Modulhandbuch

Business Administration for Medium-Sized Enterprises - Bachelor's Programme

im Sommersemester 2020

erstellt am 29/03/24

cba100 - Business Processes 4
cba105 - Strategic Management 6
cba110 - Marketing 8
cba115 - Accounting 9
cba120 - Cost Accounting 11
cba125 - Microeconomics 13
cba130 - Macroecomics 15
cba135 - Private Commercial Law 16
cba140 - Labour Law 17
cba145 - Empirical Research and Statistical Analysis 18
cba175 - Organization and Change Management 20
cba180 - Human Resource Management 22
cba185 - Strategic and International Marketing 23
cba190 - Service Marketing and Service Management 24
cba195 - Supply Chain Management 26
cba200 - Leadership and Communication 28
cba205 - Project Management 29
cba210 - Information and Knowledge Management 31
cba215 - Entrepreneurship 33
cba220 - Risk Management 34
cba225 - Financing 36

cba230 - Controlling 38
cba235 - Corporate Law 39
cba240 - Business Taxation 40
cba245 - Business English 41
cba250 - Selected Aspects of Economics 42
cba255 - Scientific Work 43
cba260 - International Management 45
cba285 - Professionalization Module 47
cba290 - Professionalization Module 48
cba295 - Compulsory Elective Module (unspecified) 49
cba503 - Übung: Makroökonomik 50
cba512 - Kommunikation - kompetent, klar und respektvoll 51
cba516 - Übung: Mikroökonomik 52
cba519 - Mathematik für Studierende der Wirtschaftswissenschaften 53
cba522 - Effektiv moderieren 54
cba265 - Social Media Management 55
cba270 - Sustainability management 56
cba275 - Business Ethics 57
cba280 - Digitization in the midmarket 58
cba600 - Innovation management and business model development 60
bam - Bachelor-Modul (Bachelor Thesis inkl. Forschungskolloquium) 62

Pflichtmodule

cba100 - Business Processes

Module label	Business Processes
Modulkürzel	cba100
Credit points	8.0 KP
Workload	240 h (Gesamt: ca. 240 Std. (Selbststudium: ca. 110 Std.; Projektarbeit: ca. 106 Std.; Präsenzphasen: ca. 24 Std.))
Verwendbarkeit des Moduls	• Bachelor's Programme Business Administration for Medium-Sized Enterprises (Bachelor) > Pflichtmodule
Zuständige Personen	• Müller, Martin (module responsibility)
Prerequisites	Keine
Skills to be acquired in this module	Die Teilnehmenden können • Absatz, Beschaffung, Produktion für sich sinnvoll zu unterscheiden, • zu erkennen, wie die einzelnen Stufen des leistungswirtschaftlichen Prozesses miteinander verzahnt sind und von Marktimpulsen gelenkt werden, • die Zielgrößen kennen, die leistungswirtschaftliche Entscheidungen insbesondere im Bereich der Produktion bestimmen, • konkrete Entscheidungsindikatoren (z.B. optimale Losgröße, Bestellmenge) im Rahmen des leistungswirtschaftlichen Prozesses anzuwenden, • den Einfluss neuer Kommunikationstechnologien auf den betrieblichen Leistungsprozess kennen.
Module contents	Dieses Modul führt die Teilnehmenden in den betrieblichen Leistungsprozess – sozusagen in die „reale“ Ebene betrieblichen Handelns – ein. Im Mittelpunkt steht die Frage, mit welchen Handlungen das Unternehmen sein Geld verdient und wie es diese Handlungen so verbessern kann, dass es seinen Gewinn maximiert. Es geht hier u. a. um die Gestaltung von Produkten, um die Umwandlung von Roh- und Hilfsstoffen in diese Produkte sowie die dazugehörigen logistischen Ströme. Die leistungswirtschaftliche Prozesssicht beginnt dabei zunächst mit Marketingentscheidungen, wie Produktmerkmalen, Preisen, Distributionsentscheidungen sowie Kommunikationspolitik (Produktwerbung), weil diese nach Markterfordernissen festgelegt werden. Zum anderen bezieht sie sich auf die nachgelagerten Produktionsentscheidungen, die der Produktion der so definierten Produkte und der Beschaffung der Vorprodukte dienen. Das Modul Unternehmensprozesse verknüpft grundlegende theoretische Zusammenhänge mit konkreten Beispielaufgaben. An den gegebenen Stellen werden die Spezifika von mittelständischen Unternehmen im Produktionsbereich herausgestellt.
Literaturempfehlungen	
Links	
Languages of instruction	
Duration (semesters)	1 Semester
Module frequency	Das Modul wird in einem Turnus von in der Regel zwei Semestern angeboten.
Module capacity	22 (22)
Reference text	Pflichtmodul

