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: 35

Version 2.1
Basierend auf dem Änderungsantrag im Rahmen der internen Revision beschlossen durch das FH Kollegium am 28. Oktober 2015.

Inhalt

1 BERUFSBILDER & QUALIFIKATIONSZIELE 3

1.1 Berufliche Tätigkeitsfelder 3

1.2 Qualifikationsziele/Lernergebnisse 3

2 ZUGANGSVORAUSSETZUNGEN 8

3 CURRICULUM 9

3.1 Berechnungsschlüssel 9

4.1 Berufspraktikum 9

4.2 Auslandssemester 10

4.3 Curriculumsdaten 13

5.1 Curriculumsmatrix 14

6.1 Modulbeschreibungen 17

Mit der Novelle zum Hochschulgesetz 2020 ist das sogenannte "Fachhochschul-Studiengesetz (FHStG)" in "Fachhochschulgesetz (FHG)" umbenannt worden. Dementsprechend wurde am 13.01.2021 in diesem Dokument eine notwendige redaktionelle Anpassung vorgenommen und die Bezeichnung FHStG durch FHG ersetzt.

1 BERUFSBILDER & QUALIFIKATIONSZIELE

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
- Unternehmens- und Personalberatung
- Gründungs- bzw. Start-up-Beratung, Beratung für KMUs
- Industrie und produzierendes Gewerbe
- Handel
- Tourismus
- Marketinginstitutionen (z.B. Werbeagenturen und Marktforschungsinstitute)
- Bank- und Versicherungswirtschaft
- Non-Profit-Organisationen und NGOs
- Bildungseinrichtungen, Akademien und Kammern/Interessensvertretungen

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 und Organisaton
- Rechnungswesen, Finanzierung und Controlling
- Marketing und Vertrieb.

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

- Business Development, strategische Unternehmensplanung und Organisationsentwicklung
- Risikomanagement und Innenrevision
- Frühwarnsysteme und Unternehmenskontrolle
- Projektmanagement
- E-Business-Managementprojekte.

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 (z.B. Familienunternehmen, insbesondere im KMU-Sektor) und als selbständige UnternehmensgründerInnen.

Als Einstiegspositionen für AbsolventIinnen 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 Qualifikationsziele/Lernergebnisse

Die Qualifikationsziele bzw. Lernergebnisse des Bachelorstudiengangs Unternehmensführung entsprechen sowohl den fachwissenschaftlichen als auch beruflichen Anforderungen. Die vermittelten

Inhalte qualifizieren die AbsolventInnen für die oben genannten beruflichen Tätigkeitsfelder. Mit Abschluss des Bachelorstudiums werden auf der Grundlage eines branchen- und unternehmensgrößenklassenübergreifenden Qualifikationsprofils folgende **Kompetenzen** erlangt:

Basiskompetenzen: (Wirtschafts-)Wissenschaftliche Grundlagen und Methoden

Die AbsolventInnen erkennen und verstehen grundlegende betriebswirtschaftliche, volkswirtschaftliche, und rechtliche Zusammenhänge in Wirtschaft und Management und erlernen quantitative, qualitative und wissenschaftliche Methoden zur Umsetzung und Anwendung bei managementorientierten und wissenschaftlichen Problemstellungen, Analysen und Forschungsarbeiten. Sie kennen grundlegende Methoden und Konzepte, die zur Führung von Unternehmen und zur Bewältigung von unternehmerischen Problemstellungen allgemein notwendig sind. Im Einzelnen sind die AbsolventInnen in der Lage:

- Quantitative und qualitative Methoden der empirischen Sozialforschung zu kennen und diese z.B. bei Markt- und Wettbewerbsanalysen anzuwenden.
- Formale und inhaltliche Anforderungen wissenschaftlichen Arbeitens insb. bei der Erstellung von Bachelorarbeiten anzuwenden.
- Aufgaben, Methoden und Abläufe in den wesentlichen Funktionsbereichen von Unternehmen, insbesondere in den Bereichen Marketing, Finanz- und Rechnungswesen, Personal und Organisation, Strategie und Prozessgestaltung zu verstehen.
- Grundlegende volkswirtschaftliche Zusammenhänge in Mikro- und Makroebene zu erkennen und zu verstehen.
- Grundlegende wirtschaftsrechtliche Zusammenhänge einzuordnen und zu verstehen.

Folgende **Module** und **Lehrveranstaltungen** dienen zur Erreichung der Basiskompetenzen „(Wirtschafts-)Wissenschaftliche Grundlagen und Methoden":

Modul: „Grundlagen Wirtschaftswissenschaften und –recht" (WIR):
- Einführung in die Betriebswirtschaftslehre
- Einführung in die Volkswirtschaftslehre
- Einführung Recht

Modul: „Wissenschaftliche Methoden" (WIS):
- Wissenschaftliches Arbeiten I: Grundlagen
- Wissenschaftliches Arbeiten II: Anwendung
- Methoden der empirischen Sozialforschung

Modul: „Bachelorarbeit und Bachelorarbeitsseminar" (BAS)
- Bachelorarbeitsseminar I
- Bachelorarbeitsseminar II

8.2 Kernkompetenzen
Die Kernkompetenzen des Bachelorstudiengangs Unternehmensführung liegen in den beiden Bereichen „Entrepreneurship und Gründungsmanagement" sowie „Intrapreneurship und Unternehmensführung".

Kernkompetenz: Entrepreneurship und Gründungsmanagement

Die AbsolventInnen kennen die grundlegenden und spezifischen betriebswirtschaftlichen sowie rechtlichen Problemstellungen und Lösungsansätze bei der **Unternehmensgründung, -übernahme und -nachfolge**. Sie verstehen die wichtigsten Problemstellungen und Lösungsansätze im

Themenbereich der **Entrepreneurship-bezogenen Managementlehre**. Im Einzelnen sind die AbsolventInnen in der Lage:

- Betriebswirtschaftliche und ethische Zusammenhänge des Unternehmertums zu erkennen.
- Den Prozess von Unternehmensgründungen zu verstehen.
- Problemstellungen und Lösungsansätze bei (Familien)Unternehmen und deren Übernahme bzw. Nachfolge zu kennen.
- Businesspläne zu entwickeln, in die Praxis umzusetzen und zu analysieren.
- Finanzierungs- und Förderinstrumente bei Unternehmensgründungen zu kennen.
- Marketinginstrumente im Gründungsprozess zu kennen.
- Erfolgs- und Misserfolgsfaktoren von Unternehmensgründungen zu kennen.
- Relevante haftungsrechtliche Aspekte bei der Gründung und Übernahme zu kennen.
- Geschäftsmodelle im Unternehmenslebenszyklus bewerten zu können.
- Vorbeugende Maßnahmen zur Krisenvermeidung von Unternehmen zu kennen.

Folgende **Module** und **Lehrveranstaltungen** dienen zur Erreichung der Kernkompetenz „Entrepreneurship und Gründungsmanagement":

Modul: „Grundlagen und Konzepte des Entrepreneurship" (GLE)
- Strategische Unternehmensführung und Unternehmensethik
- Grundlagen des Entrepreneurship
- Gründungsmanagement & Businessplan-Erstellung

Modul: „ Vertiefung Entrepreneurship" (ENT)
- Unternehmenskommunikation und Krisenmanagement
- Geschäftsmodelle: Analyse und Anwendung

Modul: „Praxisprojekte Entrepreneurship & Unternehmensführung" (PRA)
- Praxisprojekt I: Entrepreneurship
- Praxisprojekt II: Unternehmensführung

Modul: „Unternehmensnachfolge" (NAC)
- Haftungsrechtliche Aspekte des Managements
- Führung von Familienunternehmen
- Unternehmensübernahme und –nachfolge

Kernkompetenz: Intrapreneurship und Unternehmensführung

Zur Gestaltung des nachhaltigen Erfolgs eines gegründeten Unternehmens sind Entrepreneure auf Qualifikationen angewiesen, die sie befähigen, sich an dynamische und komplexe Markt- und Umweltbedingungen rasch anzupassen. Eine moderne Unternehmensführung ist heute auf unternehmerisch denkende und handelnde MitarbeiterInnen – sogenannte **Intrapreneure** – angewiesen. Die interdisziplinäre Ausbildung vermittelt ökonomische, verhaltens- und sozialwissenschaftliche Inhalte.

AbsolventInnen des Studiengangs Unternehmensführung sind in der Lage, Theorien, Konzepte, Instrumente und empirische Befunde aus Wissenschaft und Praxis zur ganzheitlichen und integrierten Unternehmensführung (Intrapreneurship) zu kennen und anzuwenden.

Folgende **Module und Lehrveranstaltungen** dienen zur Erreichung der Kernkompetenz „Intrapreneurship und Unternehmensführung" (Hinweis „E" für englischsprachige Lehrveranstaltungen):

Modul: „Buchführung und Bilanzierung" (BUB):

- Einführung Rechnungswesen
- Jahresabschluss und Bilanzanalyse

Modul „Finanzmanagement" (FIN):

- Wirtschaftsmathematik und Statistik
- Investition und Finanzierung
- Wert(e)orientierte Unternehmenssteuerung

Modul „Finanzwirtschaftliche Unternehmenssteuerung" (FUS):

- Kostenrechnung und Kalkulation
- Controlling
- Risikomanagement

Modul „Humanressourcen-orientierte Unternehmensführung" (HRU):

- Personalmanagement und Organisation
- Arbeitsrecht und Arbeitsvertragsgestaltung
- Organisations- und Personalpsychologie

Modul „Prozessorientierte Unternehmensführung" (PRO):

- Supply Chain Management (E)
- Strategy Development Process & Execution (E)
- Informationssysteme & Geschäftsprozessmodellierung

Modul „Internationale Unternehmensführung" (INT):

- International & Cross Cultural Management (E)
- International Accounting & Finance (E)

Modul „Marktorientierte Unternehmensführung" (MAR):

- Marketing (E)
- Market Research (E)
- Investitionsgüter- und Dienstleistungsmarketing

Modul „Kundenorientierte Unternehmensführung" (KUN):

- Brand Management (E)
- Produkt- und Innovationsmanagement
- Sales & Customer Relationship Management (E)
- Online Marketing: E-Competence & Social Media (E)

Komplementärkompetenzen: Fachübergreifende Qualifikationen, berufspraktische Erfahrungen und Auslandserfahrungen

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

- Kommunikation in präsentationssicherem Englisch durchzuführen. (Mitarbeit in englischsprachigen Teams, Lesen und Anfertigen von Dokumentationen), vergleichbar mit der Niveaustufe C1: „Effectiveness" des Europarates.
- Soziale Konflikte zu erkennen, Konfliktlösungen zu erarbeiten und umzusetzen sowie Fähigkeit zur Konflikterkennung, -behandlung und vermeidung zu entwickeln.
- Grundlegende Mediationstechniken anzuwenden.
- Verhandlungen mit Marktpartnern und MitarbeiterInnen zielorientiert zu führen.
- Sie verfügen über die Fähigkeit zum integrierten und interdisziplinären Denken im Sinne der Praxis-Theorie-Reflexion sowie zur interkulturellen Sensibilität.

Zum Kompetenzerwerb dienen hierzu folgende **Module und Lehrveranstaltungen:**

Modul: Auslandswahlfächer im Bereich Area Studies & Languages (AAL)
Modul: Auslandswahlfächer im Bereich Business Management (ABM)
Modul: Auslandswahlfächer im Bereich Social Skills (AAS)
Modul: Berufspraktikum (BPR) mindestens 10 Wochen
Modul: Sprachen (SPR) Fremdsprache I-III

Modul: Individual- und Sozialkompetenz (ISK) mit folgenden Lehrveranstaltungen:

- Teamwork, Kommunikation und Präsentation
- Projektmanagement
- Konfliktmanagement, Mediation und Verhandlungsführung
- Persönlichkeitsentwicklung

Modul: Praxis-Theorie-Transfer (PTR) mit folgenden Lehrveranstaltungen:

- Leadership (E)
- Change Management (E)
- Trends in der Unternehmensführung
- Knowledge Management (E)

2 ZUGANGSVORAUSSETZUNGEN

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

1. Die allgemeinen Zugangsvoraussetzungen regelt § 4 FHG 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 mindestens 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

4. **Personen mit Abschluss** einer der folgend genannten einschlägigen **berufsbildenden mittleren Schulen** können ebenfalls zugelassen werden:
- Hotelfachschule, Tourismusfachschule, Gastgewerbefachschule
- Kaufmännische Schulen
- Fachschulen für Fremdenverkehrsberufe
- Fachschulen für wirtschaftliche Berufe
- Wirtschaftsfachschule
- Fachschulen für land- und forstwirtschaftliche Berufe
- Handelsschulen

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

3 CURRICULUM

3.1 Berechnungsschlüssel

4 ECTS Umrechnung Bachelorstudiengang Unternehmensführung

LV-Typ	Abk.	SWS	Dauer LV (h)[1]	ECTS	LV-Wochen /Sem	Workload (h)		
						ges.	Anwes.	Vor-, Nachber. LV inkl. Prüfung
Vorlesung	VO	1	0,75	1	15	25,00	11,25	13,75
Integrierte Lehrveranstaltung	ILV	1	0,75	1,5	15	37,50	11,25	26,25
Übung	UE	1	0,75	2	15	50,00	11,25	38,75
Seminar	SE	1	0,75	2	15	50,00	11,25	38,75
Projekt	PT	1	0,75	2	15	50,00	11,25	38,75

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

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

4.1 Berufspraktikum

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

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

Auswahl, Qualifizierung, Betreuung und Beurteilung des Praktikums

Die Studierenden wählen selbstständig eine Praktikumsstelle. Dabei können sie auf das umfangreiche Angebot an Praktikumsanzeigen der Fachhochschule Kufstein zurückgreifen. Die Studiengangsleitung prüft die fachliche Übereinstimmung der Praktikumstätigkeiten 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 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 Formblatt (= Arbeitsplatzbeschreibung) zu beantragen. Das Formblatt enthält die zentralen Daten des Studierenden und der Praktikumsbetreuung sowie die Ziele und die Aufgaben/Tätigkeiten im Praktikumsunternehmen. Das Praktikum wird durch Unterschriften der Studiengangsleitung und der Praktikumsbetreuung bestätigt bzw. genehmigt.

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.

4.2 Auslandssemester

Die FH Kufstein Tirol versteht sich als unabhängige und internationale Fachhochschule, deren Ausbildungs- und Forschungsprogramm sich an internationalen Standards orientiert. Die internationale Vernetzung mit über 160 Partneruniversitäten erlaubt den Austausch von Lehrenden und Studierenden und führt zu länderübergreifendem Wissenstransfer.

Dieser wird im Studiengang Unternehmensführung durch einen hohen Anteil englischsprachiger Fachlehrveranstaltungen (22 % aller SWS), zu denen auch Incoming-Studierende anderer Hochschulen zugelassen sind, durch LektorInnenenmoblität im Rahmen etwa des ERASMUS-Programmes, sowie durch Studienreisen, Exkursionen, Betriebsbesichtigungen etc. zu nationalen und internationalen Kooperationspartnern gefördert. Erkenntnisse und Methodik von Praxispartnern und renommierten Forschungsinstitutionen werden u.a. in Form von Gastvorträgen regelmäßig einbezogen. Darüber hinaus sind die Lehrinhalte, Forschungsprojekte und Auswahl der externen LektorInnen auch auf internationale Kenntnisse und Vermittlung ausgerichtet, um die AbsolventInnen auf den nationalen wie internationalen Arbeitsmarkt vorzubereiten.

Ein enger Kooperationsaustausch besteht gegenwärtig bereits mit dem CAST Center for Academic Spinnoffs Tyrol Gründungszentrum GmbH, Innsbruck, der WKO Bezirksstelle Kufstein sowie anderen Partnern der regionalen Wirtschaft. Der Aufbau weiterer Kooperationen mit hochschulischen und außerhochschulischen Partnern ist auch im Zusammenhang mit der Entwicklung des geplanten Kompetenzzentrums „Entrepreneurship und Innovation" (siehe S. **Fehler! Textmarke nicht definiert.**) gerade in Vorbereitung. Im Bereich Familienunternehmen und Unternehmensübernahmen bestehen gute Kooperationspartnerschaften beispielsweise mit BearingPoint und der Weissmann Gruppe.

Förderung der Mobilität von Studierenden und Personal

Die FH Kufstein ist mit der Erasmus-Charta ausgezeichnet, die als Europäische Exzellenz bei der Unterstützung von Studierenden und Personalmobilität gilt. Darüber hinaus werden die Ziele des Bologna-Prozesses zur gegenseitigen Anerkennung von Studienabschlüssen im vollen Umfang umgesetzt. Die Umsetzung basiert auf dem Europäischen System zur Anrechnung von Studienleistungen „European Credit Transfer System-ECTS" und des Diploma-Supplement. Hierzu wurde die FH Kufstein Tirol mit dem ECTS und DS Label ausgezeichnet.

Die FH Kufstein Tirol sieht seit ihrem Start ein verpflichtendes Auslandssemester in allen Bachelorstudiengängen mit der Organisationsform Vollzeit vor. Die Verpflichtung, ein Semester im Ausland zu verbringen sowie ein einsemestriges Berufspraktikum im Ausland bzw. bei einem international tätigen Unternehmen zu absolvieren, ist im Curriculum fixiert. Daraus ergibt sich zwingend eine große Mobilität unter den Studierenden. Der mit den Austauschprogrammen unserer Studierenden einhergehende Zustrom ausländischer Studierender und der gemeinsame Besuch der Lehrveranstaltungen an der FH Kufstein Tirol fördert die Integration und stärkt die Multikulturalität an der Hochschule.
Als Auswahlkriterien der Studierenden werden u. a. die Sprachkompetenz und die Durchschnittsnote herangezogen und daraufhin ein Ranking der Studierenden erstellt.

Darüber hinaus werden zur Qualitätssicherung die folgenden Kriterien berücksichtigt:

- Die Studierenden sind in einem Studiengang der Fachhochschule Kufstein inskribiert;
- die Studierenden erfüllen die akademischen Voraussetzungen für den Erasmus-Aufenthalt;
- die Studierenden sind Staatsangehörige der EU- oder anderer Staaten, die Vertragspartner im Europäischen Wirtschaftsraum sind;
- die Studierenden haben bisher an einem ERASMUS-Programm noch nicht teilgenommen;
- Abschluss eines individuellen „Learning Agreement" vor Antritt des Erasmus-Aufenthalts;
- das „Learning Agreement" ist dann nur gültig, wenn alle drei Parteien (FH Kufstein, Partnerhochschule und die/der Studierende) es unterschrieben haben;
- wenn die Studierenden Lehrveranstaltungen im Ausmaß von 30 ECTS pro Semester aus der Partnerhochschule erbracht haben, was einer Studienleistung eines Semesters entspricht.

Betreuung der Studierenden im Auslandssemester

Die Betreuungen der Studierenden während des Auslandssemesters erfolgt laufend, das IRO steht für sämtliche Information, Fragen und Anliegen rund um das Auslandsstudium zur Verfügung; Abmachungen werden im Einvernehmen mit der Studiengangsleitung (STGL) getroffen.

IRO
• Informationsveranstaltung zum Auslandsstudium
IRO
• "Exchange Fair", individuelle Beratung
Stud.
• Auswahl der Partner-Hochschule
Stud.
• Auswahl der Kurse, Learning Agreement
STGL
• Äquivalenzprüfung der Kurse
IRO
• Bestätigen und Zeichnen FH Kufstein
IRO& Partner-HS
• Bestätigen und Zeichnen Partner-Hochschule

4.3 Curriculumsdaten

5 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$_{+1}$)	2015/16		
Regelstudiendauer (Anzahl Semester)	6		
Pflicht-SWS (Gesamtsumme allen Sem.)	105		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 23 % (18,5 SWS)

Berufspraktikum (Semesterangabe, Dauer in Wochen je Semester)	6. Semester, mind. 10 Wochen		

Resultiert aus Zusammenführung der Studiengänge o. aus der Herauslösung aus dem Studiengang (StgKz; anzugeben nur bei Zusammenführung o. Herauslösung)	

5.1 Curriculumsmatrix

6	1. Semester							
LV-Nr	LV-Bezeichnung (Hinweis „E" für englischsprachige LV)	LV-Typ	SWS	Anzahl Gruppen	ASWS	ALVS	Modul	ECTS
WIR.1	Einführung in die Betriebswirtschaftslehre	ILV	2	1	2	30	WIR	3
WIR.2	Einführung in die Volkswirtschaftslehre	VO	2	1	2	30	WIR	2
MAR.1	Marketing (E)	ILV	2	1	2	30	MAR	3
BUB.1	Einführung Rechnungswesen	ILV	2	1	2	30	BUB	3
WIR.3	Einführung Recht	VO	2	1	2	30	WIR	2
GLE.1	Strategische Unternehmensführung & Unternehmensethik	ILV	1,5	1	1,5	22,5	GLE	2
GLE.2	Grundlagen des Entrepreneurship	ILV	1,5	1	1,5	22,5	GLE	2
WIS.1	Wissenschaftliches Arbeiten I: Grundlagen	ILV	1,5	1	1,5	22,5	WIS	2
WIS.3	Methoden der empirischen Sozialforschung	ILV	1,5	1	1,5	22,5	WIS	2
ISK.1	Teamwork, Kommunikation und Präsentation	ILV	2	2	4	60	ISK	3
FIN.1	Wirtschaftsmathematik und Statistik	VO	2	1	2	30	FIN	2
SPR.1	Fremdsprache I	ILV	3	2	6	90	SPR	4
Summenzeile:			23		28	435		30
LVS = SummeSWS* 15 LV-Wochen			337,5					

2. Semester								
LV-Nr	LV-Bezeichnung (Hinweis „E" für englischsprachige LV)	LV-Typ	SWS	Anzahl Gruppen	ASWS	ALVS	Modul	ECTS
GLE.3	Gründungsmanagement & Businessplan-Erstellung	ILV	2,5	2	5	75	GLE	3
BUB.2	Jahresabschluss und Bilanzanalyse	ILV	2	1	2	30	BUB	3
FIN.2	Investition und Finanzierung	ILV	1,5	1	1,5	22,5	FIN	2
ISK.2	Projektmanagement	ILV	1,5	1	1,5	22,5	ISK	2
HRU.1	Personalmanagement und Organisation	ILV	2	1	2	30	HRU	3
HRU.2	Arbeitsrecht und Arbeitsvertragsgestaltung	ILV	1,5	1	1,5	22,5	HRU	2
MAR.2	Market Research (E)	ILV	1,5	1	1,5	22,5	MAR	2
KUN.1	Brand Management (E)	VO	1	1	1	15	KUN	1
KUN.2	Produkt- und Innovationsmanagement	ILV	1,5	1	1,5	22,5	KUN	2
PRO.1	Supply Chain Management (E)	ILV	1,5	1	1,5	22,5	PRO	2
PRO.2	Strategy Development & Execution (E)	ILV	1,5	1	1,5	22,5	PRO	2
WIS.2	Wissenschaftliches Arbeiten II: Anwendung	UE	1,5	2	3	45	WIS	2
SPR.2	Fremdsprache II	ILV	3	2	6	90	SPR	4
Summenzeile:			22,5		29,5	442,5		30
LVS = SummeSWS* 15 LV-Wochen			337,5					

3. Semester								
LV-Nr	LV-Bezeichnung (Hinweis „E" für englischsprachige LV)	LV-Typ	SWS	Anzahl Gruppen	ASWS	ALVS	Modul	ECTS

FUS.1	Kostenrechnung und Kalkulation	ILV	1,5	1	1,5	22,5	FUS	2
FIN.3	Wert(e)orientierte Unternehmenssteuerung	ILV	2	1	2	30	FIN	3
HRU.3	Organisations- und Personalpsychologie	VO	2	1	2	30	HRU	2
KUN.3	Sales & Customer Relationship Management (E)	ILV	1,5	1	1,5	22,5	KUN	2
MAR.3	Investitionsgüter- und Dienstleistungsmarketing	ILV	1,5	1	1,5	22,5	MAR	2
PRO.3	Informationssysteme & Geschäftsprozessmodellierung	VO	2	1	2	30	PRO	2
ISK.3	Konfliktmanagement, Mediation und Verhandlungsführung	ILV	2	1	2	30	ISK	3
BAS.1	Bachelorarbeitsseminar I	SE	0,5	3	1,5	22,5	BAS	6
PRA.1	Praxisprojekt I: Entrepreneurship	PT	2	4	8	120	PRA	4
SPR.3	Fremdsprache III	ILV	3	2	6	90	SPR	4
Summenzeile:			18		28	420		30
LVS = SummeSWS* 15 LV-Wochen			270					

