilung (Risk Map) • Risikobewertung • Risikoreaktion • Risikoreporting <p>Teil D: Quantifizierung von Risiken (Risikobewertung)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Statistische Grundlagen • Portfoliotheorie & Capital Asset Pricing Modell (CAPM) • Value-at-Risk • Sensitivitätsanalyse • Monte Carlo Simulation <p>Teil E: Ansätze bzw. Instrumente zum Management von Risiken</p> <ul style="list-style-type: none"> • Risiken im Außenhandel • Risiken im Debitorenmanagement & Kreditrisiko • Risiken im Zinsmanagement • Risiken im Devisenmanagement
Lehr- und Lernmethoden	<u>Wertorientierte Unternehmenssteuerung /ILV / LV-Nr: UST 1 / 4.Semester / ECTS: 3</u>

	<ul style="list-style-type: none"> • 33 % der Veranstaltung wird über eLearning abgedeckt. Hierbei wird eine Kombination zwischen Online Phasen (induktive Methode zum eigenständigen Erarbeiten von Wissen und zum Üben von Aufgabenstellungen) und Präsenzphasen (deduktive Methode, bei welcher Hilfestellungen im Lernprozess gegeben werden als auch über Frontalvorträge Wissen vermittelt wird) eingesetzt.
	<p><u>Risikomanagement: Grundlagen /ILV / LV-Nr: UST 2 / 4.Semester / ECTS: 2</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • 50 % der Veranstaltung wird über eLearning abgedeckt. Hierbei wird eine Kombination zwischen Online Phasen (induktive Methode zum eigenständigen Erarbeiten von Wissen und zum Üben von Aufgabenstellungen) und Präsenzphasen (deduktive Methode, bei welcher Hilfestellungen im Lernprozess gegeben werden als auch über Frontalvorträge Wissen vermittelt wird) eingesetzt.
<p>Bewertungsmethoden Kriterien</p>	<p><u>Wertorientierte Unternehmenssteuerung /ILV / LV-Nr: UST 1 / 4.Semester / ECTS: 3</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Abschlussklausur und • Quiz

Bewertungsmethoden Kriterien	<u>Risikomanagement: Grundlagen /ILV / LV-Nr: UST 2 / 4.Semester / ECTS: 2</u> <ul style="list-style-type: none">• Abschlussklausur und• Quiz
------------------------------	--

Modulnummer:	Vertiefung Area Studies & Languages	Umfang:	
		6	ECTS
AAL			
Studiengang	Fachhochschul-Bachelorstudiengang - Unternehmensführung Vollzeit		
Lage im Curriculum	5. Semester		
Niveaustufe	5. Semester: Bachelor		
Vorkenntnisse	5. Semester: Alle Fächer der ersten vier Semester		
Geblockt	nein		
Kreis d. TeilnehmerInnen	MaturantInnen und/oder entsprechende Vorbildung, AnfängerInnen		
Literaturempfehlung	<u>Vertiefung Area Studies & Languages /ILV / LV-Nr: 2 / 5.Semester / ECTS: 6</u> Abhängig von der thematischen Ausrichtung der jeweiligen Wahlpflichtfächer.		
Kompetenzerwerb	<u>Vertiefung Area Studies & Languages /ILV / LV-Nr: 2 / 5.Semester / ECTS: 6</u> Die Studierenden sind in der Lage interkulturelle Eigenheiten zu hinterfragen und bedienen sich dabei einer Fremdsprache.		
Lehrinhalte	<u>Vertiefung Area Studies & Languages /ILV / LV-Nr: 2 / 5.Semester / ECTS: 6</u> Vertiefung Area Studies & Languages: Lehrveranstaltungen wie z.B. US and East Asia, Anthropological Perspectives on Culture and Society.		
Lehr- und Lernmethoden	<u>Vertiefung Area Studies & Languages /ILV / LV-Nr: 2 / 5.Semester / ECTS: 6</u> Die Lehr- und Lernmethoden orientieren sich nach den Curricula bzw. Vorgaben der betreffenden Partneruniversitäten.		
Bewertungsmethoden Kriterien	<u>Vertiefung Area Studies & Languages /ILV / LV-Nr: 2 / 5.Semester / ECTS: 6</u> Die Bewertungsmethoden und -kriterien orientieren sich nach den Curricula bzw. Vorgaben der betreffenden Partneruniversitäten.		