Examination	Prüfungszeiten	Type of examination
Final exam of module		G
Form of instruction	Seminar *(* *KOmmentar Modulteil, foobar....*	

	dsfsdfsdfsd *)*
SWS	
Frequency	--
Workload Präsenzzeit	0 h *(* *Pro Woche* *)*

cba105 - Strategic Management

Module label	Strategic Management
Modulkürzel	cba105
Credit points	8.0 KP
Workload	240 h
Verwendbarkeit des Moduls	• Bachelor's Programme Business Administration for Medium-Sized Enterprises (Bachelor) > Pflichtmodule
Zuständige Personen	• Fischer, Dirk (module responsibility)
Prerequisites	Keine
Skills to be acquired in this module	Die Teilnehmenden • haben ein grundlegendes Verständnis der heutigen Herausforderungen des Strategischen Managements von Unternehmen, das sich insbesondere auf die Beziehungen zwischen Unternehmen und Gesellschaft bezieht, • lernen wesentliche Theorien und Methoden des Strategischen Managements kennen und verstehen sowie • sind in der Lage, in Fallstudien die allgemeinen Erkenntnisse der wissenschaftlichen Disziplin des Strategischen Managements zu entdecken und zu entwickeln.
Module contents	Strategie wird in Unternehmen häufig als bloße Verlängerung des operativen Managements auf der Zeitachse betrieben. Zunächst erfolgt die Klärung der Frage „Was ist Strategie?“. Dies erfolgt unter Bezug auf wesentliche Konzepte und Positionen zur Rolle von Strategie für Unternehmen. Im nächsten Schritt geht es um die Geschichte der wissenschaftlichen Disziplin des Strategischen Managements. Hier soll das Verständnis dafür geschärft werden, dass und warum diese Geschichte eine Abkehr von außerordentlich planerischen und zentralistischen Vorstellungen beinhaltet, hin dazu, die Komplexität des strategischen Handelns von Unternehmen im Hinblick auf seine vielfältigen Herausforderungen hinreichend ernst zu nehmen. In zwei weiteren Teilen des Moduls werden wesentliche und praktisch einflussreiche Theorien, Konzepte und Methoden des Strategischen Managements von Unternehmen vermittelt. Insbesondere der marktorientierte Ansatz von Michael Porter und ressourcen- bzw. kompetenzbasierten Ansätze eines wettbewerbsbezogenen strategischen Managements werden diskutiert. Unter den Bedingungen des heutigen strukturellen wie kulturellen Wandels von Wirtschaft und Gesellschaft ist der Wettbewerb zwischen den Unternehmen weit direkter als früher, denn es geht um die Generierung von Zukunftsmärkten. Welche aktive Rolle können die Unternehmen selbst dabei spielen, um ihre Zukunft in Markt und Gesellschaft sicherzustellen? Schließlich werden die gesellschaftlichen Herausforderungen, denen jede Unternehmenspolitik heute ausgesetzt ist, konkretisiert. Die rasch anwachsende Beschäftigung von Unternehmen damit, was für sie Corporate Social Responsibility bedeuten könnte, macht deutlich, wie stark dieses Erfordernis inzwischen in der Unternehmenspraxis angekommen ist. Für die Wahrnehmung dieser gesellschaftlichen Verantwortung von Unternehmen bietet sich eine zukunftsfähige regulative Idee an: die nachhaltige Entwicklung von Wirtschaft und Gesellschaft, die zum inhaltlichen Kern eines zukunftsfähigen Strategischen Managements von Unternehmen werden sollte.
Literaturempfehlungen	
Links	
Languages of instruction	
Duration (semesters)	25 Wochen Semester
Module frequency	Das Modul wird in einem Turnus von in der Regel zwei Semestern angeboten.
Module capacity	22 (22)
Reference text	Pflichtmodul

Examination	Prüfungszeiten	Type of examination
Final exam of module		G
Form of instruction	Seminar (	

	Kommtentar *Mal* *test* *)*
SWS	
Frequency	--

cba110 - Marketing

Module label	Marketing
Modulkürzel	cba110
Credit points	8.0 KP
Workload	240 h (Gesamt: ca. 240 Std. (Selbststudium: ca. 110 Std.; Projektarbeit: ca. 106 Std.; Präsenzphasen: ca. 24 Std.))
Verwendbarkeit des Moduls	• Bachelor's Programme Business Administration for Medium-Sized Enterprises (Bachelor) > Pflichtmodule
Zuständige Personen	• Raabe, Thorsten (module responsibility)
Prerequisites	Keine
Skills to be acquired in this module	Die Teilnehmenden • gewinnen Einblicke in die Denkweise und Aufgaben des Marketings, • beherrschen die Identifikation und Abgrenzung von Märkten, • setzen sich mit einem systematischen Entscheidungsverhalten auseinander, • erkennen neue Entwicklungen im Marketing und • lernen institutionelle Besonderheiten des Marketings kennen.
Module contents	Marketing hat sich von einer betrieblichen Funktion zu einem Leitkonzept der Unternehmensführung entwickelt. Kunden- und Marktorientierung stellen die zentrale Maxime eines ganzheitlichen Managementansatzes dar, der die konsequente Orientierung aller Unternehmenstätigkeiten am "Engpass Markt" fordert. Das Modul Marketing greift die Grundlagen des Marketings im Sinne einer marktorientierten Unternehmensführung auf, indem Philosophie, theoretische Zusammenhänge als auch das notwendige analytische und methodische Wissen verknüpft mit konkreten Beispielaufgaben vermittelt werden. Implikationen für mittlere Unternehmen werden an gegebenen Stellen ebenfalls herausgestellt. Folgende Inhalte werden thematisiert: Marketing-Managementkonzept, verhaltenstheoretische Orientierung und Grundlagen, Marketinginstrumente und Marketing-Mix, Markenpolitik, Institutionelle Marketingansätze.
Literaturempfehlungen	
Links	
Language of instruction	German
Duration (semesters)	1 Semester
Module frequency	Das Modul wird in einem Turnus von in der Regel zwei Semestern angeboten.
Module capacity	22 (22)
Reference text	Dieses Pflichtmodul ist Bestandteil des für Nachwuchs- und Führungskräfte in mittelständischen Unternehmen erforderlichen Grundwissens im Bereich BWL.