4. Semester

LV-Nr	LV-Bezeichnung (Hinweis „E" für englischsprachige LV)	LV-Typ	SWS	Anzahl Gruppen	ASWS	ALVS	Modul	ECTS
INT.1	International & Cross Cultural Management (E)	ILV	2	1	2	30	INT	3
NAC.1	Haftungsrechtliche Aspekte des Managements	ILV	1,5	1	1,5	22,5	NAC	2
FUS.2	Controlling	ILV	2	1	2	30	FUS	3
FUS.3	Risikomanagement	ILV	1,5	1	1,5	22,5	FUS	2
ENT.1	Unternehmenskommunikation und Krisenmanagement	ILV	2	1	2	30	ENT	3
ISK.4	Persönlichkeitsentwicklung	ILV	1,5	2	3	45	ISK	2
KUN.4	Online Marketing: E-Competence & Social Media (E)	ILV	1,5	1	1,5	22,5	KUN	2
ENT.2	Geschäftsmodelle: Analyse und Anwendung	ILV	2	1	2	30	ENT	3
INT.2	International Accounting & Finance (E)	ILV	1,5	1	1,5	22,5	INT	2
NAC.2	Führung von Familienunternehmen	VO	1	1	1	15	NAC	1
NAC.3	Unternehmensübernahme und -nachfolge	ILV	2	1	2	30	NAC	3
PRA.2	Praxisprojekt II: Unternehmensführung	PT	2	4	8	120	PRA	4
Summenzeile:			20,5		28	420		30
LVS = SummeSWS*15 LV-Wochen			307,5					

5. Semester								
LV-Nr	LV-Bezeichnung	LV-Typ	SWS	Anzahl Gruppen	ASWS	ALVS	Modul	ECTS
ABM	Vertiefung **Business Management:** Lehrveranstaltung aus folgenden drei Bereichen: 1. **Management** (mögl. Inhalte: Strategic Management, Competitive Strategies, Management of Multinational Corporations, Organizational Theory, Corporate Behavior, Corporate Culture, Knowledge Management, Management of Innovations, Business Ethics, Corporate Governance, Managerial Decision Behavior, HRM ...) 2. **Marketing** (mögl. Inhalte: Advanced Marketing Management, Consumer Behavior, Customer Service Excellence, Global Marketing ...) 3. **Accounting / Finance / Controlling** (mögl. Inhalte: Financial Management, Portfolio Management, Options and Futures, International Finance ...)						ABM	16
AAL	Vertiefung **Area Studies & Languages**: Lehrveranstaltungen wie z.B.: US and East Asia, Anthropological Perspectives on Culture and Society …						AAL	6
ASS	Vertiefung **Social Skills**: Lehrveranstaltungen wie z.B.: Business Communication, Negotiation and Conflict Resolution, International Business Communication, Bargaining Behavior ...						ASS	8
Summenzeile:			0		0	0		30
LVS = SummeSWS* 15 LV-Wochen			0					

6. Semester								
LV-Nr	LV-Bezeichnung (Hinweis „E" für englischsprachige LV)	LV-Typ	SWS	Anzahl Gruppen	ASWS	ALVS	Modul	ECTS
BOPR	Berufspraktikum	PT	0	1	0		BPR	16
PTR.1	Leadership (E)	ILV	1,5	1	1,5	22,5	PTR	2
PTR.2	Change Management (E)	ILV	1,5	1	1,5	22,5	PTR	2
PTR.3	Trends in der Unternehmensführung	ILV	1,5	1	1,5	22,5	PTR	2
PTR.4	Knowledge Management (E)	ILV	1,5	1	1,5	22,5	PTR	2
BAS.2	Bachelorarbeitsseminar II	SE	0,5	3	1,5	22,5	BAS	6
Summenzeile:			6,5		14,5	112,5		30
LVS = SummeSWS*15 LV-Wochen			97,5					
Summe über alle Semester			90,5		121	1830		180
Summe über alle Semester			1575					

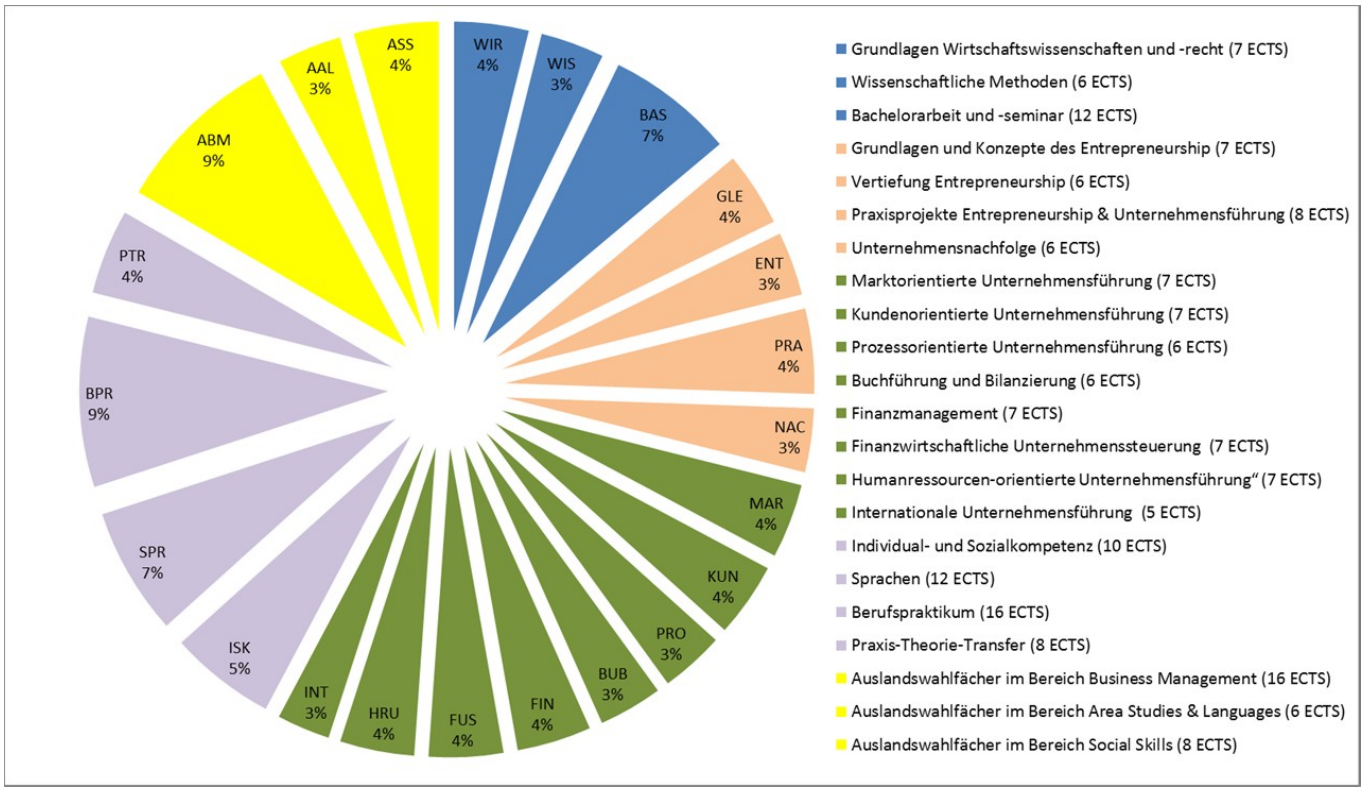
Abkürzungen	
LV	Lehrveranstaltung
LVS	Lehrveranstaltungsstunde(n)
ALVS	Angebotene LVS
SWS	Semesterwochenstunde(n)
ASWS	Angebotene SWS
ECTS	ECTS-Anrechnungspunkte
E	Englischsprachige Lehrveranstaltung

6.1 Modulbeschreibungen

Das Programm des Studiengangs unterteilt sich in 22 aufeinander abgestimmte Module. Für die nachfolgenden Modulbeschreibungen werden folgende Abkürzungen verwendet. Diese fließen auch in die Bezeichnungen der einzelnen Lehrveranstaltungen ein.

Modulbezeichnungen	**Kompetenzfelder** (Anzahl ECTS und *Anteil Gesamtvolumen)
1. Grundlagen Wirtschaftswissenschaften und –recht (WIR)	(Wirtschafts-)Wissenschaftliche Grundlagen und Methoden (insg. 25 ECTS bzw. 14 %*)
2. Wissenschaftliche Methoden (WIS)	
3. Bachelorarbeit und Bachelorarbeitsseminar (BAS)	
4. Grundlagen und Konzepte des Entrepreneurship (GLE)	Kernkompetenz Entrepreneurship und Gründungsmanagement (insg. 27 ECTS bzw. 15 %*)
5. Vertiefung Entrepreneurship (ENT)	
6. Praxisprojekte Entrepreneurship & Unternehmensführung (PRA)	
7. Unternehmensnachfolge (NAC)	
8. Marktorientierte Unternehmensführung (MAR)	Kernkompetenz Intrapreneurship und Unternehmensführung (insg. 52 ECTS bzw. 29 %*)
9. Kundenorientierte Unternehmensführung (KUN)	
10. Prozessorientierte Unternehmensführung (PRO)	
11. Buchführung und Bilanzierung (BUB)	
12. Finanzmanagement (FIN)	
13. Finanzwirtschaftliche Unternehmenssteuerung (FUS)	
14. Humanressourcen-orientierte Unternehmensführung (HRU)	
15. Internationale Unternehmensführung (INT)	
16. Individual- und Sozialkompetenz (ISK)	Komplementär-Kompetenzen und Praxis-Theorie-Transfer (insg. 46 ECTS bzw. 26 %*)
17. Sprachen (SPR)	
18. Berufspraktikum (BPR)	
19. Praxis-Theorie-Transfer (PTR)	
20. Auslandswahlfächer im Bereich Business Management (ABM)	Auslandswahlfächer (insg. 30 ECTS bzw. 16 %*)
21. Auslandswahlfächer im Bereich Area Studies & Languages (AAL)	
22. Auslandswahlfächer im Bereich Social Skills (ASS)	

Daraus ergibt sich folgende Aufteilung der Module nach ECTS über das gesamte Studium:



Beitrag Module zur Zielumsetzung Bachelorstudiengang Unternehmensführung			
	ECTS		%
Basiskompetenz: Wirtschaftswissenschaftliche Grundlagen und Methoden		**25**	**14**
Modul "Grundlagen Wirtschaftswissenschaften und -recht" (WIR)	7		
Modul "Wissenschaftliche Methoden" (WIS)	6		
Modul "Bachelorarbeit und Bachelorarbeits-seminar" (BAS)	12		
Kernkompetenz: Entrepreneurship und Gründungsmanagement		**27**	**15**
Modul "Grundlagen und Konzepte des Entrepreneurship" (GLE)	7		
Modul "Vertiefung Entrepreneurship" (ENT)	6		
Modul "Praxisprojekte Entrepreneurship & Unternehmensführung" (PRA)	8		
Modul "Unternehmensnachfolge" (NAC)	6		
Kernkompetenz: Intrapreneurship und Unternehmensführung		**53**	**29**
Modul "Marktorientierte Unternehmensführung" (MAR)	7		
Modul "Kundenorientierte Unternehmensführung" (KUN)	7		
Modul "Prozessorientierte Unternehmensführung" (PRO)	6		
Modul "Buchführung und Bilanzierung" (BUB)	6		
Modul "Finanzmanagement" (FIN)	8		
Modul "Finanzwirtschaftliche Unternehmenssteuerung" (FUS)	7		
Modul "Humanressourcen-orientierte Unternehmensführung" (HRU)	7		
Modul "Internationale Unternehmensführung" (INT)	5		
Komplemetärkompetenz: Fachübergreifende Qualifikationen, berufspraktische Erfahrungen und Auslandserfahrungen		**75**	**42**
Modul "Individual- und Sozialkompetenz" (ISK)	9		
Modul "Sprachen"	12		
Modul "Berufspraktikum" (BPR)	16		
Modul "Praxis-Theorie-Transfer" (PTR)	8		
Modul "Auslandswahlfächer im Bereich Business Management" (ABM)	16		
Modul "Auslandswahlfächer im Bereich Social Skills (ASS)	8		
Modul "Auslandswahlfächer im Bereich Area Studies & Languages" (AAL)	6		
Summe		**180 ECTS**	**100 %**

Grundlagen Wirtschaftswissenschaften und -recht (WIR)

Modulnummer:	**Modultitel:**	**Umfang:**
WIR	**Grundlagen Wirtschaftswissenschaften und -recht**	**7 ECTS**
Studiengang	Unternehmensführung	
Lage im Curriculum	1. Semester	
Zuordnung zu den Teilgebieten	(Wirtschafts-)wissenschaftliche Grundlagen und Methoden	
Niveaustufe	Einführung	
Vorkenntnisse	Keine	
Geblockt	Nein	
Kreis d. TeilnehmerInnen	AnfängerInnen	
Beitrag zu nachfolgenden Modulen	GLE, PRA, MAR, KUN, PRO, BAS	
Literaturempfehlungen	Bücher: <u>Einführung in die Betriebswirtschaftslehre:</u>	

	Vahs, D./ Schäfer-Kunz, J. (2012). Einführung in die Betriebswirtschaftslehre, 6. Auflage Jung, H. (2010). Allgemeine Betriebswirtschaftslehre Hutzschenreuther, T. (2011): Allgemeine Betriebswirtschaftslehre – Grundlagen mit zahlreichen Praxisbeispielen Schefczyk, M. / Pankotsch, F. (2003): Betriebswirtschaftslehre junger Unternehmen, Stuttgart Thommen, J-P./ Achleitner, A.-K. (2009): Allgemeine Betriebswirtschaftslehre. Eine umfassende Einführung aus managementorientierter Sicht Wöhe, G./ Döring, U. (2010): Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre <u>Einführung in die Volkswirtschaftslehre:</u> Mankiw, N.G. (2012): Principles of Economics, 6th edition Mankiw, N.G. (2003): Makroökonomik. Schäffer-Poeschel Blanchard, O. (2009): Macroeconomics, 5th edition Pindyck, R., Rubinfeld, D. (2012): Microeconomics, 8th edition Varian, H.R. (2010): Intermediate Microeconomics, 8th edition Samuelson, P./ Nordhaus, W./ Berger, R./ Hilgner, B. (2007):Volkswirtschaftslehre. Das internationale Standardwerk der Makro- und Mikroökonomie Engelkamp, P./ Sell, F. (2011): Einführung in die Volkswirtschaftslehre Kampmann, R./ Walter, J.(2009): Semesterpaket VWL-Wissen Bachelor. Mikroökonomie: Markt, Wirtschaftsordnung und Wettbewerb <u>Einführung Recht:</u> Kodex, Bürgerliches Recht, LexisNexis Kodex, Unternehmensrecht Koziol, H. / Welser, R. (2006): Grundriss des bürgerlichen Rechts I, Wien. Koziol, H. / Welser, R. (2007): Grundriss des bürgerlichen Rechts II, Wien Barta, H.: Zivilrecht. Einführung und Grundriss. (online). Bydlinski, P.(2010): Bürgerliches Recht I Allgemeiner Teil, Wien. Führich, E. (2008): Wirtschaftsprivatrecht Jaschinski, C./ Hey, A./ Kaesler, C.(2011): Wirtschaftsrecht Küfner-Schmitt, D./ Dietrich, S./ Jaensch, M./ Julius, H.(2005): Wirtschaftsrecht: Basisbuch für Studium und Praxis Melchior, R./ Schwind, H.-D.(2010): Wirtschaftsrecht leicht gemacht Sodan, H.(2011): Öffentliches, Privates, Europäisches Wirtschaftsrecht Ullrich, N.(2008): Wirtschaftsrecht für Betriebswirte
	Fachzeitschriften: Betriebswirtschaft; Betriebswirtschaftliche Forschung und Praxis; Jahrbuch der Wirtschaftswissenschaften; Journal für Betriebswirtschaft; Journal of International Business Studies; Management Science; Schmalenbachs Zeitschrift für betriebswirtschaftliche Forschung (ZfbF); Small Business Economics; Zeitschrift für Management; Wirtschaftswissenschaftliches Studium (WiSt), Die Betriebswirtschaft (DBW); Journal of Business and Economics (JBE)
Kompetenzerwerb	<u>Einführung in die Betriebswirtschaftslehre:</u> Die Studierenden: Kennen die verschiedenen betriebswirtschaftlichen Teilbereiche, deren Problemstellungen und Lösungsmethoden. Erkennen Zusammenhänge i.S. der vielfältige Beziehungen zwischen den betriebswirtschaftlichen Funktionen. Verstehen das betriebswirtschaftliche Fundament für nachfolgende vertiefende BWL-Lehrveranstaltungen und können mit dem betriebswirtschaftlichen Fachvokabular argumentieren. Kennen die wichtigsten konstitutionellen und funktionalen Unternehmensentscheidungen und sind in der Lage, allgemeingültige normative Konzepte der Betriebswirtschaftslehre zu beurteilen. <u>Einführung in die Volkswirtschaftslehre:</u> Die Studierenden: Kennen die grundlegenden makro- und mikroökonomischen Begriffe und Tools zur Analyse von gesamtwirtschaftlichen Entwicklungen. Verstehen die wesentlichen Elemente und Funktionsweisen einer Volkswirtschaft und können diese beurteilen.

	Beherrschen die grundlegenden mikroökonomischen Tools zur Analyse von Entscheidungen von Individuen und Unternehmen auf Märkten in unterschiedlichen Wettbewerbssituationen. <u>Einführung Recht:</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 folgende Rechtsbereiche einordnen und beherrschen deren grundlegende Inhalte: Gesellschaftsrecht, Haftung, Vertragsrecht Marketing (Kauf, Internet-Handel, Franchise u. a.), Vertragsrecht Finanzen (Kredit, Sicherheiten, Beteiligungen u. a.), Insolvenz, gewerblicher Rechtsschutz, Arbeitsrecht, Verwaltungsrecht, Gewerberecht, Kartellrecht und Europarecht.
Titel der Lehrveranstaltung	**Einführung in die Betriebswirtschaftslehre**
Umfang	3 ECTS
Lage im Curriculum	1. Semester
Lehr- und Lernformen	ILV
Prüfungsmodalitäten	Klausur
Lehrinhalte	• Überblick und Zusammenhangsanalyse der wichtigsten Teilbereiche in der BWL • Gegenstand und Grundlagen der BWL im Rahmen der Wirtschaftswissenschaften • BWL als Wissenschaft • Betriebswirtschaftliche Entscheidungslehre • Modelle und Konzepte der managementorientierten BWL • Konstitutive Unternehmensentscheidungen • Funktionale Unternehmensentscheidungen • Betriebswirtschaftliche Führungsentscheidungen: Management und Ethik, Strategische Planung und Kontrolle, Personal und Organisation • Grundlagen des markt-, prozess-, strategie- und wertorientierten Managements • Darstellung von Gegenstand und Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre • Erläuterung von Betriebswirtschaftslehre als Wissenschaft • Betriebswirtschaftliche Entscheidungslehre • Vermittlung von konstitutiven Unternehmensentscheidungen (Rechtsformen, Standortentscheidung, Unternehmenszusammenschlüsse) und funktionalen Unternehmensentscheidungen (Materialwirtschaft, Produktionswirtschaft, Marketing, Finanzwirtschaft, Rechnungswesen) • Darlegung betrieblicher Führungsentscheidungen (Management und Strategie, Planung und Kontrolle, Personal und Organisation, Management und Ethik)
Titel der Lehrveranstaltung	**Einführung in die Volkswirtschaftslehre**
Umfang	2 ECTS
Lage im Curriculum	1. Semester
Lehr- und Lernformen	VO
Prüfungsmodalitäten	Klausur
Lehrinhalte	• Wichtige makroökonomische Konzepte: BIP, Inflation und Arbeitslosigkeit sowie deren Messung • Langfristiges Wachstum • Analyse von kurzfristigen Schwankungen • Offene Volkswirtschaft • Grundlagen von Angebot und Nachfrage • Märkte und Wohlstand: Konsumenten- und Produzentenrente, Effizienz von Märkten, wirtschaftspolitische Maßnahmen und ihre Auswirkungen

	• Unternehmensverhalten: Produktionskosten, Gewinnmaximierung, Marktformen und Wettbewerb (vollständiger Wettbewerb, Monopol …)
Titel der Lehrveranstaltung	**Einführung Recht**
Umfang	2 ECTS
Lage im Curriculum	1. Semester
Lehr- und Lernformen	VO
Prüfungsmodalitäten	Klausur
Lehrinhalte	• Abgrenzung öffentliches Recht / Privatrecht • Allgemeines Privatrecht / Sonderprivatrecht • Unterteilung allgemeines Privatrecht • Sachenrecht allgemein • Erscheinungsformen des Eigentums • Beschränkte dingliche Rechte • Grundbuchsrecht • Rechts- und Handlungsfähigkeit, Stellvertretung • Allgemeines Vertragsrecht • Rechtsformen

Wissenschaftliche Methoden (WIS)

Modulnummer:	**Modultitel:**	**Umfang:**
WIS	**Wissenschaftliche Methoden**	**6 ECTS**
Studiengang	Unternehmensführung	
Lage im Curriculum	1. und 2. Semester	
Zuordnung zu den Teilgebieten	(Wirtschafts-)wissenschaftliche Grundlagen und Methoden	
Niveaustufe	Einführung	
Vorkenntnisse	Keine	
Geblockt	Nein	
Kreis d. TeilnehmerInnen	AnfängerInnen	
Beitrag zu nachfolgenden Modulen	BAS	
Literaturempfehlungen	Bücher: <u>Wissenschaftliches Arbeiten I & II:</u> Bänsch, A. (2009): Wissenschaftliches Arbeiten: Seminar- und Diplomarbeiten. - 7. Aufl., München [u.a.]: Oldenbourg. Eco, U. (2010): Wie man eine wissenschaftliche Abschlussarbeit schreibt.- Heidelberg: Müller. Chalmers, A. (2007): Wege der Wissenschaft.- Berlin; Heidelberg: Springer. Karmasin, M.; Ribing, R. (2011): Die Gestaltung wissenschaftlicher Arbeiten. 6. Auflage, facultas.wuv / UTB, Wien. Leopold-Wildburger, U.; Schütze, J. (2002): Verfassen und Vortragen: Wissenschaftliche Arbeiten und Vorträge leicht gemacht. Springer, Berlin et al. Rössl, D. (2008, Hg.): Die Diplomarbeit in der Betriebswirtschaftslehre: Ein Leitfaden zur Erstellung einer Laureatsarbeit, Bachelorarbeit, Diplomarbeit, Masterarbeit, Dissertation. 4. Auflage, facultas.wuv, Wien. Heister, W.; Weßler-Poßberg, D. (2007): Studieren mit Erfolg: Wissenschaftliches Arbeiten für Wirtschaftswissenschaftler. Stuttgart: Schäffer-Poeschel. Theisen, M.R. (2008): Wissenschaftliches Arbeiten: Technik - Methodik - Form. 14. Aufl., München: Vahlen. <u>Methoden der empirischen Sozialforschung:</u> Atteslander, P. (2010): Methoden der empirischen Sozialforschung. 13. Aufl., Berlin u.a.: de Gruyter. Bortz, J.; Döring, N. (2006): Forschungsmethoden und Evaluation für Human- und Sozialwissenschaftler. 4. Aufl., Berlin u.a.: Springer. Schnell, R.; Hill, P.; Esser, E. (2013): Methoden der empirischen Sozialforschung. 10. Aufl., München: Oldenburg. Diekmann, A. (2010): Empirische Sozialforschung: Grundlagen, Methoden, Anwendungen. Reinbek: Rowohlt.	
	Fachzeitschriften: Wirtschaftswissenschaftliches Studium (WiSt), Die Betriebswirtschaft (DBW), Schmalenbachs Zeitschrift für betriebswirtschaftliche Forschung (ZfbF), Harvard Business Manager, Management Science	
Kompetenzerwerb	<u>Wissenschaftliches Arbeiten I & II:</u> Die Studierenden sind in der Lage: Forschungsfragen angemessen zu formulieren. Methodische Vorgehensweisen zur Beantwortung von Forschungsfragen zu planen. Fachliteratur zu recherchieren, zu bewerten und zu zitieren. Eine wissenschaftliche Arbeit mittlerer Komplexität und überschaubaren Umfangs durchzuführen und schriftlich zu verfassen. <u>Methoden der empirischen Sozialforschung:</u> Die Studierenden: Kennen verschiedene Formen der wissenschaftlichen Kenntnisgewinnung und sind in der Lage, empirische Forschungsfragen angemessen zu formulieren. 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.
Titel der Lehrveranstaltung	**Wissenschaftliches Arbeiten I: Grundlagen**
Umfang	2 ECTS. 1,5 SWS
Lage im Curriculum	1. Semester
Lehr- und Lernformen	ILV
Prüfungsmodalitäten	Hausarbeit (10-seitige wissenschaftliche Arbeit)
Lehrinhalte	Vermittlung der grundlegenden Regeln des wissenschaftlichen Arbeitens. Formale, strukturelle und inhaltliche Anforderungen an die Erstellung von wissenschaftlichen Arbeiten, insbesondere Bachelor- und Hausarbeiten, die im Rahmen des Studiums erbracht werden müssen. Zur Umsetzung der theoretischen Grundlagen wird vorlesungsbegleitend eine wissenschaftliche Hausarbeit zu einem frei gewählten Thema erstellt.
Titel der Lehrveranstaltung	**Wissenschaftliches Arbeiten II: Anwendung**
Umfang	2 ECTS, 1,5 SWS
Lage im Curriculum	2. Semester
Lehr- und Lernformen	ILV
Prüfungsmodalitäten	Studienarbeit (Erstellung eines Exposés)
Lehrinhalte	Die Studierenden werden darauf vorbereitet, Seminararbeiten eigenständig und auf hohem wissenschaftlichen Niveau verfassen zu können. Diese Vorbereitung beinhaltet sowohl einen Schwerpunkt auf dem Umgang mit Literatur, als auch Diskussionen hinsichtlich der Qualität von wissenschaftlichen Arbeiten – hierbei sind vor allem die Begrifflichkeiten intellektuelle Redlichkeit und intersubjektive Nachvollziehbarkeit von Belang.
Titel der Lehrveranstaltung	**Methoden der empirischen Sozialforschung**
Umfang	2 ECTS, 1,5 SWS
Lage im Curriculum	1. Semester
Lehr- und Lernformen	ILV
Prüfungsmodalitäten	Klausur und/oder Hausarbeit
Lehrinhalte	Teil A: Grundlagen Forschungsprozess und Forschungsdesign Der empirische Forschungsprozess, deduktive und induktive Forschungsansätze, Phasen im Forschungsablauf, quantitative und qualitative Forschungsansätze und -methoden. Teil B: Erhebung sozialer Daten Grundproblem der Operationalisierung, Auswahlverfahren; Grundgesamtheit und Stichprobe, Erhebungsverfahren: Befragung, Beobachtung, Rekonstruktion, Experimente. Teil C: Auswertung sozialer Daten: Kategorisierende Verfahren, Beschreibende Verfahren und Zusammenhangsanalysen, statistische Verfahren.