Modulnummer:	Vertiefung Business Management	Umfang:	
		16	ECTS
ABM			
Studiengang	Fachhochschul-Bachelorstudiengang - Unternehmensführung Vollzeit		
Lage im Curriculum	5. Semester		
Niveaustufe	5. Semester: Bachelor		
Vorkenntnisse	5. Semester: Alle Fächer der ersten vier Semester		
Geblockt	nein		
Kreis d. TeilnehmerInnen	MaturantInnen und/oder entsprechende Vorbildung, AnfängerInnen		
Literaturempfehlung	<u>Vertiefung Business Management /ILV / LV-Nr: 1 / 5.Semester / ECTS: 16</u> Abhängig von der thematischen Ausrichtung der jeweiligen Wahlpflichtfächer.		
Kompetenzerwerb	<u>Vertiefung Business Management /ILV / LV-Nr: 1 / 5.Semester / ECTS: 16</u> Die Studierenden praktizieren den Wissenserwerb in einer Fremdsprache. Sie sind in der Lage fachspezifische Inhalte in einer kulturell und sozial fremden Umgebung zu verstehen und auf spezifische Problemstellungen der Unternehmensführung im internationalen Kontext anzuwenden.		
Lehrinhalte	<u>Vertiefung Business Management /ILV / LV-Nr: 1 / 5.Semester / ECTS: 16</u> Vertiefung Business Management: Lehrveranstaltungen aus folgenden drei Bereichen: 1. Management (z.B. Strategic Management, Competitive Strategies, Management of Multi-national Corporations, Organizational Theory, Corporate Behavior, Corporate Culture, Knowledge Management, Management of Innovations, Business Ethics, Corporate Governance, Managerial Decision Behavior, HRM, etc.) 2. Marketing (z.B. Advanced Marketing Management, Consumer Behavior, Customer Service Excellence, Global Marketing, etc.) 3. Accounting / Finance / Controlling (z.B. Financial Management, Portfolio Management, Options and Futures, International Finance, etc.)		
Lehr- und Lernmethoden	<u>Vertiefung Business Management /ILV / LV-Nr: 1 / 5.Semester / ECTS: 16</u> Die Lehr- und Lernmethoden orientieren sich nach den Curricula bzw. Vorgaben der betreffenden Partneruniversitäten.		
Bewertungsmethoden Kriterien	<u>Vertiefung Business Management /ILV / LV-Nr: 1 / 5.Semester / ECTS: 16</u> Die Bewertungsmethoden und -kriterien orientieren sich nach den Curricula bzw. Vorgaben der betreffenden Partneruniversitäten.		

Modulnummer:	Vertiefung Social Skills	Umfang:	
		8	ECTS
ASS			
Studiengang	Fachhochschul-Bachelorstudiengang - Unternehmensführung Vollzeit		
Lage im Curriculum	5. Semester		
Niveaustufe	5. Semester: Bachelor		
Vorkenntnisse	5. Semester: Alle Fächer der ersten vier Semester		
Geblockt	nein		
Kreis d. TeilnehmerInnen	MaturantInnen und/oder entsprechende Vorbildung, AnfängerInnen		
Literaturempfehlung	<u>Vertiefung Social Skills /ILV / LV-Nr: 3 / 5.Semester / ECTS: 8</u> Abhängig von der thematischen Ausrichtung der jeweiligen Wahlpflichtfächer.		
Kompetenzerwerb	<u>Vertiefung Social Skills /ILV / LV-Nr: 3 / 5.Semester / ECTS: 8</u> Die Studierenden sind in der Lage ihre Fähigkeiten der Präsentationstechnik und ihrer Sozialkompetenz im Ausland anzuwenden. Sie können fachspezifische Inhalte in einer kulturell und sozial fremden Umgebung reflektieren.		
Lehrinhalte	<u>Vertiefung Social Skills /ILV / LV-Nr: 3 / 5.Semester / ECTS: 8</u> Vertiefung Social Skills: Lehrveranstaltungen wie z.B. Business Communication, Negotiation and Conflict Resolution, International Business Communication, Bargaining Behavior.		
Lehr- und Lernmethoden	<u>Vertiefung Social Skills /ILV / LV-Nr: 3 / 5.Semester / ECTS: 8</u> Die Lehr- und Lernmethoden orientieren sich nach den Curricula bzw. Vorgaben der betreffenden Partneruniversitäten.		
Bewertungsmethoden Kriterien	<u>Vertiefung Social Skills /ILV / LV-Nr: 3 / 5.Semester / ECTS: 8</u> Die Bewertungsmethoden und -kriterien orientieren sich nach den Curricula bzw. Vorgaben der betreffenden Partneruniversitäten.		