Examination	Prüfungszeiten	Type of examination
Final exam of module		G
Form of instruction	Seminar	
Frequency		

cba115 - Accounting

Module label	Accounting
Modulkürzel	cba115
Credit points	8.0 KP
Workload	240 h (Gesamt: ca. 240 Std. (Selbststudium: ca. 110 Std.; Projektarbeit: ca. 106 Std.; Präsenzphasen: ca. 24 Std.))
Verwendbarkeit des Moduls	• Bachelor's Programme Business Administration for Medium-Sized Enterprises (Bachelor) > Pflichtmodule
Zuständige Personen	• Eiselt, Andreas (module responsibility)
Prerequisites	Keine
Skills to be acquired in this module	Die Teilnehmenden • beherrschen das Grundwissen für die Aufstellung von Jahresabschlüssen für Einzelunternehmen und Konzerne • kennen wesentliche Gestaltungsalternativen bei der Abschlusserstellung • beurteilen den Aussagewertes von Abschlüssen • erlangen Handlungs- und Problemlösungskompetenz in Rechnungslegung und Abschlussauswertung.
Module contents	Das betriebliche Rechnungswesen hat die Aufgabe, eine quantitative Abbildung des Unternehmens zu bieten, um so die wirtschaftliche Lage fassbar zu machen. Dazu sind die Unternehmenssachverhalte nach bestimmten Modellregeln abzubilden, wobei zwischen internem und externem Rechnungswesen zu unterscheiden ist. Die externe Rechnungslegung (Bilanzierung) wird dabei wesentlich durch Rechtsnormen geregelt und dient in erster Linie der nach außen gerichteten Information, Rechenschaftslegung und Ausschüttungsbemessung sowie z.T. auch als Grundlage der Steuerbemessung. Hauptanliegen des Moduls Bilanzierung ist, dass die Teilnehmenden eine fundierte Handlungsfähigkeit im Bereich der externen Rechnungslegung erreichen. Daher liegen die besonderen Schwerpunkte auf den Grundzusammenhängen bei Erstellung des Jahresabschlusses (Bilanz-, Gewinn- und Verlustrechnung sowie Anhang), dem Umsetzen der entsprechenden Gesetzestexte und der Beurteilung der Aussagemöglichkeiten und -grenzen von Abschlüssen. Es sind die Grundzüge der Bilanzierung von Einzelunternehmen und von Konzernen zu erarbeiten, wofür folgender Stoffplan zugrunde gelegt wird: • Wesen des Jahresabschlusses • Rechtliche Grundlagen des Jahresabschlusses • Bestandteile des Jahresabschlusses (Bilanz, Gewinn- und Verlustrechnung, Anhang, Finanzflussrechnung, Segmentbericht, Eigenkapitalspiegel) • Ansatz-, Bewertungs- und Ausweisvorschriften nach Handels- und Steuerrecht • Aussage des Jahresabschlusses • Grundzüge der Konzernbilanzierung • Grundzüge der Rechnungslegung nach IFRS und US-GAAP Ein besonderer Schwerpunkt liegt auf der Handlungsorientierung, d.h. hier Arbeiten mit Gesetzestexten und Anwendungsbeispielen.
Literaturempfehlungen	
Links	
Languages of instruction	
Duration (semesters)	22 Wochen Semester
Module frequency	Das Modul wird in einem Turnus von zwei bis drei Semestern angeboten.