Bachelorarbeit und Bachelorarbeitsseminar (BAS)

Modulnummer:	**Modultitel:**	**Umfang:**
BAS	**Bachelorarbeit und Bachelorarbeitsseminar**	**12 ECTS**
Studiengang	Unternehmensführung	
Lage im Curriculum	3. und 6. Semester	
Zuordnung zu den Teilgebieten	(Wirtschafts-)wissenschaftliche Grundlagen und Methoden	
Niveaustufe	Fortgeschrittene	
Vorkenntnisse	Module QUA und WIS	
Geblockt	Nein	
Kreis d. TeilnehmerInnen	AnfängerInnen	
Beitrag zu nachfolgenden Modulen		
Literaturempfehlungen	Bücher: Bänsch, Axel: Wissenschaftliches Arbeiten: Seminar- und Diplomarbeiten. - München [u.a.]: Oldenbourg, 2009 Chalmers, Alan: Wege der Wissenschaft.- Berlin; Heidelberg: Springer, 2007 Eco, Umberto: Wie man eine wissenschaftliche Abschlussarbeit schreibt.- UTB Facultas Universitätsverlag, 2010 Karmasin, Matthias; Ribing, Rainer. Die Gestaltung wissenschaftlicher Arbeiten. 6. Auflage, facultas.wuv / UTB, Wien, 2011. Leopold-Wildburger, Ulrika; Schütze, Jörg. Verfassen und Vortragen: Wissenschaftliche Arbeiten und Vorträge leicht gemacht. Springer, Berlin et al., 2002 Rössl, Dietmar (Hg.). Die Diplomarbeit in der Betriebswirtschaftslehre: Ein Leitfaden zur Erstellung einer Laureatsarbeit, Bachelorarbeit, Diplomarbeit, Masterarbeit, Dissertation. 4. Auflage, facultas.wuv, Wien, 2008.	
	Fachzeitschriften: Academy of Management Journal; Academy of Management Review; Accounting and Business Research; Betriebswirtschaftliche Forschung und Praxis; Business Research; Experimental Economics; ; Financial Management; International Journal of Research in Marketing; Jahrbuch der Wirtschaftswissenschaften; Jahrbücher für Nationalökonomie und Statistik; Journal für Betriebswirtschaft; Journal of Accounting and Economics; Journal of Accounting Research; Journal of Business and Economics (JBE); Journal of Consumer Research; Journal of Economic Behavior and Organization; Journal of Economic Perspectives; Journal of Economic Psychology; Journal of Economics and Management Strategy; Journal of Finance; Journal of Human Resources; Journal of International Business Studies; Journal of Marketing; Journal of Marketing Research; Journal of Risk and Uncertainty; Journal of the Academy of Marketing Science; Management International Review; Management Science; Marketing Science; Organizational Behavior and Human Decision Processes; Organization Science; Review of Financial Studies; ZfbF; Small Business Economics; Theory and Decision; Strategic Management Journal; Zeitschrift für Management	
Kompetenzerwerb	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 den Bachelorarbeiten. Die Studierenden verfügen über Analyse- und wissenschaftliche Reflexionskompetenz für unternehmensspezifische Problemstellungen.	
Titel der Lehrveranstaltung	**Bachelorarbeitsseminar I**	
Umfang	6 ECTS	
Lage im Curriculum	3. Semester	
Lehr- und Lernformen	SE	
Prüfungsmodalitäten	Bachelorarbeit 1	

Lehrinhalte	Im Bachelorarbeitsseminar I werden die Studierenden inhaltlich und methodisch bei der Erstellung ihrer ersten Bachelorarbeit betreut. Die erste Bachelorarbeit ist inhaltlich mit den Lehrinhalten des 3. Semesters verbunden. Die Studierenden berichten, die Bachelorarbeit 1 begleitend, regelmäßig über den Fortgang ihrer Bachelorarbeit. Die Studierenden erhalten Anweisungen und Vorlagen zur Erstellung der Bachelorarbeit und damit eine entsprechende begleitende, wissenschaftliche Betreuung.
Titel der Lehrveranstaltung	**Bachelorarbeitsseminar II**
Umfang	6 ECTS
Lage im Curriculum	6. Semester
Lehr- und Lernformen	SE
Prüfungsmodalitäten	Bachelorarbeit 2
Lehrinhalte	Im Bachelorarbeitsseminar II werden die Studierenden inhaltlich und methodisch bei der Erstellung ihrer zweiten Bachelorarbeit betreut. Die zweite Bachelorarbeit ist inhaltlich mit dem Berufspraktikum verbunden. Die Studierenden berichten, die Bachelorarbeit 2 begleitend, regelmäßig über den Fortgang ihrer Bachelorarbeit. Die Studierenden erhalten Anweisungen und Vorlagen zur Erstellung der Bachelorarbeit und damit eine entsprechende begleitende, wissenschaftliche Betreuung.

Grundlagen und Konzepte des Entrepreneurship (GLE)

Modulnummer:	**Modultitel:**	**Umfang:**
GLE	**Grundlagen des Entrepreneurship**	**5 ECTS**
Studiengang	Unternehmensführung	
Lage im Curriculum	1. und 2. Semester	
Zuordnung zu den Teilgebieten	Entrepreneurship und Gründungsmanagement	
Niveaustufe	Einführung	
Vorkenntnisse	Keine	
Geblockt	Nein	
Kreis d. TeilnehmerInnen	AnfängerInnen	
Beitrag zu nachfolgenden Modulen	-	
Literaturempfehlungen	Bücher: <u>Grundlagen des Entrepreneurship & Gründungsmanagement:</u> Kailer/Weiß (2012): Gründungsmanagement Kompakt. Von der Idee zum Businessplan, 4. Aufl., Wien/Linde. De (2005): Entrepreneurship. Gründung und Wachstum von kleinen und mittleren Unternehmen, München: Pearson. Volkmann, C.; Tokarski, K. (2006): Entrepreneurship: Gründung und Wachstum von jungen Unternehmen. Stuttgart: UTB für Wissenschaft. Grichnik, D.; Brettel, M.; Koropp, C.; Mauer, R. (2010): Entrepreneurship: Unternehmerisches Denken, Entscheiden und Handeln in innovativen und technologieorientierten Unternehmungen. Stuttgart: Schäffer-Poeschel. Fueglistaller, U.; Müller, C.; Müller, S.; Volery, T. (2012): Entrepreneurship: Modelle - Umsetzung - Perspektiven. Mit Fallbeispielen aus Deutschland, Österreich und der Schweiz. 3. Aufl., Wiesbaden: Gabler. Volkmann, C.; Tokarski, K. (2006): Entrepreneurship: Gründung und Wachstum von jungen Unternehmen. Stuttgart: UTB für Wissenschaft. Hommel, U.; Knecht, T. (2002): Wertorientiertes Start-Up-Management. Grundlagen, Konzepte, Strategien. München: Vahlen. Pott, O.; Pott, A. (2012): Entrepreneurship: Unternehmensgründung, unternehmerisches Handeln und rechtliche Aspekte. Berlin u.a.: Springer.	

	Osterwalder, A.; Pigneur, Y. (2010): Business Model Generation: Ein Handbuch für Visionäre, Spielveränderer und Herausforderer. Frankfurt / Main, New York: Campus. Faltin, G. (2008): Kopf schlägt Kapital. Die ganz andere Art ein Unternehmen zu gründen. Von der Lust ein Entrepreneur zu sein. München: Hanser. Lutz, A.; Bussler, C. (2008): Die Businessplan-Mappe: 40 Beispiele aus der Praxis. 2. Aufl., Wien: Linde. Stutely, R. (2007): Der professionelle Businessplan: Ein Praxisleitfaden für Manager und Unternehmensgründer. 2. Aufl., München: Pearson. Heger, M.; Schermann, M.; Volcic, K. (2012): Businessplan professionell. Von der Vision zur Operationalisierung. Wien: Linde. Wirtschaftskammern Österreichs (2012): Leitfaden für Gründerinnen und Gründer. 17. Aufl., Wien. (PDF 124 S./ Online: www.wko.at/gruenderservice). Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (2012): Starthilfe: Der erfolgreiche Weg in die Selbständigkeit. Berlin. (PDF 120 S. / Online: www.existenzgruender.de) Sowie die jeweiligen Internetportale von WKO, IHK und den Ministerien. <u>Strategische Unternehmensführung und Unternehmensethik:</u> Dillerup, R.; Stoi, R. (2011): Unternehmensführung. 3. Aufl., München: Vahlen Dillerup, R.; Stoi, R. (2012): Fallstudien zur Unternehmensführung. 2. Aufl., München: Vahlen. Welge, M.; Al-Laham, A. (2012): Strategisches Management: Grundlagen - Prozess - Implementierung. 6. Aufl., Wiesbaden: Gabler. Göbel, E. (2010): Unternehmensethik - Grundlagen und praktische Umsetzung Ferrell, L./ Ferrell, O. (2010): Unternehmensethik - Prinzipien und Werte Beschorner, T./ Brink, A./ Schumann, O. (2010): Unternehmensethik Becker, F. (2010): Strategisches Management Herbek, P. (2010): Strategische Unternehmensführung Bergmann, R./ Bungert, M. (2010): Strategische Unternehmensführung
	Fachzeitschriften: ZfKE – Zeitschrift für KMU und Entrepreneurship (ZFKE); Entrepreneurship: Theory and Practice; Journal of Small Business Management; Starting-Up – Magazin für Gründerkultur und unternehmerisches Denken; Die Wirtschaft; Zeitschrift für Führung und Organisation, WiSt - Wirtschafts- wissenschaftliches Studium, DBW Die Betriebswirtschaft, zfbf - Schmalenbachs Zeitschrift für betriebswirtschaftliche Forschung, Harvard Business Manager; Academy of Management Journal; Academy of Management Review; Accounting and Business Research; Betriebswirtschaftliche Forschung und Praxis; Jahrbuch der Wirtschaftswissenschaften; Journal für Betriebswirtschaft; Journal of Economics and Management Strategy; Journal of International Business Studies; Management International Review; Management Science; ZfbF; Small Business Economics; Strategic Management Journal; Zeitschrift für Management
Kompetenzerwerb	<u>Grundlagen des Entrepreneurship & Gründungsmanagement:</u> Die Studierenden kennen die Grundlagen der spezifischen betriebswirtschaftlichen Problemstellungen und Lösungsansätze, die bei einer Unternehmensgründung, -übernahme und –nachfolge zu berücksichtigen sind und sind in der Lage, Businesspläne zu erstellen und zu bewerten. 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. Kennen die Bausteine bei der Entwicklung eines Geschäftskonzepts und bei der Gründungsplanung. Sind in der Lage, für die typischen Engpassbereiche von

	Unternehmensgründungen wie Standort-, Rechtsform-, Marketing- und Finanzierungsentscheidungen, Lösungsstrategien zu entwickeln. Können einen Businessplanfür eigene Geschäftsvorhaben entwickeln. Können ihr Wissen in Praxisprojekten erfolgreich umsetzen <u>Strategische Unternehmensführung und Unternehmensethik:</u> Die Studierenden: 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- und Umweltbedingungen 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.
Titel der Lehrveranstaltung	**Grundlagen des Entrepreneurship**
Umfang	2 ECTS. 1,5 SWS
Lage im Curriculum	1. Semester
Lehr- und Lernformen	ILV
Prüfungsmodalitäten	Klausur und/oder Fallstudie
Lehrinhalte	Teil A: Begriffliche Grundlagen: Entrepreneurship und der Weg dahin: Entrepreneurship: Begriffe und Abgrenzung, Der Entrepreneur: Merkmale, Bedeutung, Image, Arten und Formen des Entrepreneurships Teil B: Bedeutung unternehmerischen Handelns: Quantitative und qualitative Bestandsaufnahme in Österreich/Deutschland, Ableitung von Erfolgsfaktoren & Gründen für das Scheitern, Analyse der Rahmenbedingungen für Unternehmensgründungen Teil C: Gründungsidee und Gründungsprozess: Entwicklung und Bewertung von Gründungsideen, Verschiedene Phasenmodelle des Gründungsmanagements, Aufgabenfelder und Problembereiche in den Gründungsphasen Teil D: Entrepreneurship-Kompetenzen: Notwendige Fähigkeiten, Einstellungen und Wissen für das Entrepreneurship
Titel der Lehrveranstaltung	**Gründungsmanagement & Business-Plan-Erstellung**
Umfang	3 ECTS, 2,5 SWS
Lage im Curriculum	2. Semester
Lehr- und Lernformen	ILV
Prüfungsmodalitäten	Projekt und/oder Studienarbeit
Lehrinhalte	Teil A: Grundlagen der Businessplanung: 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. Teil B: Das Sachkonzept: 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. Teil C: Das Finanzkonzept: Planung und Kalkulation der finanziellen Rahmens: Zahlungen planen: Liquiditätsplanung; Gewinn berechnen: Plan-Gewinn-und-Verlustrechnung; Kapitalbedarf ermitteln: Investitionsplan; Kapitalbedarf finanzieren: Plan-Bilanz; Überblick behalten: Kennzahlen (Gewinnschwelle, Cashflows, Rentabilität). Erstellung eines Management-Summary. Teil D: Vertiefungsthemen: Grundsatzentscheidungen als Teil der Gründungsplanung, Besonderheiten der Gründungsfinanzierung, Gründungswettbewerbe und -netzwerke.
Titel der Lehrveranstaltung	**Strategische Unternehmensführung & Unternehmensethik**

Umfang	2 ECTS, 1,5 SWS
Lage im Curriculum	1. Semester
Lehr- und Lernformen	ILV
Prüfungsmodalitäten	Klausur und/oder Fallstudie
Lehrinhalte	Elemente des strategischen Managements; Instrumente der strategischen Planung (Umweltanalyse, Stärken und Schwächenanalyse, Szenariotechnik, Delphimethode, Früherkennungssysteme, Wertschöpfungsketten, Erfahrungskurve, Portfolio-Analyse, Benchmarking); Strategische Planung und Strategiemodelle (Marktorientierung vs. Ressourcenorientierung); Generelle Strategiemodelle (Portfolio-Modell, Porter-Modell, Ansoff-Modell). Der Zusammenhang und die Wechselwirkungen zu den übergeordneten Grundsätzen der Unternehmensethik und der Ausgestaltung der Corporate Governance werden erläutert und kritisch reflektiert.

Vertiefung Entrepreneurship (ENT)

Modulnummer:	**Modultitel:**	**Umfang:**
ENT	**Vertiefung Entrepreneurship**	**6 ECTS**
Studiengang	Unternehmensführung	
Lage im Curriculum	4. Semester	
Zuordnung zu den Teilgebieten	Entrepreneurship und Gründungsmanagement	
Niveaustufe	Vertiefung und Erweiterung	
Vorkenntnisse	Modul GLE	
Geblockt	Nein	
Kreis d. TeilnehmerInnen	Fortgeschrittene	
Beitrag zu nachfolgenden Modulen	BPR und BAS	
Literaturempfehlungen	Bücher: <u>Geschäftsmodelle: Analyse und Anwendung:</u> Schallmo. D. (2013): Geschäftsmodelle erfolgreich entwickeln und implementieren: mit Aufgaben und Kontrollfragen. Wiesbaden: Gabler. Osterwalder, A.; Pigneur, Y. (2010): Business Model Generation: Ein Handbuch für Visionäre, Spielveränderer und Herausforderer. Frankfurt / Main, New York: Campus. Clark, T.; Osterwalder, A.; Pigneur, Y. (2012): Business Model You: Dein Leben, Deine Karriere, Dein Spiel. Frankfurt / Main, New York: Campus. Gassmann, O.; Frankenberger, C.; Csik. M. (2013): Geschäftsmodelle entwickeln: 55 innovative Konzepte mit dem St. Galler Business Model Navigator. München: Hanser. Fournier, C.v.; Danne, S. (2011): Anders und nicht artig. Wege der Unternehmenspositionierung. Mit mehr als 100 erfolgreichen Praxis-Beispielen. Wien: Linde. Schallmo. D. (2013): Geschäftsmodell-Innovation: Grundlagen, bestehende Ansätze, methodisches Vorgehen und B2B-Geschäftsmodelle. Wiesbaden: Gabler. Schönefeld, F. (2009): Praxisleitfaden Enterprise 2.0: Wettbewerbsfähig durch neue Formen der Zusammenarbeit, Kundenbindung und Innovation. München: Hanser. Gassmann, O.; Granig, P. (2013): Innovationsmanagement: 12 Erfolgsstrategien für KMU. München: Hanser. Wolff, C.; Panter, R. (2013): Social Media für Gründer und Selbständige. Wien: Linde. Gassmann, O., Sutter, P. (2008): Praxiswissen Innovationsmanagement: von der Idee zum Markterfolg. München: Hanser. Gassmann, O. (2013): Crowdsourcing: Innovationsmanagement mit Schwarmintelligenz. München: Hanser. Anderson, C. (2009): Free - Kostenlos. Geschäftsmodelle für die Herausforderungen des Internets. Frankfurt / Main: Campus. Kollmann, T. (2011): E-Entrepreneurship: Grundlagen der Unternehmensgründung in	

	der Net Economy. 4. Aufl., Wiesbaden: Gabler. <u>Unternehmenskommunikation und Krisenmanagement:</u> Schick (2014): Interne Unternehmenskommunikation: Strategien entwickeln, Strukturen schaffen, Prozesse steuern, 5. Aufl., Stuttgart: Schäffer-Poeschel Mast, C. (2013): Unternehmenskommunikation - Ein Leitfaden, 5. Aufl., Stuttgart: UTB Bührer, D. (2007): Toolbox Business-Kommunikation: Handwerkszeug für eine effizientere Kommunikation. Offenbach: Gabal. Meckel, M.; Schmidt, B. F. (Hrsg.) (2008): Unternehmenskommunikation: Kommunikationsmanagement aus Sicht der Unternehmensführung, 2. Aufl., Wiesbaden: Gabler Thießen, A. (2013): Handbuch Krisenmanagement, Wiesbaden: Springer. Sartory, B.; Senn, P.; Zimmermann, B.; Mazumder, S. (2013): Praxishandbuch Krisenmanagement, Zürich: Midas.
	Fachzeitschriften: Zeitschrift Führung + Organisation; Strategic Management Journal; Corporate Communications: An International Journal; Harvard Business Manager; Betriebswirtschaft; Betriebswirtschaftliche Forschung und Praxis; Jahrbuch der Wirtschaftswissenschaften; Journal für Betriebswirtschaft; Journal of International Business Studies; Management Science; Schmalenbachs Zeitschrift für betriebswirtschaftliche Forschung (ZfbF); Small Business Economics; Zeitschrift für Management; Wirtschaftswissenschaftliches Studium (WiSt), Die Betriebswirtschaft (DBW); Journal of Business and Economics (JBE)
Kompetenzerwerb	<u>Geschäftsmodelle: Analyse und Anwendung:</u> Die Studierenden: Sind in der Lage, die Methoden der Geschäftsmodell-Innovation (Metamodell, Vorgehensmodell, Techniken und Ergebnisse) zu verstehen und anzuwenden. Sind befähigt, ein Geschäftsmodelle zu analysieren und eigene Geschäftsmodelle zu entwickeln/zu implementieren. Können die erstellten Ergebnisse selbständig reflektieren. <u>Unternehmenskommunikation und Krisenmanagement:</u> Die Studierenden: • 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.
Titel der Lehrveranstaltung	**Geschäftsmodelle: Analyse und Anwendung**
Umfang	3 ECTS, 2 SWS
Lage im Curriculum	4. Semester
Lehr- und Lernformen	ILV
Prüfungsmodalitäten	Präsentation und/oder Hausarbeit und/oder mündliche Prüfung
Lehrinhalte	Teil A: Grundlagen der Modellierung von Geschäftsmodellen: Merkmale, Elemente und Ebenen von Geschäftsmodellen; Arbeit mit verschiedenen Geschäftsmodell-Konzepten: Business Model Canvas, Lean Startup, Design Thinking; „AndersArtigkeit" u.a.; Teil B: Analyse und Entwicklung von Geschäftsmodellen: Entwicklung und Bewertung von Geschäftsideen (Trendforschung, Zukunftsbranchen, etc.); Vorgehen bei der Geschäftsmodell-Innovation; Besonderheiten bei der Entwicklung von Geschäftsmodellen, z.B. High-Tech-Gründungen, Web-basierte Gründungen, Dienstleistungs- und Servicebasierte Gründungen; Teil C: Beispiele innovativer Geschäftsmodelle: Beispiele aus dem Business-to-Consumer Bereich; Beispiele aus dem Business-

	to-Business-Bereich.
Titel der Lehrveranstaltung	**Unternehmenskommunikation und Krisenmanagement**
Umfang	3 ECTS, 2 SWS
Lage im Curriculum	4. Semester
Lehr- und Lernformen	ILV
Prüfungsmodalitäten	Fallstudie und/oder Hausarbeit
Lehrinhalte	Die Lehrveranstaltung vermittelt die Grundlagen der Unternehmens-kommunikation. Dabei wird insbesondere auf die Auswahl, Optimierung und Anwendung von Kommunikationsinstrumenten im Kontext eines integrierten, abgestimmten Kommunikations-Mixes eingegangen. Im Mittelpunkt stehen die Stakeholder MitarbeiterInnen (Interne PR, Change Communication), Kunden (Kunden-PR, Corporate Publishing), Medien (Media Relations), Kapitalgeber (Investor Relations) und Gesellschaft (Public Affairs, Innovationskommunikation, Corporate Social Responsibility). Insbesondere krisenbehaftete Unternehmenssituationen werden, auch anhand von Fallstudien, aufgearbeitet, so dass die Studierenden erfolgreiche Krisenkommunikation beurteilen können.