Modulnummer:	Berufspraktikum	Umfang:	
		19	ECTS
BPR			
Studiengang	Fachhochschul-Bachelorstudiengang - Unternehmensführung Vollzeit		
Lage im Curriculum	6. Semester		
Niveaustufe	6. Semester: Bachelor		
Vorkenntnisse	6. Semester: Alle Fächer der ersten fünf Semester		
Geblockt	nein		
Kreis d. TeilnehmerInnen	MaturantInnen und/oder entsprechende Vorbildung, AnfängerInnen		
Literaturempfehlung	<p><u>Berufspraktikum /ILV / LV-Nr: BPR 1 / 6.Semester / ECTS: 19</u></p> <p>Adam, B. (2003). Der clevere Praktikumsführer: Recherche, Bewerbung, Organisation. München: Redline Verlag.</p> <p>Bloss, M. (2016). Mein Praktikum – bewerben, einsteigen, aufsteigen. Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft.</p> <p>Brokemper, P. (2015). Richtig beginnen in Ausbildung und Praktikum: Vom ersten Eindruck bis zur Lösung von Konflikten. Arbeitsblätter für Jugendliche. Müllheim an der Ruhr: Verlag an der Ruhr.</p> <p>Langlotz (2016). Praktikum erfolgreiche!: Von der ersten Idee über die richtige Bewerbung bis zum wertvollen Arbeitszeugnis und darüber hinaus. Leck: CPI books.</p> <p>Püttjer, C., & Schnierda, U. (2011). Bewerben um ein Praktikum. Frankfurt: Campus Verlag.</p>		
Kompetenzerwerb	<p><u>Berufspraktikum /ILV / LV-Nr: BPR 1 / 6.Semester / ECTS: 19</u></p> <p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> • lösen betriebliche Problemstellungen unter Anwendung des bisher erworbenen Wissens im Studium. • verstehen, wie bestimmte Prozesse in Unternehmen aufgebaut und miteinander verknüpft sind. • erfahren und verstehen, wie man in Teams arbeitet, kommuniziert und agiert. 		
Lehrinhalte	<p><u>Berufspraktikum /ILV / LV-Nr: BPR 1 / 6.Semester / ECTS: 19</u></p> <p>Die Lehrinhalte sind von den Tätigkeiten abhängig, welche die Studierenden beim Praktikumsgeber bearbeiten. Die Studierenden wählen selbständig eine Praktikumsstelle. Dabei können sie auf das umfangreiche Angebot an Praktikumsanzeigen der FH Kufstein Tirol zurückgreifen. Die Studiengangsleitung prüft die fachliche Übereinstimmung der Praktikumsstellen zu den Studieninhalten und den Qualifikationsprofilen des Studiengangs. Im Anschluss daran wird von der Studiengangsleitung geprüft, ob das Berufspraktikum den Ausbildungszielen des Studiengangs entspricht und ob die/der Studierende ihrem/seinem Qualifikationsniveau entsprechend eingesetzt werden kann. Ein ausführlicher Praktikumsleitfaden unterstützt die Studierenden bei der Organisation in ihrem Praxissemester.</p>		
Lehr- und Lernmethoden	<p><u>Berufspraktikum /ILV / LV-Nr: BPR 1 / 6.Semester / ECTS: 19</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Anwendung der Inhalte aus den Veranstaltungen der ersten 5 Semester anhand von praktischen Problemstellungen beim Praktikumsgeber • Coaching bei der Umsetzung durch Praktikumsbetreuer im Unternehmen • Verknüpfung zur Bachelorarbeit in dem eine Problemstellung des Praktikumsgebers unter Anwendung von wissenschaftlichen Methoden bearbeitet wird 		
Bewertungsmethoden Kriterien	<p><u>Berufspraktikum /ILV / LV-Nr: BPR 1 / 6.Semester / ECTS: 19</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Nachweis über den Workload durch Bestätigung des Praktikumsgebers und • Zwischenbericht und • Abschlussbericht 		