Module capacity		22 (22)	
Reference text		Dieses Pflichtmodul ist Bestandteil des für Nachwuchs- und Führungskräfte in mittelständischen Unternehmen erforderlichen Grundwissens im Bereich BWL.	
Examination	Prüfungszeiten		Type of examination
Final exam of module			G
Form of instruction	Seminar		
Frequency			

cba120 - Cost Accounting

Module label	Cost Accounting
Modulkürzel	cba120
Credit points	8.0 KP
Workload	240 h ()
Verwendbarkeit des Moduls	• Bachelor's Programme Business Administration for Medium-Sized Enterprises (Bachelor) > Pflichtmodule
Zuständige Personen	• Eiselt, Andreas (module responsibility)
Prerequisites	Erfolgreiche Absolvierung des Pflichtmoduls „Bilanzierung“.
Skills to be acquired in this module	Die Teilnehmenden • kennen die Grundsystematik einer Kosten- und Leistungsrechnung, • kennen Unterscheidungsmerkmale zwischen externem und internem Rechnungswesen, • kennen den Aufbau einer Kostenarten- und Kostenstellenrechnung mit Betriebsabrechnungsbogen und Interpretation der Ergebnisse, • können im Rahmen der Kostenträgerstückrechnung Kalkulationen erstellen, • beherrschen im Rahmen der Kostenträgerzeitrechnung die Erstellung einer Betriebsergebnisrechnung nach Umsatzkostenverfahren (UKV) und Gesamtkostenverfahren (GKV), • kennen Systeme der Teilkostenrechnung und der Plankostenrechnung, • können Prozesskostenrechnung und Abgrenzung von der traditionellen Kostenrechnung abgrenzen sowie • beherrschen die wissenschaftliche Auseinandersetzung mit Fragen des internen Rechnungswesens und Präsentation ihrer Erarbeitungen.
Module contents	Das betriebliche Rechnungswesen hat die Aufgabe, eine quantitative Abbildung des Unternehmens zu bieten, um die wirtschaftliche Lage fassbar zu machen und relevante Daten für die Steuerung des Unternehmens zu liefern. Dazu sind die Unternehmenssachverhalte nach bestimmten Modellregeln abzubilden, wobei zwischen internem und externem Rechnungswesen zu unterscheiden ist. Hauptanliegen des Moduls Kosten- und Leistungsrechnung ist es, dass die Teilnehmenden eine fundierte Handlungsfähigkeit im Bereich des internen (Management-)Rechnungswesens erreichen. Dafür wird ein grundlegendes Verständnis von Zielsetzung, Vorgehensweise und Methodik des internen Rechnungswesens vermittelt. Es erfolgt eine Darstellung von Wesen und Konzeption der Kosten- und Leistungsrechnung. Des Weiteren werden Kostenarten-, Kostenstellen- und Kostenträgerrechnung sowie Betriebsergebnisrechnung als grundsätzliche Teile einer traditionellen Kosten- und Leistungsrechnung dargestellt und die Unterscheidungen der Kosten- und Leistungsrechnungssysteme zeitbezogen in Ist- und Plankostenrechnung und umfangbezogen in Voll- und Teilkostenrechnung aufgezeigt. Außerdem werden neuere Entwicklungen in der Kosten- und Leistungsrechnung, wie zum Beispiel die Prozesskostenrechnung, erörtert.
Literaturempfehlungen	
Links	
Languages of instruction	
Duration (semesters)	1 Semester
Module frequency	Das Modul wird in einem Turnus von in der Regel zwei Semestern angeboten.
Module capacity	22 (22)
Reference text	Dieses Pflichtmodul ist Bestandteil des für Nachwuchs- und Führungskräfte in mittelständischen Unternehmen erforderlichen Grundwissens im Bereich BWL.

Examination	Prüfungszeiten	Type of examination
Final exam of module		G
Form of instruction	Seminar	

Frequency

cba125 - Microeconomics

Module label	Microeconomics
Modulkürzel	cba125
Credit points	8.0 KP
Workload	240 h (Gesamt: ca. 240 Std. (Selbststudium: ca. 110 Std.; Projektarbeit: ca. 106 Std.; Präsenzphasen:)
Verwendbarkeit des Moduls	• Bachelor's Programme Business Administration for Medium-Sized Enterprises (Bachelor) > Pflichtmodule
Zuständige Personen	• Scheele, Ulrich (module responsibility)
Prerequisites	Keine
Skills to be acquired in this module	Die Teilnehmenden können • Gegenstand, typische Techniken und typische Fragestellungen der Mikroökonomik kennen-, beherrschen bzw. beantworten, • die Bedeutung exogener und endogener Größen verstehen • die Annahme des Optimierungsverhaltens und die Konzentration auf die Gleichgewichtsanalyse einschätzen. Damit sind die Teilnehmenden in der Lage, die Wirkung (einfacher) Änderungen der Rahmenbedingungen auf Marktpreise und -mengen zu verstehen, zu analysieren und zu bewerten.
Module contents	Die Mikroökonomik beschäftigt sich vor allem mit dem Geschehen auf Märkten. Sie versucht Preise und Mengen auf diesen Märkten zu erklären und – jedenfalls teilweise – zu bewerten. Dazu ist es notwendig, das Verhalten der Marktteilnehmenden zu studieren und zu modellieren. Wer bietet Güter (Outputs) an, und wer Produktionsfaktoren (Inputs)? Wie sehen die Fragestellungen aus, aus denen sich die Angebotsentscheidungen ergeben und wie werden diese Entscheidungen gefällt? Die entsprechenden Fragestellungen sind auch für die Nachfrageseite zu untersuchen. Wie sehen die Regeln aus, nach denen auf dem Markt gehandelt wird? Nach welchen Regeln funktionieren Markt- und Planwirtschaft? Welche Rolle spielt der Staat in einer Marktwirtschaft? Wie lässt sich Marktversagen bestimmen und mit welchen Instrumenten kann der Staat eingreifen? Gibt es Regeln, um die Grenzen der Aufgabenübernahme durch den Staat zu bestimmen? Die grundlegenden Zusammenhänge der Mikroökonomik beziehen sich fast alle auf ökonomische Austauschverhältnisse (relative Preise/Kosten) oder auf technische Austauschverhältnisse (Substitutionsraten). In einer Einführung in die Mikroökonomik eignen sich vor allem graphische Verfahren zur Darstellung ökonomischer Zusammenhänge. Voraussetzung für den erfolgreichen Abschluss des Moduls ist deshalb die Bereitschaft, reale Zusammenhänge in abstrahierenden Grafiken darstellen bzw. wiedererkennen zu wollen. Bei der Entwicklung der notwendigen Fähigkeiten werden die Lernmaterialien, die Übungsaufgaben und die Mentoren/innen helfen.
Literaturempfehlungen	
Links	
Languages of instruction	
Duration (semesters)	1 Semester
Module frequency	Das Modul wird in einem Turnus von zwei bis drei Semestern angeboten.
Module capacity	22 (22)
Reference text	Dieses Pflichtmodul ist Bestandteil des für Nachwuchs- und Führungskräfte in mittelständischen Unternehmen erforderlichen Grundwissens im Bereich VWL.