Praxisprojekte Entrepreneurship & Unternehmensführung (PRA)

Modulnummer:	**Modultitel:**	**Umfang:**
PRA	**Praxisprojekte Entrepreneurship & Unternehmensführung**	**8 ECTS**
Studiengang	Unternehmensführung	
Lage im Curriculum	3. und 4. Semester	
Zuordnung zu den Teilgebieten	Entrepreneurship und Gründungsmanagement	
Niveaustufe	Anwendung	
Vorkenntnisse	Module GLE, QUA und WIS	
Geblockt	Nein	
Kreis d. TeilnehmerInnen	AnfängerInnen	
Beitrag zu nachfolgenden Modulen	BPR und PTR	
Literaturempfehlungen	Bücher: Abhängig von der thematischen Ausrichtung des Real-Life-Business-Projekts	
	Fachzeitschriften: Abhängig von der thematischen Ausrichtung des Real-Life-Business-Projekts	
Kompetenzerwerb	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 Fallstudien aus dem Bereich des Entrepreneurship in Kooperation mit gründungswilligen Unternehmen/UnternehmerInnen durchzuführen. Die Studierenden entwickeln selbständig Problemlösungsansätze und -strategien für gründungsrelevante Problemstellungen aus der Wirtschaftspraxis. 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 Kooperation mit einem realen Projektpartner aus der Wirtschaft durchgeführt. Die Studierenden: Sind in der Lage, ein Projekt anhand professionellen Projektmanagements	

	durchzuführen. Beherrschen die systematische, handwerklich ordentliche und termingerechte Projektbearbeitung. Kennen die speziellen Rollen innerhalb eines Projektes. Kennen die Bedeutung der Projektkommunikation in alle Richtungen (Gespräche, Dokumentation, Beschreibungen, Präsentationen) und wissen, sich entsprechend zu verhalten. Haben Fachkenntnisse zur Lösung spezifischer Probleme.
Titel der Lehrveranstaltung	**Praxisprojekt I: Entrepreneurship**
Umfang	4 ECTS, 2 SWS
Lage im Curriculum	3. Semester
Lehr- und Lernformen	PT
Prüfungsmodalitäten	Projektarbeit bzw. -bericht
Lehrinhalte	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. 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 Komplementärkompetenzen wie Sozialkompetenz, Risikomanagement, Budgetierungskompetenz und ökonomisch verantwortliche Entscheidungskompetenz gefestigt. 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 den Lehrveranstaltungsleiter bzw. die Lehrveranstaltungsleiterin: Planung, Koordination, Budgetierung, Kontrolle, Evaluierung und Schlussberichterstattung liegen in den Händen der Studierenden. Die Rolle der Lehrveranstaltungsleitung fokussiert auf das Projektcoaching.
Titel der Lehrveranstaltung	**Praxisprojekt II: Unternehmensführung**
Umfang	4 ECTS, 2 SWS
Lage im Curriculum	4. Semester
Lehr- und Lernformen	PT
Prüfungsmodalitäten	Projektarbeit bzw. -bericht
Lehrinhalte	Im Rahmen dieser Lehrveranstaltung werden aktuelle und unternehmensbezogene Fallstudien aus dem Bereich der Unternehmensführung in Kooperation mit insbesondere kleinen und mittleren Unternehmen aufgegriffen. Die Studierenden entwickeln selbständig Problemlösungsansätze und -strategien für führungsrelevante Problemstellungen aus der Wirtschaftspraxis. Mögliche Problemkreise sind: Finanzwirtschaftliche und leistungswirtschaftliche Problemstellungen, personalwirtschaftliche und organisatorische Fragestellungen unter besonderer Beachtung einer ganzheitlich-systemischen Reflexion des bis dahin erlangten Wissensstandes. 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 Komplementärkompetenzen wie Sozialkompetenz, Risikomanagement, Budgetierungskompetenz und ökonomisch verantwortliche Entscheidungskompetenz gefestigt. 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 den Lehrveranstaltungsleiter bzw. die Lehrveranstaltungsleiterin: Planung, Koordination, Budgetierung, Kontrolle, Evaluierung und Schlussberichterstattung liegen in den Händen der Studierenden. Die Rolle der Lehrveranstaltungsleitung fokussiert auf das Projektcoaching.

Unternehmensnachfolge (NAC)

Modulnummer:	**Modultitel:**	**Umfang:**
NAC	**Unternehmensnachfolge**	**6 ECTS**
Studiengang	Unternehmensführung	
Lage im Curriculum	4. Semester	
Zuordnung zu den Teilgebieten	Entrepreneurship und Gründungsmanagement	
Niveaustufe	Fortgeschrittene	
Vorkenntnisse	Modul GLE	
Geblockt	Nein	
Kreis d. TeilnehmerInnen	Fortgeschrittene	
Beitrag zu nachfolgenden Modulen	BAS	
Literaturempfehlungen	Bücher: <u>Unternehmensnachfolge und –übernahme:</u> Schmeisser W./ Krimphove, D./ Nathusius, K. (Hrsg.) (2003): Handbuch der Unternehmensnachfolge; Wirtschaftskammern Österreichs Gründer-Service (2005) (Hrsg.): Leitfaden zur Betriebsnachfolge, 6. Auflage (download unter gruenderservice.net) <u>Führung von Familienunternehmen:</u> Hannes, F./ Kuhn, T./ Brückmann, M. (2008): Familienunternehmen: Recht, Steuern, Beratung Mätzener, M./ Schwarz, G. (2008): Erfolgreiche Betriebsübernahme in Familienunternehmen Habig, H./ Berninghaus, J. (2008): Die Nachfolge in Familienunternehmen ganzheitlich regeln <u>Haftungsrechtliche Aspekte des Managements:</u> Möritz, D.(2011): Haftung des Managements und Drittschutz Krieger, G./ Schneider, U.(2010): Handbuch Managerhaftung Tanski, J./ Radke, C./ Uhlemann, C.(2009): Managerhaftung und Risikomanagement	
	Fachzeitschriften: Betriebswirtschaftliche Forschung und Praxis; Jahrbuch der Wirtschaftswissenschaften; Journal für Betriebswirtschaft; Journal of International Business Studies; Management Science; Schmalenbachs Zeitschrift für betriebswirtschaftliche Forschung (ZfbF); Small Business Economics; Zeitschrift für Management; Wirtschaftswissenschaftliches Studium (WiSt), Die Betriebswirtschaft (DBW); Journal of Business and Economics (JBE)	
Kompetenzerwerb	<u>Unternehmensnachfolge und –übernahme:</u> Die Studierenden: 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. <u>Führung von Familienunternehmen:</u> Die Studierenden: 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 Familienunternehme zu erkennen und entsprechende Umsetzungskonzepte anzuwenden. <u>Haftungsrechtliche Aspekte des Managements:</u> Die Studierenden: 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 des Fiskus.
Titel der Lehrveranstaltung	**Unternehmensübernahme und -nachfolge**
Umfang	3 ECTS, 2 SWS
Lage im Curriculum	4. Semester
Lehr- und Lernformen	ILV
Prüfungsmodalitäten	Projektarbeit und Fallstudie
Lehrinhalte	• Einführung in die Thematik: Quantitative und qualitative Bedeutung von Übernahmegründungen • Begriffliche und inhaltliche Grundlagen • Problemfelder im Nachfolgeprozesses • Der Nachfolgeprozess: Ziel und Planung aus Sicht des Übergebers • Der Nachfolgeprozess: Ziel und Planung aus Sicht des Übernehmers • Praxisbeispiele
Titel der Lehrveranstaltung	**Führen von Familienunternehmen**
Umfang	1 ECTS, 1 SWS
Lage im Curriculum	4. Semester
Lehr- und Lernformen	VO
Prüfungsmodalitäten	Hausarbeit
Lehrinhalte	• Bedeutung und Definition von Familienunternehmen • Stärken und Schwächen von Familienunternehmen • Dynamiken zwischen Familien und Unternehmen • Positionierung und Strategie; Führungsverhalten in Familienunternehmen • Ausgewählte Praxisbeispiele und Reflexion
Titel der Lehrveranstaltung	**Haftungsrechtliche Aspekte des Managements**
Umfang	2 ECTS, 1,5 SWS
Lage im Curriculum	4. Semester
Lehr- und Lernformen	ILV
Prüfungsmodalitäten	Klausur und/oder Fallstudie

Lehrinhalte	Überblick über das Unternehmensstrafrecht, die öffentlich-rechtliche und strafrechtliche Verantwortlichkeit, Haftungs- und Versicherungsfragen, Haftungsvermeidung und wettbewerbs- sowie gesellschaftsrechtliche Aspekte.

Marktorientierte Unternehmensführung (MAR)

Modulnummer:	**Modultitel:**	**Umfang:**
MAR	**Marktorientierte Unternehmensführung**	**7 ECTS**
Studiengang	Unternehmensführung	
Lage im Curriculum	1., 2. und 3. Semester	
Zuordnung zu den Teilgebieten	Wissenschaftliche Grundlagen und Methoden Intrapreneurship und Unternehmensführung	
Niveaustufe	Einführung	
Vorkenntnisse	Keine	
Geblockt	Nein	
Kreis d. TeilnehmerInnen	AnfängerInnen	
Beitrag zu nachfolgenden Modulen	Voraussetzung für die Module KUN, BAS, ABM	
Literaturempfehlungen	Bücher: <u>Marketing (E):</u> Kotler, P.; Armstrong, P. (2013): Principles of Marketing, 15th ed., Global edition, Essex: Pearson Education. Kotler, P.; Keller, K. L. (2011): Marketing-Management, 14th ed., Global edition, Essex: Pearson Education. Baines, P.; Fill, C. (2014): Marketing, 3rd ed., New York: Oxford University Press. Homburg, C. (2012): Marketingmanagement, Strategie-Instrumente-Umsetzung-Unternehmensführung, 4. Aufl., Wiesbaden: SpringerGabler. Meffert, H.; Burmann, C.; Kirchgeorg, M. (2012): Marketing, Grundlagen marktorientierter Unternehmensführung, 11. Aufl., Wiesbaden: Gabler. <u>Market Research (E):</u> McGivern, Y. (2013): The practice of Market Research, 4th ed., Essex: Pearson. Mooi, E.; Sarstedt, M. (2011): A concise guide to market research, Berlin / Heidelberg: Springer. McQuarrie, E. F. (2012): The market research toolbox: a concise guide for beginners, 3rd ed., Los Angeles: SAGE publications. Hague, P. N.; Hague, N.; Morgan, C.-A. (2013): Market Research in Practice: How to Get Greater Insight From Your Market, 2nd edition, London: Kogan Page. <u>Investitionsgüter- und Dienstleistungsmarketing:</u> Backhaus, K.; Voeth, M. (2014): Industriegütermarketing, 10. Aufl., München: Verlag Franz Vahlen. Pförtsch, W.; Godefroid, P. (2013): Business-to-Business-Marketing, 5. Aufl., Herne: NBW Verlag. Kleinaltenkamp, M.; Saab, S. (2009): Technischer Vertrieb, Heidelberg: Springer Verlag. Masciadri, P.; Zupancic, D. (2013): Marken- und Kommunikationsmanagement im B-to-B-Geschäft: Clever positionieren, erfolgreich kommunizieren, 2. Aufl., Wiesbaden: Springer Verlag. Meffert, H.; Bruhn, M. (2013): Dienstleistungsmarketing: Grundlagen - Konzepte – Methoden, 7. Aufl., Wiesbaden: Springer Verlag. Haller, S. (2012): Dienstleistungsmanagement: Grundlagen - Konzepte – Instrumente, 5. Aufl., Wiesbaden: Springer Verlag.	
	Fachzeitschriften: Marketing Review St. Gallen, Business Strategy Review, Advances in Management, Harvard Business Review, Journal of International Marketing, Journal of Marketing,	

	International Journal of Market Research, European Journal of Marketing information, Journal of Marketing Research, Journal of Marketing Theory and Practice; Marketing Science; Journal of the Academy of Marketing Science; Journal of Marketing.
Kompetenzerwerb	<u>Marketing:</u> Die Studierenden kennen die grundlegenden Strategien und Prozesse der marktorientierten Unternehmensführung. Die Studierenden: • 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. <u>Market Research:</u> Die Studierenden kennen die grundlegenden Prozesse und Instrumente der Markforschung. Die Studierenden: • Kennen unterschiedliche qualitative und quantitative Methoden der Marktforschung. • Können Marktforschungskonzepte und notwendige Instrumente zur Durchführung erstellen. • Kennen qualitative und quantitative Analysemethoden. • Können einen Abschlussbericht zu einem Marktforschungsprojekt erstellen. <u>Investitionsgüter- und Dienstleistungsmarketing:</u> Die Studierenden kennen die grundlegenden Fragestellungen und Herausforderungen des Investitionsgüter- und Dienstleistungsmarketings. Die Studierenden: • 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.
Titel der Lehrveranstaltung	**Marketing (E)**
Umfang	3 ECTS; 2 SWS
Lage im Curriculum	1. Semester
Lehr- und Lernformen	ILV
Prüfungsmodalitäten	Klausur und/oder Fallstudie
Lehrinhalte	Vermittlung von Grundlagen des Marketings unter folgenden Aspekten: • 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
Titel der Lehrveranstaltung	**Market Research (E)**
Umfang	2 ECTS; 1,5 SWS
Lage im Curriculum	2. Semester

Lehr- und Lernformen	ILV
Prüfungsmodalitäten	Klausur und/oder Studienarbeit
Lehrinhalte	Vermittlung der grundlegenden Methoden der Marktforschung, Behandlung des Marktforschungsprozesses und seines Einflusses auf Management-Entscheidungen, Übertragung von Marktforschungsergebnissen auf die Unternehmensführung. • Definition von Forschungsfragen und Management eines Forschungsprojekts • Sekundäre, qualitative, quantitative Forschung • Entwicklung und Design von Fragebögen • Methoden zur Stichprobenziehung • Analyse qualitativer & quantitativer Daten • Kommunikation und Reflexion von Ergebnissen
Titel der Lehrveranstaltung	**Investitionsgüter- und Dienstleistungsmarketing**
Umfang	2 ECTS; 1,5 SWS
Lage im Curriculum	3. Semester
Lehr- und Lernformen	ILV
Prüfungsmodalitäten	Klausur und/oder Fallstudie
Lehrinhalte	Übertragung der Marketing-Grundkenntnisse auf den Bereich der Investitionsgüter und Dienstleistungen. Diese Vorlesung ist inhaltlich in 2 Unterthemen aufgeteilt: Teil A: Investitionsgütermarketing • Grundlagen des B2B-Marketings • Kaufverhalten auf Business-Märkten / Organisationales Beschaffungsverhalten • Instrumente des B2B-Marketing • Informationsbeschaffung & Unsicherheit als verhaltensbestimmende Merkmale • Analyse des Buying Centers Teil B: Dienstleistungsmarketing • Besonderheiten des Dienstleistungsmarketings • Konzepte des Dienstleistungsmarketings • Informationsgrundlagen des Dienstleistungsmarketings • Operatives Dienstleistungsmarketing & Instrumente

Kundenorientierte Unternehmensführung (KUN)

Modulnummer:	**Modultitel:**	**Umfang:**
KUN	**Kundenorientierte Unternehmensführung**	**7 ECTS**
Studiengang	Unternehmensführung	
Lage im Curriculum	2., 3. und 4. Semester	
Zuordnung zu den Teilgebieten	Wissenschaftliche Grundlagen und Methoden	
Niveaustufe	Einführung, Vertiefung	
Vorkenntnisse	Grundwissen aus der Veranstaltung Marketing (E) im Modul MAR	
Geblockt	nein	
Kreis d. TeilnehmerInnen	AnfängerInnen, Fortgeschrittene	
Beitrag zu nachfolgenden Modulen	Voraussetzung für die Module BAS, PRA, PTR, ABM	
Literaturempfehlungen	Bücher: <u>Brand Management (E):</u> • Rosenbaum-Elliot, R.; Percy, L.; Pervan, S. (2011): Strategic Brand Management, 2nd ed., New York: Oxford University Press. • Keller, K. L.; Aperia, T.; Georgson, M. (2012): Strategic Brand Management: A European Perspective, 2nd ed., Essex: Prentice Hall. • Aaker, D. A. (2011): Building strong brands, New York: Simon & Schuster. • Esch, F.-R.; Tomczak, T.; Kernstock, J.; Langner, T.; Redler, J. (2013): Corporate Brand Management: Marken als Anker strategischer Führung von Unternehmen, 3rd ed., Wiesbaden: Gabler. • Meyer, H. (2010): Marken-Management 2010/2011: Themenschwerpunkt: Brand Communities, Frankfurt: Deutscher Fachverlag. <u>Produkt- und Innovationsmanagement:</u> • Aumayr, K. (2014): Erfolgreiches Produktmanagement: Tool-Box für das professionelle Produktmanagement und Produktmarketing, 3. Aufl., Wiesbaden: Springer Gabler. • Herrmann, A.; Huber, F. (2013): Produktmanagement: Grundlagen - Methoden – Beispiele, 3. Aufl., Wiesbaden: Springer Gabler. • Pichler, R. (2013): Agiles Produktmanagement mit Scrum: Erfolgreich als Product Owner arbeiten, 2. Aufl., Heidelberg: dpunkt Verlag. • Vahs, D.; Brem, A. (2013): Innovationsmanagement: Von der Idee zur erfolgreichen Vermarktung, 4. Aufl., Stuttgart: Schäffer Poeschel. • Hauschildt, J.; Salomo, S. (2010): Innovationsmanagement, 5. Aufl., München: Vahlen. • Tidd, J.; Bessant, J. (2013): Managing Innovation: Integrating Technological, Market and Organizational Change, 5th ed., Hoboken: John Wiley & Sons. • Trott, P. (2011): Innovation Management and New Product Development, 5th ed., Upper Saddle River: Financial Times Prentice Hall. <u>Sales & Customer Relationship Management (E):</u> • Jobber, D.; Lancaster, G. (2012): Selling & Sales Management, 9th ed., Essex: Pearson education. • Holden, R. (2012): Negotiating with backbone - eight sales strategies to defend your price and value, Upper Saddle River: Financial Times Press. • Fisher, R.; Ury, W. L.; Patton, W. (2011): Getting to Yes, New York: Penguin Books. • Helmke, S.; Uebel, M.; Dangelmaier, W. (2013): Effektives Customer Relationship Management: Instrumente - Einführungskonzepte – Organisation, 5. Aufl., Wiesbaden: Gabler. • Bruhn, M.; Homburg, C. (2010): Handbuch Kundenbindungsmanagement: Strategien und Instrumente für ein erfolgreiches CRM, 7. Aufl., Wiesbaden:	

	Gabler. <u>Online Marketing: E-competence and Social Media (E):</u> • Laudon, K.; Traver, C. (2013): E-commerce 2013, 9th ed., Global edition, Essex: Pearson. • Chaffey, D. (2011): E-business and E-commerce Management, 5th ed., Essex: Prentice Hall. • Strauss, J.; Frost, R. (2013): E-Marketing, 7th ed., Essex: Prentice Hall. • Bernecker, M.; Beilharz, M. (2012): Social Media Marketing: Strategien, Tipps & Tricks für die Praxis, 2. Auflage, Köln: Johanna Verlag. • Grabs, A.; Bannour, K.-P.; Vogl, E. (2014): Follow me! – Erfolgreiches SMM mit Facebook, Twitter & Co., 2. Auflage, Bonn: Galileo Computing. • Safko, L. (2012): The social media bible, 3rd ed., Hoboken: John Wiley & Sons.
	Fachzeitschriften: Marketing Review St. Gallen, Business Strategy Review, Advances in Management, Harvard Business Review, Journal of International Marketing, Journal of Marketing, European Journal of Marketing information, Journal of Marketing Theory and Pratice, Journal of the Academy of Marketing Sciences, Journal of Personal Selling & Sales Management, American Business Review, International Journal of Management Cases, Journal of Brand Management, International Journal of Electronic Commerce, Journal of Strategic Marketing, European Journal of Innovation Management
Kompetenzerwerb	<u>Brand Management:</u> Die Studierenden kennen die grundlegenden Strategien und Instrumente des Markenaufbaus und der Markenführung. Die Studierenden: • 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. <u>Produkt- und Innovationsmanagement:</u> Die Studierenden kennen die grundlegenden Strategien und Instrumente des Produkt- und es Innovationsmanagements. Die Studierenden: • 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. <u>Sales & Customer Relationship Management:</u> Die Studierenden kennen die grundlegenden Konzepte des Vertriebsmanagements und des Kundenbindungsmanagements. Die Studierenden: • 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. • Können CRM-Einführungsprojekte anhand von Erfolgsfaktoren beurteilen. <u>Online Marketing: E-competence and Social Media:</u> Die Studierenden kennen die modernen Methoden des e-Marketings und des Social Media Marketings. Die Studierenden: • Kennen den Kontext von Online Marketing Strategien. • Können das Konzept der 4P auf e-Marketing anwenden.

	• Kennen die notwendigen organisatorischen Voraussetzungen für erfolgreiches e-Marketing. • Können e-Marketing Strategien selbständig entwickeln und beurteilen.
Titel der Lehrveranstaltung	**Brand Management (E)**
Umfang	1 ECTS; 1 SWS
Lage im Curriculum	2. Semester
Lehr- und Lernformen	VO
Prüfungsmodalitäten	Klausur
Lehrinhalte	In dieser Lehrveranstaltung erhalten die Studierenden einen Überblick darüber, wie Marken gebildet, aufgebaut und geführt werden können und wie sie zur Wertsteigerung des Unternehmens beitragen. Markenkampagnen und der monetäre Wert von Marken werden diskutiert und verschiedene Markenstrategien vorgestellt. • Psychologische Hintergründe der Markenbildung • Marken und Emotionen – Erfolgsfaktoren der Markenführung • Monetäre Markenwertmessung • Markeninszenierung und Markenkommunikation • Markenstrategien • Marken und Innovationen
Titel der Lehrveranstaltung	**Produkt- und Innovationsmanagement**
Umfang	2 ECTS; 1,5 SWS
Lage im Curriculum	2. Semester
Lehr- und Lernformen	ILV
Prüfungsmodalitäten	Fallstudie und/oder Präsentation
Lehrinhalte	Einführung in die Thematik des Produkt- und Innovationsmanagements in Hinblick auf die marktorientierte Produktentwicklung unter Berücksichtigung folgender Aspekte: • Aufgabenfelder & Verantwortlichkeiten Produktmanagement • Kernkompetenzen & organisatorische Eingliederung PM • Marktorientierte Produktentwicklung & QFD • Produktlebenszyklus-Management • Agiles Produktmanagement & Scrum • Innovationsmanagement als gesteuerter Prozess • Ursprung von Kreativität und Ideen • Organisatorische Voraussetzungen für Innovationen • Herausforderungen in der internen & externen Vermarktung von Innovationen
Titel der Lehrveranstaltung	**Sales & Customer Relationship Management (E)**
Umfang	2 ECTS; 1,5 SWS
Lage im Curriculum	3. Semester
Lehr- und Lernformen	ILV
Prüfungsmodalitäten	Präsentation und/oder Hausarbeit

Lehrinhalte	Die Vorlesung bietet einen Überblick über die Themengebiete des Vertriebsmanagements und des Kundenbindungsmanagements, insbesondere im KMU-Umfeld und unter besonderer Berücksichtigung folgender Schwerpunkte: • 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)
Titel der Lehrveranstaltung	**Online Marketing: E-competence and Social Media (E)**
Umfang	2 ECTS; 1,5 SWS
Lage im Curriculum	4. Semester
Lehr- und Lernformen	ILV
Prüfungsmodalitäten	Hausarbeit und/oder Fallstudie
Lehrinhalte	Die Lehrveranstaltung zeigt moderne Methoden des 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: • Hintergrundwissen zum Thema e-Commerce (Kundenerwartungen und -anforderungen; soziale, rechtliche & ethische Fragestellungen) • Online- und Social Media Marketing-Strategien • Online- und Social Media Ziele • e-Marketing-Mix und Erweiterung der 4P im Online Kontext • Organisatorische Voraussetzungen für Online Marketing • Monitoring, Online Reputation Management & Öffentlichkeitsarbeit • Crowdsourcing & Crowdfunding

Prozessorientierte Unternehmensführung (PRO)

Modulnummer:	**Modultitel:**	**Umfang:**
PRO	**Prozessorientierte Unternehmensführung**	**6 ECTS**
Studiengang	Unternehmensführung	
Lage im Curriculum	2. und 3. Semester	
Zuordnung zu den Teilgebieten	Intrapreneurship und Unternehmensführung	
Niveaustufe	Einführung	
Vorkenntnisse	Modul WIR	
Geblockt	Nein	
Kreis d. TeilnehmerInnen	AnfängerInnen	
Beitrag zu nachfolgenden Modulen	Modul BAS	
Literaturempfehlungen	Bücher: <u>Supply Chain Management:</u> Werner, H. (2010): Supply Chain Management: Grundlagen, Strategien, Instrumente und Controlling Poluha, R.(2010): Quintessenz des Supply Chain Managements Thaler, K. (2003): Supply Chain Management - Prozessoptimierung in der logistischen Kette Corsten, H./ Gössinger, R. (2001): Einführung in das Supply Chain Management Werner, H. (2002): Supply Chain Management - Grundlagen, Strategien, Instrumente und Controlling	