Modulnummer:	Bachelorarbeit	Umfang:	
		11	ECTS
BAR			
Studiengang	Fachhochschul-Bachelorstudiengang - Unternehmensführung Vollzeit		
Lage im Curriculum	6. Semester		
Niveaustufe	6. Semester: Bachelor		
Vorkenntnisse	6. Semester: Alle Fächer der ersten fünf Semester		
Geblockt	nein		
Kreis d. TeilnehmerInnen	MaturantInnen und/oder entsprechende Vorbildung, AnfängerInnen		
Literaturempfehlung	<u>Bachelorarbeitsseminar /ILV / LV-Nr: BAR 1 / 6.Semester / ECTS: 4</u> Berger-Grabner, D. (2016). Wissenschaftliches Arbeiten in den Wirtschafts- und Sozialwissenschaften: Hilfreiche Tipps und praktische Beispiele. Wiesbaden: Springer Verlag. Disterer, G. (2019). Studien- und Abschlussarbeiten schreiben: Seminar-, Bachelor und Masterarbeiten in den Wirtschaftswissenschaften. Wiesbaden: Springer Verlag. Esselborn-Krumbiegel, H. (2017). Richtig wissenschaftlich schreiben: Wissenschaftssprache in Regeln und Übungen. Paderborn: Verlag Ferdinand Schöningh. Oehlich, M. (2019). Wissenschaftliches Arbeiten und Schreiben: Schritt für Schritt zur Bachelor- und Master-Thesis in den Wirtschaftswissenschaften. Wiesbaden: Springer Verlag. Theisen, M. R. (2016). Wissenschaftliches Arbeiten: Erfolgreich bei Bachelor- und Masterarbeit. München: Verlag Franz Vahlen.		
	<u>Scientific Presentation (E) /ILV / LV-Nr: BAR 2 / 6.Semester / ECTS: 1</u> Kipman, U., Leopold-Wildburger, U., & Reiter, T. (2018). Wissenschaftliches Arbeiten 4.0: Vortragen und Verfassen leicht gemacht. Berlin-Heidelberg: Springer Verlag. Renz, K.-C. (2016). Das 1 x 1 der Präsentation: Für Schule, Studium und Beruf. Wiesbaden: Springer Verlag. Schulenburg, N. (2018). Exzellent präsentieren: Die Psychologie erfolgreicher Ideenvermittlung – Werkzeuge und Techniken für herausragende Präsentationen. Wiesbaden: Springer Verlag.		
	<u>Bachelorarbeit /ILV / LV-Nr: BAR 3 / 6.Semester / ECTS: 6</u> Berger-Grabner, D. (2016). Wissenschaftliches Arbeiten in den Wirtschafts- und Sozialwissenschaften: Hilfreiche Tipps und praktische Beispiele. Wiesbaden: Springer Verlag. Disterer, G. (2019). Studien- und Abschlussarbeiten schreiben: Seminar-, Bachelor und Masterarbeiten in den Wirtschaftswissenschaften. Wiesbaden: Springer Verlag. Esselborn-Krumbiegel, H. (2017). Richtig wissenschaftlich schreiben: Wissenschaftssprache in Regeln und Übungen. Paderborn: Verlag Ferdinand Schöningh. Oehlich, M. (2019). Wissenschaftliches Arbeiten und Schreiben: Schritt für Schritt zur Bachelor- und Master-Thesis in den Wirtschaftswissenschaften. Wiesbaden: Springer Verlag. Theisen, M. R. (2016). Wissenschaftliches Arbeiten: Erfolgreich bei Bachelor- und Masterarbeit. München: Verlag Franz Vahlen.		
Kompetenzerwerb	<u>Bachelorarbeitsseminar /ILV / LV-Nr: BAR 1 / 6.Semester / ECTS: 4</u>		