Examination	Prüfungszeiten	Type of examination
Final exam of module		G
Form of instruction	Seminar	

Frequency

cba130 - Macroecomics

Module label	Macroecomics
Modulkürzel	cba130
Credit points	8.0 KP
Workload	240 h
Verwendbarkeit des Moduls	• Bachelor's Programme Business Administration for Medium-Sized Enterprises (Bachelor) > Pflichtmodule
Zuständige Personen	• Trautwein, Hans-Michael (module responsibility)
Prerequisites	Erfolgreiche Absolvierung des Pflichtmoduls Mikroökonomik.
Skills to be acquired in this module	Die Teilnehmenden • erlangen Kenntnis der Entwicklung einer kreislaufanalytischen Perspektive auf die Wechselwirkungen von Preis- und Mengenentwicklungen auf gesamtwirtschaftlich bedeutsamen Märkten, • können die Komplexität internationaler Wirtschaftszusammenhänge durch (aufeinander aufbauende) Grundmodelle reduzieren, • können die Wirkungen von geld- und finanzpolitischen Maßnahmen auf strategische Preise (Zinsen, Wechselkurse) und andere entscheidungsrelevante Größen einschätzen, • können mediale Berichterstattung interpretieren und die Kompetenz von externen Beratern im Hinblick auf gesamtwirtschaftliche Entwicklungen beurteilen.
Module contents	Die Makroökonomik ist neben der Mikroökonomik das zweite Hauptgebiet der Volkswirtschaftslehre. Während die Mikroökonomik vornehmlich das typische Verhalten einzelner Wirtschaftseinheiten und die Funktionsweise einzelner Märkte betrachtet, analysiert die Makroökonomik die Entwicklung des Sozialprodukts, der Inflationsrate, der Arbeitslosenquote und anderer gesamtwirtschaftlicher Größen. Die Entwicklung dieser Größen ergibt sich aus Wechselbeziehungen von nationalen und internationalen Gütermärkten, Finanzmärkten und Arbeitsmärkten, die im Rahmen eines allgemeinen Einnahmen- und Ausgabenkreislaufs bestehen. Der Kreislauf von Zahlungen zwischen Unternehmen und privaten sowie öffentlichen Haushalten im In- und Ausland bildet das analytische Grundgerüst der makroökonomischen Theorie. Dieses Modul baut auf dem Modul Mikroökonomik auf. Die Darstellung der makroökonomischen Modelle erfolgt sowohl in Worten als auch in einfachen Gleichungen und Schaubildern.
Literaturempfehlungen	
Links	
Languages of instruction	
Duration (semesters)	1 Semester
Module frequency	Das Modul wird in einem Turnus von zwei bis drei Semestern angeboten.
Module capacity	unlimited (22)
Reference text	Dieses Pflichtmodul ist Bestandteil des für Nachwuchs- und Führungskräfte in mittelständischen Unternehmen erforderlichen Grundwissens im Bereich VWL.