	Wannenwetsch, H. (Hrsg.) (2002): E-Supply-Chain-Management - Grundlagen - Praxisanwendungen –Strategien Piontek, J. (2003): Bausteine des Logistikmanagements - Supply Chain Management, E-Logistics, Logistikcontrolling Wannenwetsch, H. (Hrsg.) (2002): E-Logistik und E-Business Waters, D. (Hrsg.) (2006): Global Logistics: New Directions in Supply Chain Management Beckmann, H. (2004)(Hrsg.): Supply Chain Management Busch, A./ Dangelmaier, W. (Hrsg.) (2004): Integrierte Supply Chain Management <u>Informationssysteme & Geschäftsprozessmodellierung:</u> Albrecht, T.(2009): Einführung eines ERP-Systems in kleinen und mittelständigen Unternehmen Görtz, M./ Hesseler, M.(2007): Basiswissen ERP-Systeme Gronau, N.(2010): Enterprise Resource Planning Mertens, P.: Integrierte Informationsverarbeitung 1: Operative Systeme in der Industrie, Wiesbaden, 2004. Mertens, P.: Integrierte Informationsverarbeitung 2: Planungs- und Kontrollsysteme in der Industrie, Wiesbaden, 2002. <u>Strategy Development & Execution:</u> Dillerup, R.; Stoi, R. (2011): Unternehmensführung. 3. Aufl., München: Vahlen Dillerup, R.; Stoi, R. (2012): Fallstudien zur Unternehmensführung. 2. Aufl., München: Vahlen. Welge, M.; Al-Laham, A. (2012): Strategisches Management: Grundlagen - Prozess - Implementierung. 6. Aufl., Wiesbaden: Gabler. Albers, S. (2008). Kursbuch Strategieentwicklung: Analyse, Planung, Umsetzung Flacha, K./ Hanisch, M./ Hartmann (2008): Strategieentwicklung. Grundlagen, Konzepte, Umsetzung
	Fachzeitschriften: Information System Research; Management Information System Quarterly; Management Science; Die Wirtschaft; Zeitschrift für Führung und Organisation, WiSt - Wirtschafts- wissenschaftliches Studium, DBW Die Betriebswirtschaft, zfbf - Schmalenbachs Zeitschrift für betriebswirtschaftliche Forschung, Harvard Business Manager; Academy of Management Journal; Academy of Management Review; Accounting and Business Research; Betriebswirtschaftliche Forschung und Praxis; Jahrbuch der Wirtschaftswissenschaften; Journal für Betriebswirtschaft; Journal of Economics and Management Strategy; Journal of International Business Studies; Management International Review; Management Science; ZfbF; Small Business Economics; Strategic Management Journal; Zeitschrift für Management
Kompetenzerwerb	<u>Supply Chain Management:</u> Die Studierenden: 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. <u>Informationssysteme & Geschäftsprozessmodellierung:</u> Die Studierenden: 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. <u>Strategy Development Process & Execution:</u> Die Studierenden: 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.
Titel der Lehrveranstaltung	**Supply Chain Management (E)**
Umfang	2 ECTS, 1,5 SWS
Lage im Curriculum	2. Semester
Lehr- und Lernformen	ILV
Prüfungsmodalitäten	Klausur und/oder Hausarbeit
Lehrinhalte	Historie und Begriff; Konzept SCM; Strategien des SCM: Versorgung: CRM, Postponement, Sourcing Strategien, Beschaffungsstrategien, e-Supply Chain und Entsorgung; Instrumente des SCM: Bestandsreduzierung, Frachtkostenreduktion, Informationsgewinnung, Qualitätssicherung; Controlling der Supply Chain.
Titel der Lehrveranstaltung	**Informationssysteme & Geschäftsprozessmodellierung**
Umfang	2 ECTS, 1,5 SWS
Lage im Curriculum	3. Semester
Lehr- und Lernformen	VO
Prüfungsmodalitäten	Klausur
Lehrinhalte	Betriebliche Anforderungen im Informationsmanagement operativer und planender Aufgaben; Überblick über den Aufbau und den Funktionsumfang typischer ERP-Systeme (Buchungskreise, Geschäftsbereiche, Prozesse); Vorgehen zum Customizing eines betrieblichen Informationssystems; Werkzeugunterstützung. Praktisches Üben an einem ERP-System.
Titel der Lehrveranstaltung	**Strategy Development & Execution**
Umfang	2 ECTS, 1,5 SWS
Lage im Curriculum	2. Semester
Lehr- und Lernformen	ILV
Prüfungsmodalitäten	Projekt und/oder Fallstudie
Lehrinhalte	Unternehmensstrategien (Angriffs- und Verteidigungsstrategien); Entwicklungsstrategien (Kooperationsstrategien, Coopetition, Internationalisierungsstrategien); Bereichsstrategien (Beschaffungs-, Produktions-, Marketing-, Personal-, Finanz-, und F&E-Strategien); Inhaltliche Schritte des strategischen Managementprozesses; Strategische Analyse.

Buchführung und Bilanzierung (BUB)

Modulnummer:	**Modultitel:**	**Umfang:**
BUB	**Buchführung und Bilanzierung**	**6 ECTS**
Studiengang	Unternehmensführung	
Lage im Curriculum	1. und 2. Semester	
Zuordnung zu den Teilgebieten	Finanzielle Unternehmensführung	
Niveaustufe	Einführung	
Vorkenntnisse	Keine	

Geblockt	Nein
Kreis d. TeilnehmerInnen	AnfängerInnen
Beitrag zu nachfolgenden Modulen	FIN, FUS
Literaturempfehlungen	Bücher: <u>Einführung Rechnungswesen:</u> Hangl/Arminger 2012: Grundlagen der finanziellen Unternehmensführung, Band I: Externe Rechnungslegung, 2. Aufl., Wien: Linde. Geirhofer/Hebrank 2010: Grundlagen Buchhaltung und Bilanzmanagement: Durchgängiges Fallbeispiel mit Darstellung bilanzpolitischer Entscheidungsauswirkungen auf den Unternehmenserfolg, 3. Aufl., Wien: Linde. <u>Jahresabschluss und Bilanzanalyse:</u> Egger, A; Samer, H.; Bertl, R. (2013): Der Jahresabschluss nach dem Unternehmensgesetzbuch, 14. Aufl., Wien: Linde Baetge, J.; Kirsch, H.-J.; Thiele, S. (2012): Bilanzen. 12. Aufl., Köln: IDW. Wagenhofer, A. (2013): Bilanzierung und Bilanzanalyse, 11. Aufl. Wien: Linde.
	Fachzeitschriften: Accounting, Auditing & Accountability Journal, Controller Magazin, Controlling, Controlling & Management Review, Zeitschrift für Management, BC – Zeitschrift für Bilanzierung, Rechnungswesen und Controlling, Zeitschrift für Führung und Organisation, WiSt - Wirtschafts- wissenschaftliches Studium, IRZ - Zeitschrift für Internationale Rechnungslegung, DBW Die Betriebswirtschaft, zfbf - Schmalenbachs Zeitschrift für betriebswirtschaftliche Forschung, Harvard Business Manager. www.Rechnungswesen -Portal.de
Kompetenzerwerb	Die Studierenden kennen die Grundlagen der finanziellen Unternehmensführung mit der Unterscheidung der Aufgaben, Adressaten und Instrumente des internen und externen Rechnungswesens. <u>Einführung Rechnungswesen:</u> Die Studierenden: 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 einfache Geschäftsbuchungen auf Bestands- und Erfolgskonten durchführen und Buchungssätze erstellen. Können einen einfachen Jahresabschluss (Bilanz und GuV) erstellen und interpretieren. Erkennen, welche ertrags- und/oder liquiditätsmäßigen Auswirkungen sich auf Grund einer vorgenommenen Buchung ergeben. Kennen Formen und Kriterien der Buchführungsorganisation nach österreichischem und deutschem Unternehmensrecht. Kennen die Grundzüge des Umsatzsteuergesetzes und wissen, wann und an welche außerbetrieblichen Einrichtungen das Unternehmen Abgaben, Gebühren, Steuern und Beiträge zu entrichten hat. Verstehen die Zusammenhänge zwischen dem externen und dem internen Rechnungswesen und können die Grundlagen der Betriebsüberleitung anwenden. <u>Jahresabschluss und Bilanzanalyse:</u> Die Studierenden: Kennen die gesetzlichen Bausteine des Jahresabschlusses nach österreichischem und deutschen 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. 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.
Titel der Lehrveranstaltung	**Einführung Rechnungswesen**
Umfang	3 ECTS, 2 SWS
Lage im Curriculum	1. Semester
Lehr- und Lernformen	ILV
Prüfungsmodalitäten	Klausur
Lehrinhalte	Teil A: Grundlagen des betrieblichen Rechnungswesens Aufgaben und Teilgebiete des Rechnungswesen, Grundbegriffe, System der kaufmännischen Buchführung: Von der Inventur zur Eröffnungsbilanz, System der Buchführung in kontenmäßiger Darstellung, Buchung von Geschäftsfällen in Bestandskonten und Erfolgskonten, einfacher Jahresabschluss Teil B: Vertiefung externes Rechnungswesen Rechtliche Grundlagen nach UGB, IFRS und (ergänzend) HGB, Grundsätze ordnungsgemäßer Buchführung, Funktion und Inhalte des Jahresabschlusses, Organisation der Buchhaltung (Kontenrahmen etc.), Grundlagen der Umsatzsteuer, Verbuchung von Geschäftsfällen im operativen Bereich, Verbuchung von Geschäftsfällen im Investitions- und Finanzierungsbereich Teil C: Zusammenhang externes und internes Rechnungswesen, Ziele und Grundbegriffe der Kosten- und Erlösrechnung, Aufbau der Kostenrechnung (Kostenarten, Kostenstellen, Kostenträger), Betriebsüberleitung
Titel der Lehrveranstaltung	**Jahresabschluss und Bilanzanalyse**
Umfang	3 ECTS, 2 SES
Lage im Curriculum	2. Semester
Lehr- und Lernformen	ILV
Prüfungsmodalitäten	Klausur
Lehrinhalte	Teil A: Erstellung von Bilanz und Gewinn- und Verlustrechnung Der handelsrechtliche Jahresabschluss (Inhalte und Abgrenzungen), Aufgaben und Adressaten des Jahresabschlusses, Grundproblematik des Bilanzierens, Prinzip der bilanzpolitischen Gestaltungsspielräume, Grundsätze ordnungsgemäßer Bilanzierung, Bewertung im Rahmen des Jahresabschlusses, Besonderheiten der Bilanzierung, Struktur und Inhalte der Gewinn- und Verlustrechnung, Gegenüberstellung UGB – HGB – IAS/IFRS. Teil B: Grundlagen der Jahresabschlussanalyse Grundlagen der Bilanzanalyse, Zusammenhang zur Finanz-, Investitions- und Liquiditätsplanung, Ziele und Vorgehensweise bei der Analyse von Jahresabschlüssen, Analyse der Vermögenslage, Finanzierungsanalyse, Liquiditätsanalyse, Erfolgs- und Rentabilitätsanalyse, Grenzen der Jahresabschlussanalyse

Finanzmanagement (FIN)

Modulnummer:	**Modultitel:**	**Umfang:**
FIN	**Finanzmanagement**	**7 ECTS**
Studiengang	Unternehmensführung	
Lage im Curriculum	1. und 2. Semester	
Zuordnung zu den Teilgebieten	Finanzielle Unternehmensführung	
Niveaustufe	Einführung	
Vorkenntnisse	WIR, BUB	
Geblockt	Nein	
Kreis d. TeilnehmerInnen	AnfängerInnen	
Beitrag zu nachfolgenden Modulen	FUS	
Literaturempfehlungen	Bücher: <u>Wirtschaftsmathematik und Statistik:</u> Pfeifer, A. (2001): Praktische Finanzmathematik, Frankfurt am Main, 2000. Salomon, E. u. W. Poguntke: Wirtschaftsmathematik, 2. Auflage, Köln. Schwarze, J. (2000): Mathematik für Wirtschaftswissenschaftler. Band 1-3, 11. Auflage, Berlin. Tietze, J. (2000): Einführung in die angewandte Wirtschaftsmathematik, 9. Auflage, Braunschweig, Wiesbaden. Tietze, J. (2001): Einführung in die Finanzmathematik, 4. Auflage, Braunschweig, Wiesbaden. Bleymüller, J./ Gehlert, G./ Gülicher, H.(2012): Statistik für Wirtschaftswissenschaftler Quatember, A.(2010): Statistik ohne Angst vor Formeln: Das Studienbuch für Wirtschafts- und Sozialwissenschaftler Schira, J.(2009): Statistische Methoden der VWL und BWL: Theorie und Praxis <u>Investition und Finanzierung:</u> Losbichler, H. (2012): Grundlagen der finanziellen Unternehmensführung, Band 3: Cashflow, Investition und Finanzierung. 2. Aufl., Wien: Linde. Perridon/Steiner/Rathgeber 2012: Finanzwirtschaft der Unternehmung. 16. Aufl., München: Vahlen. Wöhe, G.; Bilstein, J.; Ernst, D.; Häcker, J. (2009): Grundzüge der Unternehmensfinanzierung. 10. Aufl., München: Vahlen. Benesch/Schuch 2013: Basiswissen zu Investition und Finanzierung, 3. Aufl., Wien: Linde Exler, M. (2010): Controllingorientiertes Finanz- und Rechnungswesen (mit einer durchgehenden Fallstudie). Herne: NWB. Bösch, M. (2009): Finanzwirtschaft: Investition, Finanzierung, Finanzmärkte und Steuerung. München: Vahlen. Hommel, U.; Knecht, T. (2002): Wertorientiertes Start-Up-Management. Grundlagen, Konzepte, Strategien. München: Vahlen. Arnold, J. (2009): Existenzgründung - Finanzierung und Sicherheiten. 1. Aufl., Uvis. <u>Wert(e)orientierte Unternehmenssteuerung:</u> Dillerup, R.; Stoi, R. (2011): Unternehmensführung. 3. Aufl., München: Vahlen. Gleißner, W. (2004): Future Value: 12 Module für eine strategische wertorientierte Unternehmensführung. Wiesbaden: Gabler. Weber, J.; Bramsemann, U.; Heineke, C.; Hirsch, B. (2004): Wertorientierte Unternehmenssteuerung: Konzepte - Implementierung - Praxisstatements. Wiesbaden: Gabler. Coenenberg, A.; Salfeld, R. (2007): Wertorientierte Unternehmensführung: Vom Strategieentwurf zur Implementierung. 2. Aufl., Stuttgart: Schäffer-Poeschel. o.V. / Offensive Mittelstand (2006, Hrsg.): Unternehmensführung für den Mittelstand: Strategie, Liquidität, Risikobewertung, Führung, Kundenpflege, Organisation, Unternehmenskultur, Personalentwicklung, Prozesse, Beschaffung, Innovation, Wiesbaden: Schäffer-Poeschel. Schierenbeck, H.; Lister, M. (2002): Value Controlling: Grundlagen Wertorientierter Unternehmensführung. Schierenbeck Management Edition, 2. Aufl., München u. Wien: Oldenbourg.	

	Weber, J.; Bramsemann, U.; Heineke, C.; Hirsch, B. (2004): Wertorientierte Unternehmenssteuerung: Konzepte - Implementierung - Praxisstatements. Wiesbaden: Gabler. Wieland, J. (2004, Hrsg.): Handbuch Wertemanagement: Erfolgsstrategien einer modernen Corporate Governance, Hamburg: Murmann. Siller, H. (2011): Normatives Controlling. Wien: Facultas.
	Fachzeitschriften: Accounting, Auditing & Accountability Journal, Controller Magazin, Controlling, Controlling & Management Review, Zeitschrift für Management, BC – Zeitschrift für Bilanzierung, Rechnungswesen und Controlling, Zeitschrift für Führung und Organisation, WiSt - Wirtschafts- wissenschaftliches Studium, IRZ - Zeitschrift für Internationale Rechnungslegung, DBW Die Betriebswirtschaft, zfbf - Schmalenbachs Zeitschrift für betriebswirtschaftliche Forschung, Harvard Business Manager. www. controllingportal.de
Kompetenzerwerb	<u>Wirtschaftsmathematik und Statistik:</u> Die Studierenden: Besitzen grundlegende Kenntnisse über quantitative Methoden der Wirtschaftswissenschaften und grundlegende Kenntnisse über statistische Methoden und Verfahren zur Beschreibung und Analyse von Wirtschaftsdaten. Sie 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. Kennen die Grundlagen der finanziellen Unternehmensführung mit der Unterscheidung der Aufgaben im Finanzmanagement (Liquiditätsplanung, Finanzierung und Investitionen) sowie bei der wert- und werteorientierten Unternehmenssteuerung. <u>Investition und Finanzierung:</u> Die Studierenden: 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. <u>Wert(e)orientierte Unternehmenssteuerung:</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 werteorientierten Managements.
Titel der Lehrveranstaltung	**Wirtschaftsmathematik und Statistik**
Umfang	2 ECTS, 2 SWS
Lage im Curriculum	1. Semester

Lehr- und Lernformen	VO
Prüfungsmodalitäten	Klausur
Lehrinhalte	Teil A: Vorstellung der Grundlagen sowie der darauf aufbauenden, in ökonomischen Fragestellungen anwendbaren Methoden der Mathematik aus folgenden Bereichen: Mathematische Grundlagen, Funktionen, Differentialrechnung, Funktionen mehrerer unabhängiger Variablen, Integralrechnung. Teil B: Vermittlung eines Basiswissens grundlegender statistischer Konzepte. Befähigung, statistische Daten auszuwerten und zu interpretieren. Vorstellung grundlegender Konzepte der Statistik: Empirische Verteilungen, Mittelwerte, Streuungsmaße, Wahrscheinlichkeitsrechnung, Zufallsvariable.
Titel der Lehrveranstaltung	**Investition und Finanzierung**
Umfang	2 ECTS, 1,5 SWS
Lage im Curriculum	2. Semester
Lehr- und Lernformen	ILV
Prüfungsmodalitäten	Klausur und/oder Präsentation
Lehrinhalte	Teil A: Grundlagen der Finanz- und Liquiditätssteuerung: 1 Grundbegriffe und Zusammenhänge Bilanz, Gewinn und Liquidität 2 Grundlagen der Finanzplanung 3 Cashflow und Cashflow-Statements Teil B: Investitionsbewertung und -entscheidung: 1 Grundprobleme bei Investitionsentscheidungen und Investitionsrechnungsverfahren im Überblick 2 Kosten-/Gewinnorientierte (statische) Investitionsrechnungsverfahren 3 Cash Flow orientierte (dynamische) Investitionsrechenverfahren 4 Qualitative Investitionsbewertung – Nutzwertanalyse Teil C: Finanzierung 1 Grundlagen und Finanzierungsformen im Überblick 2 Instrumente der Außenfinanzierung 3 Instrumente der Innenfinanzierung 4 Besonderheiten der Gründungsfinanzierung
Titel der Lehrveranstaltung	**Wert(e)orientierte Unternehmenssteuerung**
Umfang	3 ECTS, 2 SWS
Lage im Curriculum	3. Semester
Lehr- und Lernformen	ILV
Prüfungsmodalitäten	Klausur und/oder Studienarbeit
Lehrinhalte	Teil A: Konzepte der „Wertorientierung" in der Unternehmenssteuerung: Begriffliche und inhaltliche Grundlagen eines Wert(e)managements. Teil B:Grundlagen der Unternehmensbewertung: Anlässe, Konzepte und Methoden der internen und externen Unternehmensbewertung, kritische Betrachtung verschiedener Bewertungsansätze und wertorientierter Kennzahlen. Teil C: Entwicklung einer wertorientierten Unternehmensstrategie: 1) Entwicklung einer wertorientierten Unternehmensstrategie: Vision, Erwartungen, Strategieentwicklungsprozess. 2) Analyse und Operationalisierung der Wertsteigerungshebel: a) Wachstum, b) operative Exzellenz, c) Finanz- u. Vermögensstruktur sowie d) Portfoliosteuerung. Teil D: Ermittlung und Steuerung von immateriellen Werttreibern: Bestimmung und Bewertung des immateriellen Kapitals eines Unternehmens, Erstellung einer „Wissensbilanz" („Zukunftscheck Mittelstand"). Teil E: „Vom Wert der Werte": Analyse und Bewertung von „Werten"; Grundlagen eines Wertemanagements.

Finanzwirtschaftliche Unternehmenssteuerung (FUS)

Modulnummer:	**Modultitel:**	**Umfang:**
FUS	**Finanzwirtschaftliche Unternehmenssteuerung**	**7 ECTS**
Studiengang	Unternehmensführung	
Lage im Curriculum	3. und 4. Semester	
Zuordnung zu den Teilgebieten	Finanzielle Unternehmensführung	
Niveaustufe	Einführung	
Vorkenntnisse	BUB, FIN	
Geblockt	Nein	
Kreis d. TeilnehmerInnen	AnfängerInnen / Fortgeschrittene	
Beitrag zu nachfolgenden Modulen	-	
Literaturempfehlungen	Bücher: <u>Kostenrechnung und Kalkulation:</u> Mayr, A. (2012): Grundlagen der finanziellen Unternehmensführung, Band 2: Kosten- und Leistungsrechnung. 2. Aufl., Wien: Linde. Friedl, G.; Hofmann, C.; Pedell, B. (2010): Kostenrechnung: Eine entscheidungsorientierte Einführung. München: Vahlen. Heinhold, M. (2010): Kosten- und Erfolgsrechnung in Fallbeispielen. 5. Aufl., Stuttgart: UTB für Wissenschaft. Lingnau, V.; Hoitsch, H.-J. (2007): Kosten- und Erlösrechnung: Eine controllingorientierte Einführung. 6. Aufl., Frankfurt / Main, New York: Springer. Haberstock, L., Breithecker, V. (2008): Kostenrechnung I: Einführung mit Fragen, Aufgaben, einer Fallstudie und Lösungen. 13. Aufl., Berlin: Erich Schmidt. <u>Controlling:</u> Eisl, C.; Hofer, P.; Losbichler, H. (2012): Grundlagen der finanziellen Unternehmensführung, Band 4: Controlling. 2. Aufl., Wien: Linde. Weber, J.; Schäffer, U. (2014): Einführung in das Controlling. 14. Aufl., Stuttgart: Schäffer-Poeschel. Fischer, D. (2009): Controlling: Balanced Scorecard, Kennzahlen, Prozess- und Risikomanagement. Ein Handbuch für die erfolgreiche Praxis. München: Vahlen. Preißner, A. (2008): Praxiswissen Controlling: Grundlagen - Werkzeuge - Anwendungen. 5. Aufl., München: Hanser. Klett, C.; Pivernetz, M. (2013): Controlling in kleinen und mittleren Unternehmen: Ein Handbuch mit Auswertungen auf der Basis der Finanzbuchhaltung. 5. Aufl., Herne u. Berlin: Neue Wirtschaftsbriefe. Mussnig, W.; Giermaier. G.; Bleyer, M. (2011): Controlling für Führungskräfte: Analysieren – Bewerten - Entscheiden. 2. Aufl., Wien: Linde. Schermann, M.; Volcic, K. (2009): Controlling & Finance kompakt. 2. Aufl., Wien: Linde. <u>Risikomanagement:</u> Romeike, F.; Hager, P. (2013): Erfolgsfaktor Risiko-Management 3.0: Methoden, Beispiele, Checklisten Praxishandbuch für Industrie und Handel. 3. Aufl., Wiesbaden:Gabler. Vanini, U. (2012): Risikomanagement: Grundlagen, Instrumente, Unternehmenspraxis. Stuttgart: Schäffer-Poeschel. Gleißner, W. (2008): Grundlagen des Risikomanagement im Unternehmen. Controlling, Unternehmensstrategie und wertorientiertes Management. 2. Aufl., München: Vahlen. Kramer, J. (2002): Vom Rechnungswesen zum Risikomanagement: aktuelle Fragestellungen im Controlling. München u. Mering: Hampp.	
	Fachzeitschriften: Accounting, Auditing & Accountability Journal, Controller Magazin, Controlling, Controlling & Management Review, Zeitschrift für Management, BC – Zeitschrift für Bilanzierung, Rechnungswesen und Controlling, Zeitschrift für Führung und Organisation, WiSt - Wirtschafts- wissenschaftliches Studium, IRZ - Zeitschrift für	