	<p>Die Studierenden sind in der Lage, ein Thema aus dem Fachbereich der Unternehmensführung wissenschaftlich aufzubereiten und eine zentrale Fragestellung selbständig zu erarbeiten. Selbstorganisation und Zeitmanagementfähigkeiten der Studierenden werden gefördert. Die Studierenden erlernen die Fähigkeit der Anwendung theoretischen Wissens aus dem Studium in der Bachelorarbeit. Die Studierenden verfügen über Analyse- und wissenschaftliche Reflexionskompetenz für unternehmensspezifische Problemstellungen. Zudem erlernen sie, wie man wissenschaftliche Arbeiten vor einer Forschungscommunity präsentieren sollte.</p>
	<p><u>Scientific Presentation (E) /ILV / LV-Nr: BAR 2 / 6.Semester / ECTS: 1</u></p> <p>Die Studierenden sind in der Lage, ein Thema aus dem Fachbereich der Unternehmensführung wissenschaftlich aufzubereiten und eine zentrale Fragestellung selbständig zu erarbeiten. Selbstorganisation und Zeitmanagementfähigkeiten der Studierenden werden gefördert. Die Studierenden erlernen die Fähigkeit der Anwendung theoretischen Wissens aus dem Studium in der Bachelorarbeit. Die Studierenden verfügen über Analyse- und wissenschaftliche Reflexionskompetenz für unternehmensspezifische Problemstellungen. Zudem erlernen sie, wie man wissenschaftliche Arbeiten vor einer Forschungscommunity präsentieren sollte.</p>
	<p><u>Bachelorarbeit /ILV / LV-Nr: BAR 3 / 6.Semester / ECTS: 6</u></p> <p>Die Studierenden sind in der Lage, ein Thema aus dem Fachbereich der Unternehmensführung wissenschaftlich aufzubereiten und eine zentrale Fragestellung selbständig zu erarbeiten. Selbstorganisation und Zeitmanagementfähigkeiten der Studierenden werden gefördert. Die Studierenden erlernen die Fähigkeit der Anwendung theoretischen Wissens aus dem Studium in der Bachelorarbeit. Die Studierenden verfügen über Analyse- und wissenschaftliche Reflexionskompetenz für unternehmensspezifische Problemstellungen. Zudem erlernen sie, wie man wissenschaftliche Arbeiten vor einer Forschungscommunity präsentieren sollte.</p>