Examination	Prüfungszeiten	Type of examination
Final exam of module		G
Form of instruction	Seminar	
Frequency		

cba135 - Private Commercial Law

Module label	Private Commercial Law
Modulkürzel	cba135
Credit points	8.0 KP
Workload	240 h
Verwendbarkeit des Moduls	• Bachelor's Programme Business Administration for Medium-Sized Enterprises (Bachelor) > Pflichtmodule
Zuständige Personen	• Rose, Edgar (module responsibility)
Prerequisites	Keine
Skills to be acquired in this module	Die Teilnehmenden sind in der Lage, rechtliche Probleme aus dem Bereich des Wirtschaftsprivatrechts zu erkennen und eigenständig juristisch zu beurteilen. Die Teilnehmenden erwerben die Fähigkeiten, Verträge zu gestalten und haftungsrechtliche Risiken zu erkennen.
Module contents	Das Modul befasst sich mit den zivilrechtlichen Voraussetzungen bzw. Wirkungen wirtschaftlicher Aktivitäten. Es vermittelt neben allgemeinen Rechtskenntnissen die speziellen Kenntnisse des Bürgerlichen Rechts, des Handels- und Gesellschaftsrechts. Zunächst werden die Grundlagen des Bürgerlichen Rechts vermittelt und die juristische Beurteilung von Lebenssachverhalten erlernt. Nach einer Einführung in das Rechtssystem sowie die Rechtsquellen des Privatrechts werden das allgemeine Vertragsrecht und die wichtigsten Vertragstypen mit dem Leistungsstörungsrecht behandelt. In das Delikts- und sonstige Haftungsrecht sowie in das Sachenrecht wird eingeführt. Ein besonderer Schwerpunkt wird auf das Fernabsatzrecht (elektronischer Geschäfts-verkehr) gelegt. Darauf aufbauend werden die Besonderheiten des Handels- und Gesellschaftsrecht näher behandelt, wobei neben den Grundlagen des Rechts für Kaufleute vor allem die Grundstrukturen von Personen- und Kapitalgesellschaften vermittelt werden. Die Vermittlung der Rechtskenntnisse erfolgt in aufeinander aufbauenden Abschnitten, innerhalb derer jeweils nach Abschluss eines Themenschwerpunktes eine Verständnisüberprüfung erfolgt. Am Ende des jeweiligen Abschnittes wird darüber hinaus ein praxisorientierter Sachverhalt dargestellt, dessen juristische Beurteilung mit dem bisher erlangten Wissen erfolgen muss. Die Bearbeitung eines Abschnitts ist außerdem Grundlage und Voraussetzung für das Verständnis des jeweils folgenden Themenabschnittes.
Literaturempfehlungen	
Links	
Languages of instruction	
Duration (semesters)	1 Semester
Module frequency	Das Modul wird in einem Turnus von zwei bis drei Semestern angeboten.
Module capacity	unlimited (22)
Reference text	Dieses Pflichtmodul ist Bestandteil des für Nachwuchs- und Führungskräfte in mittelständischen Unternehmen erforderlichen Grundwissens im Bereich des Rechts.

Examination	Prüfungszeiten	Type of examination
Final exam of module		G
Form of instruction	Seminar	
Frequency		

cba140 - Labour Law

Module label	Labour Law
Modulkürzel	cba140
Credit points	8.0 KP
Workload	240 h (Gesamt: ca. 240 Std. (Selbststudium: ca. 110 Std.; Projektarbeit: ca. 106 Std.; Präsenzphasen:)
Verwendbarkeit des Moduls	• Bachelor's Programme Business Administration for Medium-Sized Enterprises (Bachelor) > Pflichtmodule
Zuständige Personen	• Heinicke, Thomas (module responsibility)
Prerequisites	Keine
Skills to be acquired in this module	Die Teilnehmenden sind in die Grundstruktur des Arbeitsrechts eingeführt und mit praxisrelevanten Materien des Individualarbeitsrechts vertraut. Der Schwerpunkt liegt dabei auf Fragen der Einstellung, der Arbeitsvertragsgestaltung, der Rechte und Pflichten im laufenden Arbeitsverhältnis sowie dem Kündigungsschutzrecht.
Module contents	Das Modul ist der Einführung in das Arbeitsrecht gewidmet. Für zukünftige Führungskräfte in mittelständischen Unternehmen ist es unerlässlich, sich in arbeitsrechtliche Fragestellungen einzuarbeiten, da diese untrennbar mit dem Wirtschaftsleben verbunden sind. Dazu gehört nicht nur die Einordnung des Arbeitsrechts in die Normenhierarchie, sondern auch das Verständnis der Auswirkungen des Verfassungs- und des Europarechts. Beschränkt auf die wesentlichen Fragestellungen und Probleme in den Betrieben reicht das Modul vom Einstellungsverfahren über das Arbeitsvertragsrecht bis hin zu den Beendigungstatbeständen von Kündigung und Aufhebungsvertrag sowie den Grundzügen des Arbeitsgerichtsprozesses. Die gesetzlichen Regelungen werden anhand von kleineren Fällen sowie Wiederholungs- und Vertiefungsfragen erarbeitet. Die Umsetzung gesetzlicher Bestimmungen in den betrieblichen Alltag auf der Basis praxisnaher Fallgestaltungen ermöglicht den Studierenden das Erkennen der Zusammenhänge zwischen ihrer Tätigkeit und der praktischen Relevanz des Arbeitsrechts. Das Modul besteht aus folgenden Elementen: • Grundlagen der Arbeitsrechtsordnung • Bewerbungsgespräch und Einstellungsverfahren • Rechte und Pflichten von Arbeitnehmern und Arbeitgeber • Inhalt und Gestaltung von Arbeitsverträgen • Beendigung von Arbeitsverhältnissen • Kündigungsschutzklage
Literaturempfehlungen	
Links	
Languages of instruction	
Duration (semesters)	22 Semester
Module frequency	Das Modul wird in einem Turnus von zwei bis drei Semestern angeboten.
Module capacity	22 (22)
Reference text	Dieses Pflichtmodul ist Bestandteil des für Nachwuchs- und Führungskräfte in mittelständischen Unternehmen erforderlichen Grundwissens im Bereich des Rechts.