	Internationale Rechnungslegung, DBW Die Betriebswirtschaft, zfbf - Schmalenbachs Zeitschrift für betriebswirtschaftliche Forschung, Harvard Business Manager. www. controllingportal.de, Zeitschrift Risk, Fraud & Compliance
Kompetenzerwerb	Die Studierenden vertiefen die Grundlagen und Anwendung der finanziellen Unternehmensführung mit den Schwerpunkten Kostenrechnung und Kalkulation, Controlling sowie Risikomanagement <u>Kostenrechnung und Kalkulation:</u> Die Studierenden: 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. <u>Controlling:</u> Die Studierenden: 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 Reporting und können Berichte interpretieren. Können die wesentlichen Teilgebiete und Instrumente des Controllings auch auf die Herausforderungen kleinerer und/oder junger Unternehmen übertragen. <u>Risikomanagement:</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. Verstehen die Grundlagen des Risikocontrollings.
Titel der Lehrveranstaltung	**Kostenrechnung und Kalkulation**
Umfang	2 ECTS, 1,5 SWS
Lage im Curriculum	3. Semester
Lehr- und Lernformen	ILV
Prüfungsmodalitäten	Klausur
Lehrinhalte	Teil A: Grundlagen der Kosten- und Erlösrechnung Aufgaben, Komponenten, Teilbereiche und Systematisierung des Rechnungswesens (ReWe), Beitrag des (internen) ReWe zur Unternehmensführung, Grundbegriffe der Kosten- und Erlösrechnung, Systeme der Kostenrechnung Teil B: Kostenartenrechnung Aufgaben und Grundsätze, Systematisierungskriterien für Kostenarten, Erfassung der wichtigsten Kostenarten: Material, Personal, Steuern etc. Bedeutung kalkulatorischer Kosten Teil C: Kostenstellenrechnung Aufgaben und Grundsätze, Systematisierungskriterien für Kostenstellen, Betriebsabrechnungsbogen (BAB), Verteilung von Gemeinkosten auf Kostenstellen (BAB 1), Innerbetriebliche Leistungsverrechnung (BAB 2), Bildung von Kalkulationssätzen Teil D: Kostenträgerrechnung und Kalkulation: Aufgaben und Inhalte, Kalkulationszeitpunkte und –verfahren, Blick in die Praxis und Übungsaufgaben Teil E: Deckungsbeitragsrechnung: Vollkosten- versus Teilkostenrechnung, Grundlagen der Deckungsbeitragsrechnung, ein- und mehrstufige Deckungsbeitragsrechnung, Wichtige Formen der Teilkostenrechnung
Titel der Lehrveranstaltung	**Controlling**
Umfang	3 ECTS, 2 SWS
Lage im Curriculum	4. Semester
Lehr- und Lernformen	ILV
Prüfungsmodalitäten	Klausur und/oder Präsentation
Lehrinhalte	Teil A: Führungskonzept Controlling Unternehmen und ihre Ziele, Controlling als Grundlage erfolgreicher Unternehmensführung, Strategisches und operatives Controlling, System der integrierten Planungsrechnung, Blick in die Praxis und Übungsbeispiele Teil B: Effiziente Unternehmensplanung und Budgetierung Die Unternehmensplanung als Kernelement des Controllings, Strategische Planung (WH), Operative Jahresplanung & Budgetierung, Mittelfristplanung als Bindeglied zwischen Strategie und Budget, Moderne Planungskonzeptionen, Blick in die Praxis und Übungsbeispiele 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, Blick in die Praxis und Übungsbeispiele Teil D: Controlling für Start-Ups, Kleinunternehmen und KMU (Querschnitt-Thema), Herausforderungen und Konzepte für ein Start-Up Controlling, Controlling-Ansätze für kleine und mittelgroße Unternehmen, Blick in die Praxis und Übungsaufgaben
Titel der Lehrveranstaltung	**Risikomanagement**
Umfang	2 ECTS, 1,5 SWS
Lage im Curriculum	4. Semester

Lehr- und Lernformen	ILV
Prüfungsmodalitäten	Klausur
Lehrinhalte	Teil A: Begriffsabgrenzung Risiko und Risikomanagement Unternehmen und ihre Ziele, Risiko & Risikomanagement, Rahmenbedingungen für ein Risikomanagement, Regelkreis des Risikomanagements, Phasen und Instrumente, Grundlagen des Ratings Teil B: Risiken im Finanzbereich: Direkte Finanzrisiken (Markt und Translationsrisiko), indirekte Finanzrisiken (Kredit-, Ausfall-, Rechts-, Liquiditätsrisiko), Anforderungen an ein RM im Finanzbereich Teil C: Betriebsrisiken/Operationelle Risiken Unternehmensbereichsübergreifende Risiken, Risiken in Ablaufprozessen, Risiken im Mitarbeiterbereich, Anforderungen an ein RM im operationellen Bereich Teil D: Risikodarstellung und Risk Assessment Risikoquantifizierung und Risikomatrix, Risikovorsorge und –abwälzung, Organisation des Risikomanagements

Humanressourcen-orientierte Unternehmensführung (HRU)

Modulnummer:	**Modultitel:**	**Umfang:**
HRU	**Humanressourcen-orientierte Unternehmensführung**	**7 ECTS**
Studiengang	Unternehmensführung	
Lage im Curriculum	2. Semester	
Zuordnung zu den Teilgebieten	Intrapreneurship und Unternehmensführung	
Niveaustufe	Einführung	
Vorkenntnisse	keine	
Geblockt	Nein	
Kreis d. TeilnehmerInnen	AnfängerInnen	
Beitrag zu nachfolgenden Modulen	HRM und BAS	
Literaturempfehlungen	Bücher: <u>Personalmanagement und Organisation:</u> Heimerl, P./ Sichler, R./ Steinkellner, P.(2012): Strategie, Organisation, Personal, Führung Kaudela-Baum/ Nagel, E./ Bürkler, P./ Glanzmann, V.(2011): Führung lernen: Fallstudien zu Führung, Personalmanagement und Organisation Kasper, H./ Mayrhofer, W.(2009): Personalmanagement – Führung – Organisation <u>Organisations- und Personalpsychologie:</u> Felfe, J.(2009): Mitarbeiterführung: Praxis der Personalpsychologie Moser, K. (2007): Wirtschaftspsychologie Nerdinger u.a. (2008): Arbeits- und Organisationspsychologie Werth, L. (2009): Psychologie für die Wirtschaft: Grundlagen und Anwendungen <u>Arbeitsrecht und Arbeitsvertragsgestaltung:</u> Ehmer, H. (2011): Grundzüge des kollektiven Arbeitsrechts Lang, C. (2008): Arbeitsrechtliche Unterschiede zwischen Deutschland und Österreich Marhold, F./ Friedrich, M. (2011): Österreichisches Arbeitsrecht.	
	Fachzeitschriften: Zeitschrift für Personal (ZfP); Academy of Management Journal; Academy of Management Review; Betriebswirtschaftliche Forschung und Praxis; Business Research; Jahrbuch der Wirtschaftswissenschaften; Journal für Betriebswirtschaft; Journal of Business and Economics (JBE); Journal of Economic Behavior and Organization; Journal of Economic Perspectives; Journal of Economic Psychology; Journal of Economics and Management Strategy; Journal of Human Resources;	

	Journal of International Business Studies; Management International Review; Management Science; Organizational Behavior and Human Decision Processes; Organization Science; ZfbF; Small Business Economics; Strategic Management Journal; Zeitschrift für Management
Kompetenzerwerb	<u>Personalmanagement und Organisation:</u> Die Studierenden: 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 Ressource Managements und sind in der Lage, die führungsrelevanten Aufgabenfelder zu gestalten. Kennen die wesentlichen Aufbau- und ablauforganisatorischen Konzepte der Unternehmenspraxis und verstehen den Zusammenhang zwischen Personal- und Organisationsentwicklung. <u>Organisations- und Personalpsychologie:</u> Die Studierenden: 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). <u>Arbeitsrecht und Arbeitsvertragsgestaltung:</u> Die Studierenden: Kennen die Grundzüge, Gemeinsamkeiten und Unterschiede das 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 verfassen.
Titel der Lehrveranstaltung	**Personalmanagement und Organisation**
Umfang	3 ECTS, 2 SWS
Lage im Curriculum	2. Semester
Lehr- und Lernformen	ILV
Prüfungsmodalitäten	Klausur und/oder Hausarbeit
Lehrinhalte	Vermittlung der Grundlagen der Personalwirtschaftslehre und des Personalmanagements (Entwicklungsphasen der Personalwirtschaft, Aufgaben und Träger der Personalarbeit, Personalplanung, Ermittlung des Personalbedarfs, stellengebundene Einflussfaktoren bei der Personaleinsatzplanung, Personalkosten und Kennzahlen, Beteiligungsmodelle, Entgelt- und Vergütungsformen, Entgelterhebung, Formen der Personalbeurteilung, Techniken der Personalauswahl, ausgewählte Motivations- und Führungstheorien, Einführung und Einarbeitung, Fluktuationskosten, Personalentwicklung, Arbeitszeitmodelle). Vermittlung der Grundlagen zur Personalführung (Führungskonzepte und -stile, Verfahren und Methoden der Mitarbeiterführung, Fallbeispiele zum individuellen und teamorientierten Führungsverhalten). Konzepte und Instrumente der Aufbau- und Ablauforganisation. Wechselwirkung zwischen Personal- und Organisationsentwicklung.
Titel der Lehrveranstaltung	**Organisations- und Personalpsychologie**

Umfang	2 ECTS, 2 SWS
Lage im Curriculum	3. Semester
Lehr- und Lernformen	VO
Prüfungsmodalitäten	Klausur
Lehrinhalte	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.
Titel der Lehrveranstaltung	**Arbeitsrecht und Arbeitsvertragsgestaltung**
Umfang	2 ECTS, 1,5 SWS
Lage im Curriculum	2. Semester
Lehr- und Lernformen	ILV
Prüfungsmodalitäten	Klausur
Lehrinhalte	Überblick über verschiedene Unternehmensformen (GmbH, OHG, KG, GesbR, EWIV, Genossenschaft, Stiftung) und ihre Vor- und Nachteile bzgl. Gestaltung von Arbeitsverträgen und Arbeitnehmerrechte: Mitbestimmung, Kündigung und Kündigungsschutz im Vergleich zwischen Österreich und Deutschland.

Internationale Unternehmensführung (INT)

Modulnummer:	**Modultitel:**	**Umfang:**
INT	**Internationale Unternehmensführung**	**5 ECTS**
Studiengang	Unternehmensführung	
Lage im Curriculum	4. Semester	
Zuordnung zu den Teilgebieten	Strategische Unternehmensführung	
Niveaustufe	Vertiefung	
Vorkenntnisse	Module STR, MAR, KUN, GLE	
Geblockt	nein	
Kreis d. TeilnehmerInnen	Fortgeschrittene	
Beitrag zu nachfolgenden Modulen	Voraussetzung für die Module ABM, AAL, AAS und PTR	
Literaturempfehlungen	Bücher: <u>International & Cross Cultural Management:</u> Browaeys, M.-J.; Price, R. (2011): Understanding Cross-Cultural Management, 2nd ed., Essex: Financial Times Prentice Hall. Hofstede, G.; Hofstede, G.M.; Minkov, M. (2010): Cultures and Organizations - Software of the Mind: Intercultural Cooperation and Its Importance for Survival, 3rd ed., New York: Mcgraw-Hill Professional. Hofstede, G.; Hofstede, G. M.; Mayer, P.; Sondermann, M. (2011): Lokales Denken, globales Handeln: Interkulturelle Zusammenarbeit und globales Management, 5. Aufl., München: dtv. Rugman, A. M.; Collinson, S. (2012): International Business, 6th ed., Essex: Pearson Education. Morschett, D.; Schramm-Klein, H.; Zentes, J. (2010): Strategic International Management, 2nd ed., Wiesbaden: Gabler. Rugman, A. M. (2009): The Oxford Handbook of International Business, 2nd ed., New York: Oxford University Press.	

	International Accounting & Finance: Kirsch, H. (2013): Einführung in die internationale Rechnungslegung nach IFRS. 13. Aufl., Herne: NWB. Ernst, D.; Häcker, J. (2011): Applied International Corporate Finance. 2. Aufl., München: Vahlen. Fröhlich, C. (2012): Praxis der Konzernrechnungslegung: In über 400 Beispielen zum Konzernabschluss nach IFRS und UGB. 3. Aufl., Wien: Linde. Pellens, B.; Fülbier, R.U.; Gassen, J. (2004): Internationale Rechnungslegung: IFRS/IAS mit Beispielen und Fallstudie. 5. Aufl., Stuttgart: Schäffer-Poeschel. Buchholz, R. (2004): Internationale Rechnungslegung: Die Vorschriften nach IFRS, HGB und US-GAAP im Vergleich - mit Aufgaben und Lösungen. 4. Aufl., Berlin: Erich Schmidt. Quick, R.; Wolz, M. (2007): Bilanzierung in Fällen: Grundlagen, Aufgaben und Lösungen nach HGB und IFRS. 3. Aufl., Stuttgart: Schäffer-Poeschel. Buchholz, R. (2013): Internationale Rechnungslegung: Die wesentlichen Vorschriften nach IFRS und HGB - mit Aufgaben und Lösungen. 10. Aufl., Berlin: Erich Schmidt.
	Fachzeitschriften: Economic Development and Cultural Change, Management International Review, Management Science, International Journal of Cross-Cultural Management, International Business Review, Harvard Business Review, Administrative Science Quarterly, Training and Development Journal, Organization Studies, Journal of World Business, Journal of Business Strategy, Business Strategy Review, Academy of Management Perspectives, Journal of Management, Strategic Management Journal, Zeitschrift für Betriebswirtschaft, IRZ - Zeitschrift für Internationale Rechnungslegung, DBW Die Betriebswirtschaft, zfbf - Schmalenbachs Zeitschrift für betriebswirtschaftliche Forschung; Review of Financial Studies.
Kompetenzerwerb	International & Cross Cultural Management: Die Studierenden kennen die grundlegenden Strategien und Prozesse der Internationalisierung von Unternehmen. Die Studierenden: Kennen wesentliche Kontextmerkmale von Management- und Führungstätigkeiten. Kennen den Kontext interkultureller Zusammenarbeit. Können strategische Entscheidungen zur Internationalisierung einschätzen und bewerten. International Accounting & Finance: Die Studierenden kennen die Grundlagen der internationalen Rechnungslegung nach IFRS und des Bereiches International Finance mit ausgewählten Entscheidungsfeldern. Die Studierenden: Kennen die wesentlichen Unterschiede und Prinzipien der internationalen Rechnungslegung (IFRS, US-GAAP). Können ausgewählte Bilanzierungssachverhalte beurteilen. Kennen die Grundlagen der Finanzierung in international ausgerichteten Unternehmen. Können (ausgewählte) Entscheidungsfelder, wie internationale Mergers & Acquisitions, IPO's; Private Equity bewerten.
Titel der Lehrveranstaltung	**International & Cross-cultural Management (E)**
Umfang	3 ECTS; 2 SWS
Lage im Curriculum	4. Semester
Lehr- und Lernformen	ILV
Prüfungsmodalitäten	Studienarbeit und/oder Präsentation

Lehrinhalte	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.
Titel der Lehrveranstaltung	**International Accounting & Finance (E)**
Umfang	2 ECTS; 1,5 SWS
Lage im Curriculum	4. Semester
Lehr- und Lernformen	ILV
Prüfungsmodalitäten	Klausur und/oder Studienarbeit
Lehrinhalte	Teil A: International Accounting: Grundlagen der Rechnungslegung nach IFRS und US-GAAP, Betrachtung ausgewählter Bilanzierungssachverhalte (z.B. Equity, Goodwill, Intangible Assets, Research and Development Costs, Non-financial Liabilities u.a.), Analyse von Financial Reports Teil B: International Finance: Grundlagen der Finanzierung in international ausgerichteten Unternehmen, Bewertungstechniken Teil C: Case Studies: z.B. Mergers and Acquisitions, Risk Management, Due Dilligence, Initial Public Offerings, Valuation

Individual- und Sozialkompetenz (ISK)

Modulnummer:	**Modultitel:**	**Umfang:**
ISK	**Individual- und Sozialkompetenz**	**10 ECTS**
Studiengang	Unternehmensführung	
Lage im Curriculum	1., 2. und 3. Semester	
Zuordnung zu den Teilgebieten	Fachübergreifende Qualifikationen	
Niveaustufe	Anfänger	
Vorkenntnisse	Keine	
Geblockt	nein	
Kreis d. TeilnehmerInnen	AnfängerInnen	
Beitrag zu nachfolgenden Modulen	BPR, ABA, AAL, ASS	
Literaturempfehlungen	Bücher: <u>Teamwork, Kommunikation und Präsentation:</u> Bayer, K. (2007): Argument und Argumentation. Logische Grundlagen der Argumentation. Birkenbihl, V. (2010): Redetraining für jeden Anlass - Besser reden, verhandeln, diskutieren. Birkenbihl, V. (2013): Kommunikationstraining: Zwischenmenschliche Beziehungen erfolgreich gestalten. Bührer, D. (2007): Toolbox Business-Kommunikation: Handwerkzeug für eine effiziente Kommunikation. Grass, B./ Ant, M./ Chamberlain, J./ Rörig, H. (2008): Schritt für Schritt zur erfolgreichen Präsentation. Crowther-Alwyn, J. (1997): Business Roles, Cambridge. Crowther-Alwyn, J. (1999): Business Roles 2, Cambridge. Eller, F./ Noelle, O. (2009): Die 7 Schritte zur erfolgreichen Präsentation: Training zu Methoden der Präsentation und Kommunikation- Hertzer, K. (2005): Rhetorik im Job.	

	<u>Konfliktmanagement, Mediation und Verhandlungsführung:</u> Opresnik, M. (2013): Die Geheimnisse erfolgreicher Verhandlungsführung: Besser verhandeln – in jeder Beziehung, Springer Gabler. Rosner, S./ Winheller, A. (2012): Mediation und Verhandlungsführung: Theorie und Praxis der wertschöpfenden Verhandelns. Fisher, R./ Ury, W./ Patton, B/ Egger, U. (2013): Das Harvard-Konzept: Der Klassiker der Verhandlungstechnik, Campus. Bähner, C./ Oboth, M./ Schmidt, J. (2011): Praktische Anleitung und Methoden zur Mediation in Gruppen. Glasl, F. (2013): Konfliktmanagement: Ein Handbuch für Führungskräfte, Beraterinnen und Berater, 11. Auflage. Knapp, P. (Hrsg.) (2012): Konfliktlösungs-Tools: Klärende und deeskalierende Methoden für die Mediations- und Konfliktmanagementpraxis. Trenczek, T./ Berning, D./ Lenz, C. (Hrsg) (2012): Mediation und Konfliktmanagement, Nomos. Dulabaum, N. (2009): Mediation: Das ABC : Die Kunst, in Konflikten erfolgreich zu vermitteln, 5. Auflage, Beltz. Von Hertel, A. (2009): Professionelle Konfliktlösung, Führen mit Mediationskompetenz Hösl, G. (2002): Mediation – die erfolgreiche Konfliktlösung: Grundlagen und praktische Anwendungen, 7. Auflage. Duve, C./ Eidenmüller, H./ Hacke, A. (2011): Mediation in der Wirtschaft: Wege zum professionellen Konfliktmanagement Proksch, S. (2013): Konfliktmanagement im Unternehmen: Mediation und andere Methoden für Konflikt- und Kooperationsmanagement am Arbeitsplatz. <u>Persönlichkeitsentwicklung:</u> Asendorpf, J./ Neyer, F. (2012): Psychologie der Persönlichkeit, 5. Auflage, Springer. Simon, W. (2007): GABALs großer Methodenkoffer. Persönlichkeitsentwicklung. Peeck, S. (2012): Woher kommt die Kraft der Veränderung? Neue Wege zur Persönlichkeitsentwicklung. Merath, S. (2011): Der Weg zum erfolgreichen Unternehmer: Wie Sie und ihr Unternehmen neue Dynamik gewinnen. Engels, M. (2008): Das Geheimnis der erfolgreichen Unternehmerpersönlichkeit: 18 Eigenschaften für mehr Erfolg: Praxisbuch mit Arbeitshilfen und Cecklisten Hansch, D. (2009): Erfolgsprinzip Persönlichkeit: Selbstmanagement mit Psychosynergetik. <u>Projektmanagement:</u> Bohinc, T. (2012): Grundlagen des Projektmanagements: Methoden, Techniken & Tools für Projektleiter, 3. Aufl., Offenbach: Gabal. Ahlemann, F.; Eckl , C. (2013): Strategisches Projektmanagement: Praxisleitfaden, Fallstudien und Trends, Wiesbaden: Springer Gabler. Andler, N. (2013): Tools für Projektmanagement, Workshops und Consulting: Kompendium der wichtigsten Techniken und Methoden, 5. Aufl., Erlangen: Publicis Publishing. Olfert, K. (2014): Kompakttraining Projektmanagement, 9. Aufl., Herne: NWB Verlag. Patzak, G.; Rattay, G. (2008): Projektmanagement: Leitfaden zum Management von Projekten, Projektportfolios und projektorientierten Unternehmen, 5. Aufl., Wien: Linde Verlag. Sterrer, C.; Winkler, G. (2010): Setting Milestones: Projektmanagement Methoden - Prozesse – Hilfsmittel, Berlin: Goldegg Verlag. Kerzner, H. (2006): Project Management: A systems approach to Planning, Scheduling, and Controlling, 9th ed., Hoboken: John Wiley & Sons. Berkun, S. (2008): Making Things Happen: Mastering Project Management, Sebastopol, CA: O'Reilly Media.
	Fachzeitschriften: Gruppendynamik & Organisationsberatung, Project Management Journal, International Journal of Project Management, Journal of Modern Project Management

Kompetenzerwerb	<u>Teamwork, Kommunikation und Präsentation:</u> Die Studierenden: • 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. <u>Konfliktmanagement, Mediation und Verhandlungsführung:</u> Die Studierenden: • 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. <u>Persönlichkeitsentwicklung:</u> Die Studierenden: • Verstehen den Zusammenhang zwischen Kreativität und Erfolg. • Kennen die Grundlagen der Psychosynergetik als Führungskonzept. • Können die Methoden und Techniken des Alltagsmanagements anwenden. • Kennen das Konzept des Personal Mastery. • Kennen die Schlüsselfaktoren erfolgreicher Karriereplanung. • Kennen die Methoden und Techniken der Persönlichkeitsentwicklung. • Sind in der Lage, persönliche Pläne, Ziel und Talente selbstsicher und überzeugend zu präsentieren. • Können ihre eigene Motivation für Führungsaufgaben und ihr Führungsverständnis bestimmen und reflektieren. • Kennen das Rollenspektrum einer Führungskraft. <u>Projektmanagement:</u> Die Studierenden: • 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.
Titel der Lehrveranstaltung	**Teamwork, Kommunikation und Präsentation**
Umfang	3 ECTS; 2 SWS
Lage im Curriculum	1. Semester
Lehr- und Lernformen	ILV
Prüfungsmodalitäten	Präsentation, Postererstellung und/oder Interview
Lehrinhalte	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 wird den Studierenden anhand von Fallstudien und Übungen der Themenbereich der mündlichen und medial gestützten Kommunikation näher gebracht. 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.
Titel der Lehrveranstaltung	**Projektmanagement**
Umfang	2 ECTS; 1,5 SWS
Lage im Curriculum	2. Semester
Lehr- und Lernformen	ILV
Prüfungsmodalitäten	Studienarbeit und/oder Fallstudie
Lehrinhalte	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 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. Konkrete Lehrinhalte: Bedeutung des Projektmanagements Projekteigenschaften Projektdefinition & Abgrenzung 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 MsProject
Titel der Lehrveranstaltung	**Konfliktmanagement, Mediation und Verhandlungsführung**
Umfang	3 ECTS; 2 SWS
Lage im Curriculum	3. Semester
Lehr- und Lernformen	ILV
Prüfungsmodalitäten	Interview, Präsentation und Fallstudien
Lehrinhalte	Teil A: Konfliktmanagement • Kommunikationsmodelle und Konflikttheorien • Phasen der Konfliktbearbeitung • Tools zur Konfliktlösung und -prävention • Fallbezogene Erarbeitung von Konfliktlösungen und Vereinbarungen Teil B: Verhandlungstechniken • Modelle, Strategien und Techniken der Verhandlungen • Verhaltensorientierte Aspekte im Bargaining/Negotiation • Rollenspiele und Fallstudien zu realen Verhandlungssituationen Teil C: Mediation