Lehrinhalte	<p><u>Bachelorarbeitsseminar /ILV / LV-Nr: BAR 1 / 6.Semester / ECTS: 4</u></p> <p>Im Bachelorarbeitsseminar werden die Studierenden inhaltlich und methodisch bei der Erstellung der Bachelorarbeit betreut. Die Bachelorarbeit ist inhaltlich mit dem Berufspraktikum verbunden. Die Studierenden berichten, die Bachelorarbeit begleitend, regelmäßig über den Fortgang ihrer Bachelorarbeit. Die Studierenden erhalten Anweisungen und Vorlagen zur Erstellung der Bachelorarbeit und damit eine entsprechende begleitende, wissenschaftliche Betreuung.</p>
	<p><u>Scientific Presentation (E) /ILV / LV-Nr: BAR 2 / 6.Semester / ECTS: 1</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Struktur einer wissenschaftlichen Präsentation • Erstellung von Folien für eine Präsentation • Wichtige Fachbegriffe (Validität, Reliabilität, Repräsentativität etc.) • Aufzeigen von Limitationen einer wissenschaftlichen Arbeit • Argumentation, Diskussion und Verteidigung der eigenen Ergebnisse
	<p><u>Bachelorarbeit /ILV / LV-Nr: BAR 3 / 6.Semester / ECTS: 6</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Verfassen eines Exposés für die Bachelorarbeit • Aufsetzen der Struktur für die Bachelorarbeit • Recherche von relevanter Literatur für das ausgewählte Thema der Bachelorarbeit (physische und digitale Literatursuche) • Entwicklung und Umsetzung eines Forschungsdesigns • Schreiben einer wissenschaftlich orientierten Bachelorarbeit
Lehr- und Lernmethoden	<p><u>Bachelorarbeitsseminar /ILV / LV-Nr: BAR 1 / 6.Semester / ECTS: 4</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Coaching bei der Umsetzung durch Bachelorarbeitsbetreuer (Meetings und virtuell)
	<p><u>Scientific Presentation (E) /ILV / LV-Nr: BAR 2 / 6.Semester / ECTS: 1</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • 100 % der Veranstaltung wird über eLearning abgedeckt. Hierbei wird eine Kombination Online Phase (induktive Methode zum eigenständigen Erarbeiten von Wissen und zum Üben von Aufgabenstellungen) eingesetzt. • Die Studierenden müssen über eine digitale Plattform (digitaler Klassenraum) ihre bisherigen Ergebnisse der Bachelorarbeit vorstellen und diskutieren.
	<p><u>Bachelorarbeit /ILV / LV-Nr: BAR 3 / 6.Semester / ECTS: 6</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Coaching bei der Umsetzung durch Bachelorarbeitsbetreuer (Meetings und virtuell)
Bewertungsmethoden Kriterien	<p><u>Bachelorarbeitsseminar /ILV / LV-Nr: BAR 1 / 6.Semester / ECTS: 4</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Bachelorarbeit
	<p><u>Scientific Presentation (E) /ILV / LV-Nr: BAR 2 / 6.Semester / ECTS: 1</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Abschlusspräsentation und • Handout
	<p><u>Bachelorarbeit /ILV / LV-Nr: BAR 3 / 6.Semester / ECTS: 6</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Bachelorarbeit

2.4 Berufspraktikum

Die Studierenden wählen selbständig eine Praktikumsstelle. Dabei können sie auf das umfangreiche Angebot an Praktikumsanzeigen der Fachhochschule Kufstein zurückgreifen. Die Studiengangsleitung prüft die fachliche Übereinstimmung der Praktikumsstätigkeiten zu den Studieninhalten und den Qualifikationsprofilen des Studiengangs. Im Anschluss daran wird von der Studiengangsleitung geprüft, ob das Berufspraktikum den Ausbildungszielen des Studiengangs entspricht und ob die/der Studierende ihrem/seinem Qualifikationsniveau entsprechend eingesetzt werden kann. Sind diese Anforderungen erfüllt, erfolgt die organisatorische Abwicklung durch das International Relations Office (IRO). Ein ausführlicher Praktikumsleitfaden unterstützt die Studierenden bei der Organisation in ihrem Praxissemester; bei Fragen und Unterstützungsbedarf stehen den Studierenden zudem IRO und Studiengangsleitung zur Verfügung.

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

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

2.5 Auslandssemester

Die Studierenden absolvieren Vollzeit-Bachelorstudiengang Unternehmensführung im 5. Semester ein verpflichtendes Auslandssemester an einer Partneruniversität der FH Kufstein Tirol. Insgesamt muss ein Workload von 30 ECTS an der betreffenden Partneruniversität nachgewiesen werden. Es werden den Studierenden im Rahmen der Vorbereitung auf das Auslandsstudium ausgewählte Institutionen genannt, welche sich besonders für den Studiengang Unternehmensführung eignen. Die Listung der Institutionen beruht auf langjährigen historischen Erfahrungen. Dabei wird darauf geachtet, dass die im Ausland absolvierten Vorlesungen einen Bezug zu den Themen des Studiengangs Unternehmensführung haben (insbesondere in den Bereichen Management, Marketing und Finanzwirtschaft). Damit wird gewährleistet, dass die Studierenden eine Vertiefung in den relevanten Fächern bekommen, damit die angestrebten Kompetenzen entwickelt werden können. Mit dem Auslandsstudium werden auch interkulturelle und sprachliche Kompetenzen entwickelt, welche in der Praxis eine hohe Relevanz besitzen. Zudem sind die Studierenden angehalten, ihren Auslandsaufenthalt zum größten Teil selbständig zu organisieren (bspw. Suche nach Unterkunft, Anmeldung bei der Partneruniversität, Beschaffung von erforderlichen Dokumenten für die Anmeldung und die Anreise in das betreffende Land etc.). Weitere Ausführungen, wie das Auslandssemester zu den intendierenden Lernergebnissen beiträgt, sind in Kapitel 2.6.3 „Einordnung in den Nationalen Qualifikationsrahmen“ zu finden.