Examination	Prüfungszeiten	Type of examination
Final exam of module		G
Form of instruction	Seminar	
Frequency		

cba145 - Empirical Research and Statistical Analysis

Module label	Empirical Research and Statistical Analysis
Modulkürzel	cba145
Credit points	13.0 KP
Workload	390 h (Gesamt: ca. 390 Std. (Selbststudium: ca. 180 Std.; Projektarbeit: ca. 186 Std.; Präsenzphasen:)
Verwendbarkeit des Moduls	• Bachelor's Programme Business Administration for Medium-Sized Enterprises (Bachelor) > Pflichtmodule
Zuständige Personen	• Röbken, Heinke (module responsibility) • Mitschke, Robert (module responsibility)
Prerequisites	Für die Teilnahme am Modul Qualitative und quantitative Forschungsmethoden ist die erfolgreiche Teilnahme am Modul Grundlagen der Statistik erforderlich.
Skills to be acquired in this module	Die Teilnehmenden • unterscheiden wissenschaftstheoretische Konzepte und deren Auswirkung auf die einzusetzende Methodik, • verstehen wesentlicher Merkmale unterschiedlicher Forschungsdesigns, • wenden die wichtigen Charakteristika verschiedener Erhebungs- und Auswertungsverfahren an, • kennen die Gütekriterien qualitativer und quantitativer Forschung, • beherrschen den adäquaten Einsatz der Verfahren und Methoden in konkreten Informations- und Entscheidungsprozessen, • beherrschen die sachbezogene Präsentation und Interpretation von statistischen Ergebnissen und • beherrschen korrektes statistisches Schließen von der Stichprobe auf die Grundgesamtheit.
Module contents	Dieses Modul führt die Teilnehmenden in die empirische Forschung und statistische Analyse ein. Ziel ist es dabei, ihnen die notwendigen methodischen Kenntnisse zu vermitteln, die in der betrieblichen Praxis, aber auch in den anderen Modulen des Studiengangs sowie in der Bachelorarbeit angewendet werden können. Das Modul setzt sich aus folgenden Teilen zusammen: **Grundlagen der Statistik (5 KP)** Das Online-Modul Grundlagen der Statistik vermittelt das notwendige Handwerkszeug, das für die Durchführung und Auswertung quantitativer Daten benötigt wird. Die Teilnehmenden können mittels der quantitativen Methodik verdichtete Daten und gewonnene Ergebnisse, die in Darstellungen und Tabellen übersetzt wurden, deuten. Sie bearbeiten obligatorische Online-Aufgaben. **Qualitative und quantitative Forschungsmethoden (8 KP)** Das Modul Qualitative und quantitative Forschungsmethoden vermittelt die erforderlichen Kenntnisse und Fertigkeiten im Bereich der Methodenlehre. Es werden die verschiedenen qualitativen (z. Bsp. Einzelfallanalyse, Feldforschung, Aktionsforschung) sowie quantitativen (z. Bsp. schriftliche standardisierte Befragung) Forschungsdesigns dargestellt und sämtliche Methoden der Datenerhebung und -aufbereitung vermittelt sowie diskutiert. Es werden grundlegende empirische Vorgehensweisen und Begriffe erläutert, die für die Projektarbeit essentiell sind. Für die Projektarbeit in diesem Modul entscheiden sich die Teilnehmenden für eine vertiefende Bearbeitung und Anwendung qualitativer oder quantitativer Forschungsmethoden, führen die Erhebung und Auswertung von Daten durch, die für ihren beruflichen Kontext relevant sind. Die Inhalte der zur Anwendung kommenden Forschungsmethoden werden aus konkreten beruflichen Fragestellungen heraus entwickelt.
Literaturempfehlungen	
Links	
Languages of instruction	
Duration (semesters)	1 Semester
Module frequency	Das Modul wird in einem Turnus von zwei bis drei Semestern angeboten.
Module capacity	22 (22

		)
Reference text		Dieses Pflichtmodul ist Bestandteil des für Nachwuchs- und Führungskräfte in mittelständischen Unternehmen erforderlichen Grundwissens im Bereich Wirtschafts- und Sozialforschung.
Examination	Prüfungszeiten	Type of examination
Final exam of module		G
Form of instruction	Seminar (Grundlagen der Statistik)	
SWS		
Frequency	--	