	• Konflikteskalationsmodelle • Deeskalations- und Dialogtechniken • Methoden der Wirtschaftsmediation • Fallbeispiel zu Phasen des Mediationsverfahrens
Titel der Lehrveranstaltung	**Persönlichkeitsentwicklung**
Umfang	2 ECTS, 1,5 SWS
Lage im Curriculum	4. Semester
Lehr- und Lernformen	ILV
Prüfungsmodalitäten	Interview und Präsentation
Lehrinhalte	Konkrete Lehrinhalte: • Grundlagen und Grundbegriffe zu Führung und Führungserfolg • Führungsmodelle, Führungsstile und Führungspersönlichkeit • Definition und Reflexion des Rollenspektrums einer Führungskraft (Motivator, Coach, Supervision, Mentoring, Personalentwickler) • Führungskräfteentwicklung (Aufbau von Führungsqualitäten, Weiterentwicklungsmöglichkeiten als Führungskraft) • Selbstmanagementtechniken • Moderne Führungsinstrumente (Networking, Teamführung, Management by Objectives, Mitarbeitergespräche, Delegation von Führung, Feedback) • Fallbeispiele und Anwendung der Führungsinstrumente in Gesprächssituationen • Entwicklung persönlicher Zukunftsvisionen (Work-Life-Balance) • Erarbeitung eines Stärken- und Persönlichkeitsprofils

Sprachen (SPR)

Modulnummer:	**Modultitel:**	**Umfang:**
SPR	**Fremdsprachen**	**12 ECTS**
Studiengang	Unternehmensführung	
Lage im Curriculum	1., 2. und 3. Semester	
Zuordnung zu den Teilgebieten	Sozialkompetenz	
Niveaustufe	1. Semester: Englisch B2 (GERS) oder Englisch C1 (GERS) oder Spanisch / Französisch / Italienisch / Russisch / Chinesisch / Arabisch A2, B1 oder B2 je nach Leistungsgruppe 2. Semester: Englisch B2 (GERS) oder Englisch C1 (GERS) oder Spanisch / Französisch / Italienisch / Russisch / Chinesisch / Arabisch A2, B1 oder B2 je nach Leistungsgruppe / 3. Semester: Englisch B2 (GERS) oder Englisch C1 (GERS) oder Spanisch / Französisch / Italienisch / Russisch / Chinesisch / Arabisch A2, B1 oder B2 je nach Leistungsgruppe	
Vorkenntnisse	1. Semester: für "Business English B2": B1 (GERS); für "Business English C1": B2 (GERS); für "Spanisch / Französisch /Italienisch / Russisch / Chinesisch / Arabisch": Englisch mind. B2 (GERS) und mit Ziel A2: keine Vorkenntnisse vorausgesetzt oder mit Ziel B1: Niveau A2 vorausgesetzt oder mit Ziel B2: Niveau B1 vorausgesetzt. 2. Semester: für "Business English B2": B1 (GERS); für "Business English C1": B2 (GERS); für "Spanisch / Französisch / Italienisch / Russisch / Chinesisch / Arabisch": Englisch mind. B2 (GERS) und mit Ziel A2: keine Vorkenntnisse vorausgesetzt oder mit Ziel B1: Niveau A2 vorausgesetzt oder mit Ziel B2: Niveau B1 vorausgesetzt. 3. Semester: Lehrveranstaltung "Fremdsprache II" SPR.2	
Geblockt	Nein	
Kreis d. TeilnehmerInnen	Studierende des 1., 2. und 3. Semesters	
Beitrag zu nachfolgenden Modulen	Verbindung zu in englischer Sprache gehaltenen Lehrveranstaltungen und zum Auslandssemester	
Literaturempfehlungen	**Englisch B2:** B2.1 Kursbuch – nach Vereinbarung; Mascull, B. 2010. Business Vocabulary in Use Intermediate. 2nd ed. Cambridge: Cambridge University Press. Emerson, P. 2010. Business Grammar Builder. 2nd ed. Oxford: Macmillan. Foley, M. and Hall, D. 2012. MyGrammarLab Intermediate B1/B2. Harlow: Pearson. Authentische Materialien, z.B. aus englischsprachigen Zeitschriften (auch Fachzeitschriften), Zeitungen und Webseiten B2.2 Kursbuch – nach Vereinbarung; Mascull, B. 2010. Business Vocabulary in Use Intermediate. 2nd ed. Cambridge: Cambridge University Press. Emerson, P. 2010. Business Grammar Builder. 2nd ed. Oxford: Macmillan. Foley, M. and Hall, D. 2012. MyGrammarLab Intermediate B1/B2. Harlow: Pearson. Authentische Materialien, z.B. aus englischsprachigen Zeitschriften (auch	

	Fachzeitschriften), Zeitungen und Webseiten B2.3 Kursbuch – nach Vereinbarung; Mascull, B. 2010. Business Vocabulary in Use Intermediate. 2nd ed. Cambridge: Cambridge University Press. Emerson, P. 2010. Business Grammar Builder. 2nd ed. Oxford: Macmillan. Foley, M. and Hall, D. 2012. MyGrammarLab Intermediate B1/B2. Harlow: Pearson. Authentische Materialien, z.B. aus englischsprachigen Zeitschriften (auch Fachzeitschriften), Zeitungen und Webseiten ********** **Englisch C1** C1.1 Kursbuch – nach Vereinbarung; Emmerson, P. 2007. Business English Handbook Advanced. Oxford: Macmillian. Mascull, B. 2010. Business Vocabulary in Use Advanced. 2nd ed. Cambridge: Cambridge University Press. Mascull, B. 2010. Business Vocabulary in Use Intermediate. 2nd ed. Cambridge: Cambridge University Press. Hewings, M. 2013. Advanced Grammar in Use. 3rd ed. Cambridge: Cambridge University Press. Foley, M. and Hall, D. 2012. MyGrammarLab Advanced C1/C2. Harlow: Pearson. Authentische Materialien, z.B. aus englischsprachigen Zeitschriften (auch Fachzeitschriften), Zeitungen und Webseiten C1.2 Kursbuch – nach Vereinbarung; Emmerson, P. 2007. Business English Handbook Advanced. Oxford: Macmillian. Mascull, B. 2010. Business Vocabulary in Use Advanced. 2nd ed. Cambridge: Cambridge University Press. Mascull, B. 2010. Business Vocabulary in Use Intermediate. 2nd ed. Cambridge: Cambridge University Press. Hewings, M. 2013. Advanced Grammar in Use. 3rd ed. Cambridge: Cambridge University Press. Foley, M. and Hall, D. 2012. MyGrammarLab Advanced C1/C2. Harlow: Pearson. Authentische Materialien, z.B. aus englischsprachigen Zeitschriften (auch Fachzeitschriften), Zeitungen und Webseiten C1.3 Kursbuch – nach Vereinbarung; Emmerson, P. 2007. Business English Handbook Advanced. Oxford: Macmillian. Mascull, B. 2010. Business Vocabulary in Use Advanced. 2nd ed. Cambridge: Cambridge University Press. Mascull, B. 2010. Business Vocabulary in Use Intermediate. 2nd ed. Cambridge: Cambridge University Press. Hewings, M. 2013. Advanced Grammar in Use. 3rd ed. Cambridge: Cambridge University Press. Foley, M. and Hall, D. 2012. MyGrammarLab Advanced C1/C2. Harlow: Pearson. Authentische Materialien, z.B. aus englischsprachigen Zeitschriften (auch Fachzeitschriften), Zeitungen und Webseiten ********** **Spanisch / Französisch / Italienisch / Russisch / Chinesisch / Arabisch** Spanisch (A2): Martín Peris E./Sans N. (2014) Gente Hoy 1. Kurs- und Arbeitsbuch, Klett/Difusión. Spanisch (B1): Martín Peris E./Sans N. (2014) Gente Hoy 2. Kurs- und Arbeitsbuch, Klett/Difusión. Französisch (A2-B1): Laudut, N. et al. (2008) On y va 1-2, Kurs- und Arbeitsbuch, Hueber Verlag. Französisch (B2): Penfornis, J. (2004) Francais.com, Schüler- und Arbeitsbuch. Cle International.

	Russisch (A2): Skriptum. Italienisch (A2): Fratter I./ Troncarelli C. (2007) Azzurro, Klett. Italienisch (B1) Merklinghaus, R./Toffolo,L. (2008) Azzurro più: Lehr- und Arbeitsbuch, Klett. Chinesisch (A2): Zhang Xiaohui (2006) Chinese for managers, Foreign Languages and Research Press. Arabisch (A2): Osman, N. (2005) Usrati - Lehrbuch für modernes Arabisch, Hueber.
Kompetenzerwerb	**Englisch B2:** Im Rahmen dieses Moduls werden die Studierenden jene englischen Sprachkenntnisse erwerben und Fertigkeiten entwickeln, die für eine wirtschaftsorientierte berufliche Tätigkeit auf dem Niveau B2 (GERS) vonnöten sind. In Bezug auf das Niveau B2 werden Sie lernen: • die Hauptinhalte komplexer Texte zu konkreten und abstrakten Themen sowie Fachdiskussionen im eigenen Fachgebiet zu verstehen; • sich so spontan und fließend verständigen zu können, dass ein normales Gespräch mit Muttersprachlern ohne größere Anstrengung auf beiden Seiten gut möglich ist; • sich zu einem breiten Themenspektrum klar und detailliert auszudrücken, einen Standpunkt zu einer aktuellen Frage zu erläutern und die Vor- und Nachteile verschiedener Möglichkeiten anzugeben. In den drei Kursen zu B2 werden die folgenden Kompetenzen erworben: Business English B2.1 Im Rahmen dieses Kurses werden die Studierenden: - die Sprachkenntnisse und Fertigkeiten des Niveaus B1 festigen; - die Grundlage des Niveaus B2 bilden; - die grundlegenden wirtschaftsorientierten Sprachkenntnissen und Fähigkeiten entwickeln. Business English B2.2 Im Rahmen dieses Kurses werden die Studierenden: - die Sprachkenntnisse und Fertigkeiten des Niveaus B2 vertiefen; - lernen, diese Sprachkenntnisse und Fertigkeiten im mehr komplexen wirtschaftsorientierten Sprachsituationen anzuwenden; - ihr wirtschaftsorientiertes Vokabular und Kenntnisse erweitern. Business English B2.3 Im Rahmen dieses Kurses werden die Studierenden: - die Sprachkenntnisse und Fertigkeiten, die GERS für das Niveau B2 vorsieht, erreichen; - imstande sein, diese in wirtschaftlichen Bereichen erfolgreich und professionell anzuwenden. ********** **Englisch C1** Im Rahmen dieses Moduls werden die Studierenden jene englischen Sprachkenntnisse erwerben und Fertigkeiten entwickeln, die für eine wirtschaftsorientierte berufliche Tätigkeit im internationalen Umfeld auf Niveau C1 (GERS) vonnöten sind. In Bezug auf das Niveau C1 werden sie lernen: • ein breites Spektrum anspruchsvoller, längerer Texte zu verstehen und auch implizite Bedeutungen zu erfassen. • sich spontan und fließend auszudrücken, ohne öfter deutlich erkennbar nach Worten suchen zu müssen. • die Sprache im gesellschaftlichen, beruflichen und akademischen Leben wirksam und flexibel zu gebrauchen. • sich klar, strukturiert und ausführlich zu komplexen Sachverhalten zu äußern und dabei verschiedene Mittel zur Textverknüpfung angemessen zu verwenden.

In den drei Kursen zu C1 werden die folgenden Kompetenzen erworben:

Business English C1.1
Die Studierenden dieses Kurses erwerben:
- vertiefende Sprachkenntnisse und Fertigkeiten des Niveaus B2 festigen;
- die Grundlagkenntnisse des Niveaus C1;
- grundlegende wirtschaftsorientierte Sprachkenntnisse und Fähigkeiten.

Business English C1.2
Die Studierenden
- besitzen vertiefende Sprachkenntnisse und Fertigkeiten des Niveaus C1;
- können diese Sprachkenntnisse und Fertigkeiten im mehr komplexen wirtschaftsorientierten Sprachsituationen anwenden;
- besitzen erweitertes wirtschaftsorientiertes Vokabular und Kenntnisse.

Business English C1.3
Die Studierenden:
- besitzen vollumfänglich die Sprachkenntnisse und Fertigkeiten, die GERS für das Niveau C1 vorsieht.
- sind imstande. diese in wirtschaftlichen Bereichen erfolgreich und professionell anzuwenden.

****
Spanisch / Französisch / Italienisch / Russisch / Chinesisch / Arabisch

Bei einer Darstellung der Kompetenzen, die im Rahmen dieser Kurse zu erwerben sind, muss unterschieden werden, ob die Studierenden zu Beginn ihres Studiums Vorkenntnisse in der ausgewählten Sprache vorweisen können oder nicht. Dementsprechend können unterschiedliche Gruppen organisiert werden, deren Ziele den Kompetenzniveaus des Gemeinsamen Europäischen Referenzrahmens für Sprachen (GERS) entsprechen:

Gruppen mit Ziel A2: Die AbsolventInnen dieses Moduls haben jene Sprachkenntnisse erworben und jene Fertigkeiten entwickelt, die der GERS für das Niveau A2 vorsieht. So können sie u.a.:
- 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).
- mit einfachen Mitteln die eigene Herkunft und Ausbildung, die direkte Umgebung und Dinge im Zusammenhang mit unmittelbaren Bedürfnissen beschreiben.
- sich in einfachen, routinemäßigen Situationen allgemeiner und beruflicher Kontexte verständigen, in denen es um einen einfachen und direkten Austausch von Informationen über vertraute und geläufige Dinge geht.

Gruppen mit Ziel B1: Die AbsolventInnen dieses Moduls haben jene Sprachkenntnisse erworben und jene Fertigkeiten entwickelt, die der GERS für das Niveau B1 vorsieht. So können sie u.a.:
- die Hauptpunkte verstehen, wenn klare Standardsprache verwendet wird und wenn es um vertraute Dinge wie u.a. Arbeit, Bildungsort oder Freizeit geht.
- die meisten Situationen, denen man auf Reisen im Sprachgebiet begegnet, sprachlich und interkulturell bewältigen.
- sich einfach und zusammenhängend über vertraute Themen und persönliche bzw. berufliche Interessengebiete äußern.
- Erfahrungen, Ereignisse, Hoffnungen und Ziele beschreiben.
- zu Plänen und Ansichten kurze Begründungen oder Erklärungen geben.

Gruppen mit Ziel B2: Die AbsolventInnen dieses Moduls haben jene Sprachkenntnisse erworben und jene Fertigkeiten entwickelt, die der GERS für das Niveau B2 vorsieht. So können sie u.a.:
- die Hauptinhalte komplexer Texte zu konkreten und abstrakten Themen sowie Fachdiskussionen im eigenen Fachgebiet verstehen.

	- 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.

Titel der Lehrveranstaltung	**Business English B2.1**
Umfang	4 ECTS
Lage im Curriculum	1. Semester
Lehr- und Lernformen	ILV gestaltet nach kommunikativem, handlungsorientiertem Ansatz
Prüfungsmodalitäten	20 % Mitarbeit und Zwischentest; 10 % Hörverständnis, 10 % Leseverständnis; 10 % Mündlicher Ausdruck; 50 % Schriftliche Abschlussklausur (Grammatik, Wortschatz und schriftliche Produktion)
Lehrinhalte	Im Rahmen dieser Lehrveranstaltung werden die Studierenden die Sprachkenntnisse und Fertigkeiten des Niveaus B1 wiederholen und auf diesen aufbauen, um die von GERS für das Niveau B2 vorgesehene Sprachkompetenz entwickeln zu können. Ein Bezug auf die berufsbedingten Sprachbedürfnisse, die die AbsolventInnen des Studiums haben werden, wird sowohl durch die Einführung in das Vokabular und Themen des Wirtschaftsenglischen, als auch durch die Entwicklung von grundlegenden wirtschaftsorientierten Sprachkenntnissen und Fähigkeiten, gewährleistet. Genauere Angaben zu den Lehrinhalten kann man dem Syllabus auf Moodle entnehmen.
Titel der Lehrveranstaltung	**Business English B2.2**
Umfang	4 ECTS
Lage im Curriculum	2. Semester
Lehr- und Lernformen	ILV gestaltet nach kommunikativem, handlungsorientiertem Ansatz
Prüfungsmodalitäten	20 % Mitarbeit und Zwischentest; 10 % Hörverständnis, 10 % Leseverständnis; 10 % Mündlicher Ausdruck; 50 % Schriftliche Abschlussklausur (Grammatik, Wortschatz und schriftliche Produktion)
Lehrinhalte	Im Rahmen dieser Lehrveranstaltung werden die Studierenden auf den im vorigen Semester erlangten Sprachfähigkeiten und Kenntnissen aufbauen, um ihre Sprachkompetenz auf Niveau B2 weiter zu entwickeln und diese in mehr komplexen wirtschaftsorientierten schriftlichen und mündlichen Sprachsituationen anzuwenden. Die Studierenden werden ihr Wirtschaftsvokabular und Kenntnisse über die relevanten wirtschaftlichen Themen erweitern. Genauere Angaben zu den Lehrinhalten kann man dem Syllabus auf Moodle entnehmen.
Titel der Lehrveranstaltung	**Business English B2.3**
Umfang	4 ECTS
Lage im Curriculum	3. Semester
Lehr- und Lernformen	ILV gestaltet nach kommunikativem, handlungsorientiertem Ansatz
Prüfungsmodalitäten	15 % Mitarbeit und Zwischentest; 15 % Hörverständnis, 15 % Leseverständnis; 15 % Mündlicher Ausdruck; 40 % Schriftliche Abschlussklausur (Grammatik, Wortschatz und schriftliche Produktion), bei Einhaltung folgender Prüfungsdauerangaben:

GERS-Niveau	**Leseverständnis**	**Schriftlicher Ausdruck**	**Hörverständnis**	**Mündlicher Ausdruck**
B2	60 Minuten	60 Minuten	15 Minuten	15 Minuten

Lehrinhalte	Im Rahmen dieser Lehrveranstaltung werden die Studierenden sowohl ihre allgemeinen als auch ihre wirtschaftsorientierten Sprachfähigkeiten und Kenntnissen festigen, um das Niveau B2 zu erreichen und diese Kompetenz in wirtschaftlichen Bereichen erfolgreich und professionell anzuwenden. Genauere Angaben zu den

	Lehrinhalten kann man dem Syllabus auf Moodle entnehmen.

Titel der Lehrveranstaltung	**Business English C1.1**
Umfang	4 ECTS
Lage im Curriculum	1. Semester
Lehr- und Lernformen	ILV gestaltet nach kommunikativem, handlungsorientiertem Ansatz
Prüfungsmodalitäten	Zur Beurteilung dieser ILV wird die Leistung der Studierenden bei den Teilprüfungen (Leseverständnis, Hörverständnis, schriftlicher Ausdruck, mündlicher Ausdruck) und die Mitarbeit berücksichtigt.
Lehrinhalte	Im Rahmen dieser Lehrveranstaltung werden die Studierenden die Sprachkenntnisse und Fertigkeiten des Niveaus B2 wiederholen und auf diesen aufbauen, um die von GERS für das Niveau C1 vorgesehene Sprachkompetenz entwickeln zu können. Ein Bezug auf die berufsbedingten Sprachbedürfnisse, die die AbsolventInnen des Studiums haben werden, wird sowohl durch die Einführung in das Vokabular und Themen des Wirtschaftsenglischen, als auch durch die Entwicklung von grundlegenden wirtschaftsorientierten Sprachkenntnissen und Fähigkeiten, gewährleistet. Genauere Angaben zu den Lehrinhalten kann man dem Syllabus auf Moodle entnehmen.
Titel der Lehrveranstaltung	**Business English C1.2**
Umfang	4 ECTS
Lage im Curriculum	2. Semester
Lehr- und Lernformen	ILV gestaltet nach kommunikativem, handlungsorientiertem Ansatz
Prüfungsmodalitäten	Zur Beurteilung dieser ILV wird die Leistung der Studierenden bei den Teilprüfungen (Leseverständnis, Hörverständnis, schriftlicher Ausdruck, mündlicher Ausdruck) und die Mitarbeit berücksichtigt.
Lehrinhalte	Im Rahmen dieser Lehrveranstaltung werden die Studierenden auf den im vorigen Semester erlangten Sprachfähigkeiten und Kenntnissen aufbauen, um ihre Sprachkompetenz auf Niveau C1 weiter zu entwickeln und diese in mehr komplexen wirtschaftsorientierten schriftlichen und mündlichen Sprachsituationen anzuwenden. Die Studierenden werden ihr Wirtschaftsvokabular und Kenntnisse über die relevanten wirtschaftlichen Themen erweitern. Genauere Angaben zu den Lehrinhalten kann man dem Syllabus auf Moodle entnehmen.
Titel der Lehrveranstaltung	**Business English C1.3**
Umfang	4 ECTS
Lage im Curriculum	3. Semester
Lehr- und Lernformen	ILV gestaltet nach kommunikativem, handlungsorientiertem Ansatz
Prüfungsmodalitäten	Zur Beurteilung dieser ILV werden die Leistung der Studierenden bei den Teilprüfungen (Leseverständnis, Hörverständnis, schriftlicher Ausdruck, mündlicher Ausdruck) und die Mitarbeit berücksichtigt.
Lehrinhalte	Im Rahmen dieser Lehrveranstaltung werden die Studierenden sowohl ihre allgemeinen als auch ihre wirtschaftsorientierten Sprachfähigkeiten und Kenntnissen festigen, um das Niveau C1 zu erreichen und diese Kompetenz in wirtschaftlichen Bereichen erfolgreich und professionell anzuwenden. Genauere Angaben zu den Lehrinhalten kann man dem Syllabus auf Moodle entnehmen.

Titel der Lehrveranstaltung	**Spanisch 1 /Französisch 1 /Italienisch 1 /Russisch 1/Chinesisch 1 /Arabisch 1**
Umfang	4 ECTS
Lage im Curriculum	1. Semester
Lehr- und Lernformen	ILV gestaltet nach kommunikativem, handlungsorientiertem Ansatz
Prüfungsmodalitäten	20 % Mitarbeit und Zwischentest; 10 % Hörverständnis; 10 % Leseverständnis; 10 % Mündlicher Ausdruck; 50 % Schriftliche Abschlussklausur (Grammatik, Wortschatz und schriftliche Produktion).
Lehrinhalte	**Gruppen mit Ziel A2:** Im Rahmen dieser Lehrveranstaltung werden die Studierenden jene Sprachkenntnisse erwerben und jene Fertigkeiten entwickeln, die der GERS für das Niveau A1 vorsieht. Ein Bezug auf die berufsbedingten Sprachbedürfnisse, die die AbsolventInnen des Studiums haben werden, wird durch eine entsprechende Orientierung dieser Inhalte sowie durch die Behandlung ausgewählter Themen gewährleistet. Für genauere Angaben zu den Lehrinhalten siehe das detaillierte Lehrveranstaltungsprogramm auf Moodle. **Gruppen mit Ziel B1:** Im Rahmen dieser Lehrveranstaltung werden die Studierenden Sprachkenntnisse erwerben und Fertigkeiten entwickeln, die der GERS für das Niveau B1 vorsieht. Ein Bezug auf die berufsbedingten Sprachbedürfnisse, die die AbsolventInnen des Studiums haben werden, wird durch eine entsprechende Orientierung dieser Inhalte sowie durch die Behandlung ausgewählter Themen gewährleistet. Für genauere Angaben zu den Lehrinhalten siehe das detaillierte Lehrveranstaltungsprogramm auf Moodle. **Gruppen mit Ziel B2:** Im Rahmen dieser Lehrveranstaltung werden die Studierenden Sprachkenntnisse erwerben und Fertigkeiten entwickeln, die der GERS für das Niveau B2 vorsieht. Ein Bezug auf die berufsbedingten Sprachbedürfnisse, die die AbsolventInnen des Studiums haben werden, wird durch eine entsprechende Orientierung dieser Inhalte sowie durch die Behandlung ausgewählter Themen gewährleistet. Für genauere Angaben zu den Lehrinhalten siehe das detaillierte Lehrveranstaltungsprogramm auf Moodle.
Titel der Lehrveranstaltung	**Spanisch 2 /Französisch 2 /Italienisch 2 /Russisch 2/Chinesisch 2 /Arabisch 2**
Umfang	4 ECTS
Lage im Curriculum	2. Semester
Lehr- und Lernformen	ILV gestaltet nach kommunikativem, handlungsorientiertem Ansatz
Prüfungsmodalitäten	20 % Mitarbeit und Zwischentest; 10 % Hörverständnis; 10 % Leseverständnis; 10 % Mündlicher Ausdruck; 50 % Schriftliche Abschlussklausur (Grammatik, Wortschatz und schriftliche Produktion).