Die **Zuteilung der Studienplätze** selbst erfolgt in der Rangfolge des Notendurchschnitts. Zunächst wird von jenem/r Studierenden mit dem niedrigsten Notendurchschnitt die erste Präferenz zugeteilt. Anschließend von jenem/r Studierenden mit dem zweitniedrigsten Notendurchschnitt usw. Kann die erste Präferenz eines Studierenden nicht vergeben werden (weil bereits von einem Studierenden mit niedrigerem Notendurchschnitt belegt), so wird die zweite Präferenz zugeteilt. Ist auch diese bereits

vergeben, so wird die dritte Präferenz zugeteilt. Ist auch diese bereits vergeben, so kommt dieser Studierende in eine zweite Vergaberunde. Der Prozess der Zuteilung ist in folgender Abbildung dargestellt.



3 ZUGANGSVORAUSSETZUNGEN

Die Zugangsvoraussetzungen an der FH Kufstein Tirol sind entsprechend den nachfolgenden Bestimmungen geregelt:

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

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

BewerberInnen, die eine 3-jährige **berufsbildende, mittlere Schule** abgeschlossen, eine **Ausbildung im dualen System** absolviert, oder eine **facheinschlägige deutsche Fachhochschulreife** erlangt haben, erlangen durch Zusatzprüfungen in den Fächern Deutsch, Englisch und Mathematik die Berechtigung zum Studium an der FH Kufstein Tirol. Im Fall der deutschen Fachhochschulreife muss die Zusatzprüfung nur in jenen der drei Fächer absolviert werden, in denen die Zeugnisnote „Mangelhaft“ oder schlechter lautet. Alle Zusatzprüfungen müssen vor Antritt des dritten Semesters erfolgreich absolviert werden.

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

- Büro, Verwaltung, Organisation
- Handel
- Tourismus und Gastronomie
- Marketing & Vertrieb

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

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

Neu entstehende Lehrberufe in ähnlichen Fachrichtungen sind entsprechend anzuerkennen.

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

Folgende Zusatzprüfungen sind für diesen Personenkreis erforderlich:

- Deutsch
- Englisch
- Mathematik

Nachfolgend eine Übersicht welche Fachrichtung der deutschen FOS/BOS als facheinschlägige Zugangsvoraussetzung gilt. Hier sind Zusatzprüfungen innerhalb der ersten Semester in den Fächern Mathematik, Deutsch und Englisch (sofern in diesen Fächern ein „Mangelhaft“ oder eine schlechtere Note erzielt wurde) abzulegen.

	UF Bvz
FOS	
- Technik	X
- Wirtschaft & Verwaltung	X
- Sozialwesen	X
- Agrarwirtschaft, Bio- und Umwelttechnologie	X
- Gestaltung	X
- Gesundheit	X
- Internationale Wirtschaft	X
BOS	
- Technik	X
- Wirtschaft & Verwaltung	X
- Sozialwesen	X
- Agrarwirtschaft, Bio- und Umwelttechnologie	X
- Gesundheit	X
- Internationale Wirtschaft	X
Bei facheinschlägigem Praktikum (Marketing, Handel, Verwaltung) können auch andere Fachrichtungen akzeptiert werden (Nach Rücksprache mit der Studiengangsleitung)	x