<table>
<tr><td>Lehrinhalte</td><td>Gruppen mit Ziel A2: Im Rahmen dieser Lehrveranstaltung werden die Studierenden aufbauend auf dem Spracherwerb des vorigen Semesters Sprachkenntnisse erwerben und Fertigkeiten entwickeln, die der GERS für das Niveau A2 vorsieht. Ein Bezug auf die berufsbedingten Sprachbedürfnisse, die die AbsolventInnen des Studiums haben werden, wird durch eine entsprechende Orientierung dieser Inhalte sowie durch die Behandlung ausgewählter Themen gewährleistet. Für genauere Angaben zu den Lehrinhalten siehe das detaillierte Lehrveranstaltungsprogramm auf Moodle.

Gruppen mit Ziel B1: Im Rahmen dieser Lehrveranstaltung werden die Studierenden aufbauend auf dem Spracherwerb des vorigen Semesters weitere Sprachkenntnisse erwerben und Fertigkeiten entwickeln, die der GERS für das Niveau B1 vorsieht. Ein Bezug auf die berufsbedingten Sprachbedürfnisse, die die AbsolventInnen des Studiums haben werden, wird durch eine entsprechende Orientierung dieser Inhalte sowie durch die Behandlung ausgewählter Themen gewährleistet. Für genauere Angaben zu den Lehrinhalten siehe das detaillierte Lehrveranstaltungsprogramm auf Moodle.

Gruppen mit Ziel B2: Im Rahmen dieser Lehrveranstaltung werden die Studierenden aufbauend auf dem Spracherwerb des vorigen Semesters weitere Sprachkenntnisse erwerben und Fertigkeiten entwickeln, die der GERS für das Niveau B2 vorsieht. Ein Bezug auf die berufsbedingten Sprachbedürfnisse, die die AbsolventInnen des Studiums haben werden, wird durch eine entsprechende Orientierung dieser Inhalte sowie durch die Behandlung ausgewählter Themen gewährleistet. Für genauere Angaben zu den Lehrinhalten siehe das detaillierte Lehrveranstaltungsprogramm auf Moodle.</td></tr>
<tr><td>Titel der Lehrveranstaltung</td><td>Spanisch 3 /Französisch 3 /Italienisch 3 /Russisch 3/Chinesisch 3 /Arabisch 3</td></tr>
<tr><td>Umfang</td><td>4 ECTS</td></tr>
<tr><td>Lage im Curriculum</td><td>3. Semester bzw. 5. Semester</td></tr>
<tr><td>Lehr- und Lernformen</td><td>ILV gestaltet nach kommunikativem, handlungsorientiertem Ansatz</td></tr>
<tr><td>Prüfungsmodalitäten</td><td>15 % Mitarbeit und Zwischentest; 15 % Hörverständnis; 15 % Leseverständnis; 15 % Mündlicher Ausdruck; 40 % Schriftliche Abschlussklausur (Grammatik, Wortschatz und schriftliche Produktion), bei Einhaltung folgender Prüfungsdauerangaben:
<table>
<tr><th>GERS-Niveau</th><th>Leseverständnis</th><th>Schriftlicher Ausdruck</th><th>Hörverständnis</th><th>Mündlicher Ausdruck</th></tr>
<tr><td>A2</td><td>35 Minuten</td><td>35 Minuten</td><td>10 Minuten</td><td>10 Minuten</td></tr>
<tr><td>B1</td><td>40 Minuten</td><td>40 Minuten</td><td>11 Minuten</td><td>11 Minuten</td></tr>
<tr><td>B2</td><td>60 Minuten</td><td>60 Minuten</td><td>15 Minuten</td><td>15 Minuten</td></tr>
</table></td></tr>
</table>

Lehrinhalte	**Gruppen mit Ziel A2 (Spanisch, Französisch, Italienisch):** Im Rahmen dieser Lehrveranstaltung werden die Studierenden aufbauend auf dem Spracherwerb der 2 vorigen Semester ausreichende Sprachkenntnisse erwerben und Fertigkeiten entwickeln, um das Niveau A2 des GERS zu erreichen. Ein Bezug auf die berufsbedingten Sprachbedürfnisse, die die AbsolventInnen des Studiums haben werden, wird durch eine entsprechende Orientierung dieser Inhalte sowie durch die Behandlung ausgewählter Themen gewährleistet. Für genauere Angaben zu den Lehrinhalten siehe das detaillierte Lehrveranstaltungsprogramm auf Moodle. **Gruppen mit Ziel A2 (Russisch, Chinesisch, Arabisch):** Im Rahmen dieser Lehrveranstaltung werden die Studierenden aufbauend auf dem Spracherwerb der vorigen Semester weitere Sprachkenntnisse erwerben und Fertigkeiten entwickeln, die der GERS für das Niveau A2 vorsieht. Ein Bezug auf die berufsbedingten Sprachbedürfnisse, die die AbsolventInnen des Studiums haben werden, wird durch eine entsprechende Orientierung dieser Inhalte sowie durch die Behandlung ausgewählter Themen gewährleistet. Für genauere Angaben zu den Lehrinhalten siehe das detaillierte Lehrveranstaltungsprogramm auf Moodle. **Gruppen mit Ziel B1 (Spanisch, Französisch, Italienisch):** Im Rahmen dieser Lehrveranstaltung werden die Studierenden aufbauend auf dem Spracherwerb der 2 vorigen Semester ausreichende Sprachkenntnisse erwerben und Fertigkeiten entwickeln, um das Niveau B1 des GERS zu erreichen. Ein Bezug auf die berufsbedingten Sprachbedürfnisse, die die AbsolventInnen des Studiums haben werden, wird durch eine entsprechende Orientierung dieser Inhalte sowie durch die Behandlung ausgewählter Themen gewährleistet. Für genauere Angaben zu den Lehrinhalten siehe das detaillierte Lehrveranstaltungsprogramm auf Moodle. **Gruppen mit Ziel B2 (Spanisch, Französisch, Italienisch):** Im Rahmen dieser Lehrveranstaltung werden die Studierenden aufbauend auf dem Spracherwerb der 2 vorigen Semester ausreichende Sprachkenntnisse erwerben und Fertigkeiten entwickeln, um das Niveau B2 des GERS zu erreichen. Ein Bezug auf die berufsbedingten Sprachbedürfnisse, die die AbsolventInnen des Studiums haben werden, wird durch eine entsprechende Orientierung dieser Inhalte sowie durch die Behandlung ausgewählter Themen gewährleistet. Für genauere Angaben zu den Lehrinhalten siehe das detaillierte Lehrveranstaltungsprogramm auf Moodle.

Praxis-Theorie-Transfer (PTR)

Modulnummer:	**Modultitel:**	**Umfang:**
PTR	**Praxis-Theorie-Transfer**	**8 ECTS**
Studiengang	Unternehmensführung	
Lage im Curriculum	6. Semester	
Zuordnung zu den Teilgebieten	Fachübergreifende Qualifikationen	
Niveaustufe	Anwendung und Reflexion	
Vorkenntnisse	Module aus den Semestern 1-5	
Geblockt	März des jeweiligen 6. Semesters (SS)	
Kreis d. TeilnehmerInnen	Fortgeschrittene	
Beitrag zu nachfolgenden Modulen	Nein	
Literaturempfehlungen	Bücher: <u>Leadership:</u> Behse, H./ Eichenberg, T./ Bruch,H./ Krummaker, S./ Vogel, B. (2012, Hrsg.): Leadership – Best Practices und Trends. Hinterhuber, H. (2003): Leadership, Frankfurter Allgemeine Buch. Hinterhuber; H./ Krauthammer, E. (2005): Leadership – mehr als Management. Rieckmann, H. (2000): Führungskraft und Management Development, Murmann. <u>Change Management:</u> Spector, B. (2013): Implementing organizational change, 3rd ed., Essex: Pearson Education Inc. Black, J. S.; Gregersen, H. (2013): It Starts with One: Changing Individuals Changes Organizations, 3rd ed., Upper Saddle River: Financial Times Press. Todem, R.; Burnes, B. (2013): Organizational change, leadership and ethics: leading organizations towards sustainability, New York: Routledge Taylor & Francis Group. <u>Knowledge Management:</u> Probst, G.; Raub, S.; Romhardt, K. (2000): Managing Knowledge. Building Blocks for Success. Chichester u.a.: Wiley. Probst, G.; Raub, S.; Romhardt, K. (2010): Wissen managen - Wie Unternehmen ihre wertvollste Ressource optimal nutzen. 6. Aufl., Wiesbaden: Gabler. Nonaka, I.; Takecuchi, H. (1995): The Knowledge-creating Company. New York: Oxford University Press. Krogh, G.v.; IChijo, K.; Nonaka, I. (2000): Enabling Knowledge Creation: How to Unlock the Mystery of Tacit Knowledge an Release the Power of Innovation. Oxford: Oxford University Press. Edvinsson, L. (2002): Corporate Longitude: What you need to navigate the knowledge economy. London u.a.: Financial Times/ Prentice Hall. Davenport, T.; Prusak, L. (1998): Working Knowledge: How Organizations Manage what they know. Boston: Harvard Business School Press. Wiig, K. (1995): Knowledge Management Methods: Practical Approaches to Managing Knowledge. Arlington: Schema Press. Pfeffer, J.; Sutton, P. (1999): The Knowing-Doing Gap: How smart companies turn knowledge into action. Boston: Harvard Business School Press. Franken, R.; Franken, S. (2011): Integriertes Wissens- und Innovationsmanagement. Mit Fallstudien und Beispielen aus der Unternehmenspraxis. Wiesbaden: Gabler. North, K. (1998): Wissensorientierte Unternehmensführung: Wertschöpfung durch Wissen. 5. Aufl., Wiesbaden: Gabler. Lehner, F. (2009): Wissensmanagement: Grundlagen, Methoden, technische Unterstützung. 3. Aufl., München: Hanser. Hopfenbeck, W.; Müller, M.; Peisl, T. (2001): Wissensbasiertes Management: Ansätze und Strategien zur Unternehmensführung in der Internet-Ökonomie. Landsberg am Lech: Moderne Industrie.	

	Trends in der Unternehmensführung: Bamberger, I. (2002, Hrsg.): Strategische Unternehmensberatung, Konzeptionen - Prozesse - Methoden, 3. Auflage, Wiesbaden. Eggert, U. (2012): Kursbuch Unternehmensführung 2011: Trends, Fakten, Ideen.
	Fachzeitschriften: Journal of Change Management, OrganisationsEntwicklung, Management Services, Harvard Business Review, Wissensmanagement, Journal of Intellectual Capital, Journal of Knowledge Management, Harvard Business Management; ; Betriebswirtschaftliche Forschung und Praxis; Jahrbuch der Wirtschaftswissenschaften; Journal für Betriebswirtschaft; Journal of International Business Studies; Management Science; Schmalenbachs Zeitschrift für betriebswirtschaftliche Forschung (ZfbF); Small Business Economics; Zeitschrift für Management; Wirtschaftswissenschaftliches Studium (WiSt), Die Betriebswirtschaft (DBW); Journal of Business and Economics (JBE)
Kompetenzerwerb	Leadership: Die Studierenden: 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. Change Management: Die Studierenden: 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. Knowledge Management: 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 sog. „Wissensbilanzen" anwenden. Verstehen die grundlegenden Wissensmanagementprozesse und können Tools und Instrumente für „Knowledge Work" anwenden. Trends in der Unternehmensführung: Die Studierenden: Analysieren und reflektieren aktuelle Modelle, Konzepte und Management-Tools der Unternehmensführung. Sind in der Lage, die modernen Managementinstrumente auf deren Anwendungsintensität bzw. -hemmnisse zu überprüfen, um daraus Handlungsempfehlungen für Unternehmensführungspraxis abzuleiten. Können aktuelle Probleme und Fragestellungen der Unternehmensführung insbesondere im Lichte neuer Entwicklungslinien (Wissensorientierung der Unternehmensführung, Leadership und Change Management) einordnen.
Titel der Lehrveranstaltung	**Leadership (E)**
Umfang	2 ECTS, 1,5 SWS
Lage im Curriculum	6. Semester
Lehr- und Lernformen	ILV
Prüfungsmodalitäten	Klausur und/oder Fallstudie

Lehrinhalte	• 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
Titel der Lehrveranstaltung	**Change Management (E)**
Umfang	2 ECTS; 1,5 SWS
Lage im Curriculum	6. Semester
Lehr- und Lernformen	ILV
Prüfungsmodalitäten	Studienarbeit und/oder Interview, Fallstudie
Lehrinhalte	• Kontinuierliches Veränderungsmanagement • Kontinuierliches Verbesserungsmanagement (KVP)/Kaizen • Instrumente des Change Managements • Individualentwicklung und –veränderung • Teamentwicklung • Organisations- und Personalentwicklung • Unternehmensentwicklung und –veränderung • Erfolgsfaktoren im Veränderungsmanagement • Initiierung, Gestaltung und Implementierung von Veränderungsprozessen • Veränderungscontrolling
Titel der Lehrveranstaltung	**Knowledge Management (E)**
Umfang	2 ECTS, 1,5 SWS
Lage im Curriculum	6. Semester
Lehr- und Lernformen	ILV
Prüfungsmodalitäten	Klausur und/oder Präsentation (Knowledge Market)
Lehrinhalte	• Kennzeichen und Merkmale von Wissensgesellschaften • 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"
Titel der Lehrveranstaltung	**Trends in der Unternehmensführung**
Umfang	2 ECTS, 1,5 SWS
Lage im Curriculum	6. Semester
Lehr- und Lernformen	ILV
Prüfungsmodalitäten	Projekt und Präsentation
Lehrinhalte	• Darstellung, Bewertung und Reflexion zu aktuellen Ausrichtungen und realen Problemstellungen der Unternehmensführungspraxis im nationalen und internationalen Kontext • Ausgewählte Aspekte der Unternehmensführung (z.B. Umweltmanagement, Sicherheitsmanagement, Qualitätsmanagementsysteme)

Auslandswahlfächer im Bereich Business Management (ABM)

Modulnummer:	**Modultitel:**	**Umfang:**
ABM	**Auslandswahlfächer im Bereich Business Management (ABM)**	**16 ECTS**
Studiengang	Unternehmensführung	
Lage im Curriculum	5. Semester	
Zuordnung zu den Teilgebieten	Komplementärkompetenzen	
Niveaustufe	Vertiefung	
Vorkenntnisse	Module des 1.-4. Semesters	
Geblockt	Nein	
Kreis d. TeilnehmerInnen	Fortgeschrittene	
Beitrag zu nachfolgenden Modulen	PTR	
Literaturempfehlungen	Abhängig von der thematischen Ausrichtung der jeweiligen Wahlpflichtfächer.	
Kompetenzerwerb	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	Vertiefung Business Management: Lehrveranstaltungen aus folgenden drei Bereichen: 1. Management (z.B. Strategic Management, Competitive Strategies, Management of Multinational Corporations, Organizational Theory, Corporate Behavior, Corporate Culture, Knowledge Management, Management of Innovations, Business Ethics, Corporate Governance, Managerial Decision Behavior, HRM ...) 2. Marketing (z.B. Advanced Marketing Management, Consumer Behavior, Customer Service Excellence, Global Marketing ...) 3. Accounting / Finance / Controlling (z.B. Financial Management, Portfolio Management, Options and Futures, International Finance ...)	

Auslandswahlfächer im Bereich Area Studies & Languages (AAL)

Modulnummer:	**Modultitel:**	**Umfang:**
AAL	**Auslandswahlfächer im Bereich Area Studies & Languages**	**6 ECTS**
Studiengang	Unternehmensführung	
Lage im Curriculum	5. Semester	
Zuordnung zu den Teilgebieten	Komplementärkompetenzen	
Niveaustufe	Vertiefung	
Vorkenntnisse	Module des 1. – 4. Semesters	
Geblockt	Nein	
Kreis d. TeilnehmerInnen	Fortgeschrittene	
Beitrag zu nachfolgenden Modulen	PTR	
Literaturempfehlungen	Abhängig von der thematischen Ausrichtung der jeweiligen Wahlpflichtfächer.	
Kompetenzerwerb	Die Studierenden sind in der Lage interkulturelle Eigenheiten zu hinterfragen und bedienen sich dabei einer Fremdsprache.	

Lehrinhalte	Vertiefung Area Studies & Languages: Lehrveranstaltungen wie z.B. US and East Asia, Anthropological Perspectives on Culture and Society.

Auslandswahlfächer im Bereich Social Skills (ASS)

Modulnummer:	**Modultitel:**	**Umfang:**
ASS	**Auslandswahlfächer im Bereich Social Skills**	**8 ECTS**
Studiengang	Unternehmensführung	
Lage im Curriculum	5. Semester	
Zuordnung zu den Teilgebieten	Komplementärkompetenzen	
Niveaustufe	Vertiefung	
Vorkenntnisse	Module des 1. – 4. Semesters	
Geblockt	Nein	
Kreis d. TeilnehmerInnen	Fortgeschrittene	
Beitrag zu nachfolgenden Modulen	PTR	
Literaturempfehlungen	Abhängig von der thematischen Ausrichtung der jeweiligen Wahlpflichtfächer.	
Kompetenzerwerb	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	Vertiefung Social Skills: Lehrveranstaltungen wie z.B. Business Communication, Negotiation and Conflict Resolution, International Business Commication, Bargaining Behavior.	

Exemplarische Darstellung möglicher Lehrveranstaltungskombinationen an Partnerhochschulen

Modulnummern:	**Modultitel:**	**Umfang:**
ABM **AAL** **ASS**	**Auslandswahlfächer im Bereich Business Management** **Auslandswahlfächer im Bereich Area Studies & Languages** **Auslandswahlfächer im Bereich Social Skills**	**16 ECTS** **6 ECTS** **8 ECTS** **GESAMT: 30 ECTS**
Eine allgemein gültige Modulbeschreibung für das Auslandssemester kann und soll auf Grund der Vielzahl der Partnerhochschulen sowie der dort gebotenen Wahlmöglichkeiten innerhalb der Wirtschaftswissenschaften nicht definiert werden, um den Freiraum für die Studierenden zu gewährleisten. Studierende unterliegen den jeweiligen Prüfungsmodalitäten an der Partnerhochschule. Im Folgenden werden für drei Partnerhochschulen exemplarisch die Lehrveranstaltungsinhalte dargestellt. Die ausgewählten Beispiele repräsentieren die drei Gruppen der Partnerländer (Industrieländer außerhalb Europas, europäische Länder sowie Entwicklungs- und Schwellenländer).		
Exemplarische Darstellung einer möglichen Lehrveranstaltungskombination an der INHA University, Nam-gu Incheon, Korea		

- **Organizational Behaviour**, Code: BUS2201, Course Description: Organizational behavior is the study of how individuals relate in the workplace, and how group and organizational structures affect individual behavior. Thus, this course emphasizes an experiential approach to the study of individual and group behavior within the context of the organization and as affected by a wide array of emerging organizational realities. It provides current and emerging theoretical and practical knowledge for understanding topics such as leadership, motivation, team process
- **Principles of Marketing**, Code: BUS2501, Course Description: This course is designed to teach the fundamental concepts involved in the marketing function of modern organizations. The focus is given to surveying the breadth of concepts and issues in the marketing of products and services to consumers. This is done in two steps: first, students are taught how to understand the marketing environment and then how to implement successful marketing strategies in such an environment. Student will also have an hands-on approach in applying the concepts learned by
- **Corporate Finance**, Code: BUS3103, Course Description: It will cover topics related with how corporations make financial decisions. We start by explaining what these decisions are and what they are seeking to accomplish. We will handle how corporations issue securities and manage payout policy as well as how corporations make decisions about risk management, Mergers & Acqisitions, and Governance Issues.
- **Business Process Management**, Code: BUS3601, Course Description: Almost organizational innovations have a common point that they essentially include improving business processes, even though the purposes or managerial models for the innovations may be different from each other. In order for students to be a competent leader in an organization, it is important to get understandings and capabilities for improving organizational performance through analyzing and changing organizational processes.
- **Marketing Research**, Code: BUS2502, Course Description: To implement diverse marketing strategy in the competitive business situation, marketers must have relevant data and methods to translate them into meaningful info. As the problems facing the modern firms become more and more complex, marketing managers need research skills for all the marketing DM through his career. In this class, students will learn up-to-date research methodologies including both qualitative and quantitative approaches.

Exemplarische Darstellung einer möglichen Lehrveranstaltungskombination am
Budapest College of Management, Budapest, Ungarn

- **Marketing Research**, Code: MABAREF, Department: Department of Marketing and Communication, Course objective and special aim: To gather information based on secondary research, To prepare primary research plan, To conduct a quantitative research, To use quantitative and qualitative techniques.
- **Business Plan**, Code: KGBUPLF, Department: Department of Economics, Course objective and special aim: the objective of the course to provide the necessary knowledge for preparing business plans for firms, especially small- and medium size enterprises.
- **Corporate Finance**, Code: PSFINAF, Department: Department of Finance and Accounting, Course description, special aims: The main objective of the subject is to provide the students with knowledge and skills on finances and financial management as required in ordinary business schools. The second objective is to give students an overview on the specific features of the indigenous money and capital market and the institutional system in the light of Hungary's accession to the EU.
- **Business Economics**, Code: KGBUECF, Department: Department of Economics, Course objective and special aim: The objective of the course is to provide micro-, macro- and international economic background for business decisions. Besides the theoretical knowledge, the subject contains concepts, methods and connections useful for business practice. The course tries to focus on the effects of the increased openness of the economies and the globalisation.
- **Intercultural Communication**, Code: not mentioned, Department: Department of Marketing and Communication, Course objective and special aim: This course offers a survey of theories and issues related to communication across cultural borders. Intercultural communication is the circumstance in which people from diverse cultural backgrounds are engaged in communication. This can be through interpersonal contacts, speech and nonverbal communication, through international organizations, business contacts. Besides the focus on the study of intercultural communication as a process, the consequences of intercultural communication, such as changing identities and cultural globalization/localization, are also analyzed. This course focuses on the techniques of managing in different cultures. It examines sources of management conflict due to cultural differences in attitudes, values and behaviors. The course aims to develop intercultural awareness and effectiveness in global business context, and the successful implementation of strategy, structure and systems in cross-cultural and multicultural management. The main objective of the course is (1) to develop an understanding of the embedding of communication in culture; (2) to gain insights in the main theories of intercultural communication; (3) to develop an understanding of relevant skills on how to communicate effectively and respectfully in an intercultural context. Students will be able to review literature which is fundamental to achieving an understanding of the cultural problems which arise in international business.

Exemplarische Darstellung einer möglichen Lehrveranstaltungskombination an der
University of Aberdeen, Aberdeen, Großbritannien

- **Accounting and Entrepreneurship**, Code: AC1515, Course Description: This is an introduction to accounting which aims to provide an understanding of how organisations – particularly small and medium sized businesses – capture, create and use accounting information both to guide their activities internally within the management function and to communicate their financial performance and position to external users of the accounts. This course allows students to develop practical and analytical skills through a problem-solving approach to accounting-related aspects of business performance reporting and control, particularly in relation to bookkeeping, accounts preparation, budgeting and management accounting. Assessment consists of weekly tutorial tests (30%) and a 2-hour written examination(70%).
- **Business Strategy & Organisation**, Code: BU5027, Course Description: Business Strategy covers a broad range of topics that come under the general heading of "Business Strategy" / "Strategic Management". The course introduces participants to concepts, frameworks and models that are useful in providing explanations of how companies operate with respect to goal setting, understanding their competitive landscape, assessing opportunities, managing own capabilities, coordinating their activities with other companies, and competing to create value for customers. The course is interactive in nature, applying a learning-by-doing method involving students taking on roles as part of a series of simulation exercises.
- **Project Management**, Code: BU5052, Course Description: This course aims to equip delegates with a detailed understanding of project management techniques and related operations management concepts such as risk and resilience, location, and quality that are important to the energy industries. Included in this are the 3Ps, project roles and governance, scope, the project business case, organisational structures, breakdown structure, scheduling, resource management, earned value management, project leadership and communication.
- **Managing Change and Innovation**, Code: BU5559, Course Description: The concepts of change and innovation have never been more topical, especially given the commercial context of fierce business competition, shorter product life cycles and more demanding customers. Increasingly, long-term commercial success is based on an ability to manage change, to act creatively and to promote innovation. These processes interconnect and overlap and often present major challenges to modern organizations. We address these issues through providing detailed case illustrations ranging from the workplace to the wider business market. Learning is encouraged through interaction, reading, investigation, video and case analysis, and critical discussion.
- **Managing People at Work**, Code: BU5554, Course Description: Whether you are intending to manage other people or be responsible for HR functions in a company, this course is intended for you. You will learn the theories that are the basis for good practice, the skills that are required to put them across and the employment law which governs what we are expected to achieve with our people. This course is run by tutors who have been experienced managers themselves and it will prepare you to pursue a career in management confident and competent to carry out what is expected of you.