Wahlpflichtmodule

cba175 - Organization and Change Management

Module label	Organization and Change Management
Modulkürzel	cba175
Credit points	8.0 KP
Workload	240 h (Selbststudium: ca. 216 Stunden; (virtuelles) Präsenzstudium: ca. 24 Stunden)
Verwendbarkeit des Moduls	• Bachelor's Programme Business Administration for Medium-Sized Enterprises (Bachelor) > Wahlpflichtmodule
Zuständige Personen	• Prof. Dr. Breisig, Thomas (Carl von Ossietzky Universität Oldenburg) (Prüfungsberechtigt)
Prerequisites	Keine
Skills to be acquired in this module	Die Teilnehmenden erlangen • einen verdichteten Einblick in die zentralen Fragen betrieblicher Organisation • Vertrautheit mit grundlegenden mit praxisorientierten Aspekten der Organisationsgestaltung • Einblick in spezifische Organisationsprobleme in mittleren Unternehmen • Kenntnis theoretischer Grundlagen des Managements von Veränderungen und Transfer in den unternehmerischen Alltag.
Module contents	Das Modul beschäftigt sich mit den grundlegenden Fragen der betrieblichen Organisation und des Veränderungsmanagements. Es soll den Teilnehmenden einen verdichteten Einblick in den Bestand theoretischer und praktischer Erkenntnisse zu diesem Fachgebiet vermitteln. Es besteht aus folgenden grundlegenden und aufeinander aufbauenden Schritten: • Der Begriff "Organisation" • Organisationstheoretische Ansätze • Dimensionen formaler Organisationsstrukturen • Organisationsgestaltung • Organisation in mittleren Unternehmen • Management des Wandels
Literaturempfehlungen	• Breisig, T. (2021): Organisation und Veränderungsmanagement, Studienmaterial. Universität Oldenburg, C3L – Center für lebenslanges Lernen, Oldenburg. Weitere Literatur wird über das eigens für das Modul entwickelte Lernmaterial und im Modulverlauf bekannt gegeben.
Links	https://uol.de/bba-1 (Zeile soll perspektivisch verschwinden, wenn kein Inhalt angegeben.)
Language of instruction	German
Duration (semesters)	1 Semester
Module frequency	Das Modul wird in einem Turnus von drei bis vier Semestern angeboten.
Module capacity	25 Modulplätze; max. 25 Teilnehmende
Reference text	Sofern das Modul im aktuelle Semester stattfindet, lassen sich die Termine dem Anmeldeformular entnehmen.

Examination	Prüfungszeiten	Type of examination
Final exam of module	Die Prüfungsleistung ist innerhalb der dafür festgelegten Frist zu bearbeiten. Die Termine werden von der Prüferin bzw. dem Prüfenden spätestens zu Beginn des jeweiligen Moduls bekannt gegeben.	G

Form of instruction	Seminar *(* *Voraussetzung für die Vergabe von Kreditpunkten:* • *regelmäßige Teilnahme an Online-Diskussionen und Präsenzphasen* • *(Fristgerechtes) bearbeiten der gestellten Online-Aufgaben* • *Bestehen der studienbegleitenden Prüfungsleistung* *)*
SWS	
Frequency	siehe Angebotsrhythmus Modul
Workload Präsenzzeit	0 h *()*

cba180 - Human Resource Management

Module label	Human Resource Management
Modulkürzel	cba180
Credit points	8.0 KP
Workload	240 h
Verwendbarkeit des Moduls	• Bachelor's Programme Business Administration for Medium-Sized Enterprises (Bachelor) > Wahlpflichtmodule
Zuständige Personen	• Breisig, Thomas (module responsibility)
Prerequisites	Keine
Skills to be acquired in this module	Die Teilnehmenden • können den Unterschied zwischen "Faktor Arbeit" und anderen Produktionsfaktoren sowie die Konsequenzen beschreiben, • haben einen Einblick in den Stand der Theoriebildung im Fach HRM/Personalwesen, • können personalwirtschaftliche Konsequenzen eines gesellschaftlichen Wertewandels einschätzen, • können Grundlagen und Bedeutung von Zielvereinbarungen und Steuerungsinstrumenten beschreiben und kritisch würdigen, • können die Rolle der Personalplanung im betriebswirtschaftlichen Planungszusammenhang einschätzen und Funktionsbereiche unterscheiden, • kennen verschiedene Instrumente zur Personalauswahl und können diese einschätzen und einsetzen, • können eine grundlegende Begriffsklärung von Personalentwicklung nachvollziehen und weitere, aus heutiger Sicht konstitutive Merkmale des Verständnisses von Personalentwicklung erfassen.
Module contents	Das Erkenntnisobjekt des Human Resource Managements (HRM) bzw. des Personalwesens besteht im Kern darin, das Leistungsverhalten des arbeitenden Menschen in wirtschaftlichen Organisationen zu erklären und es prognostizierbar und steuerbar zu machen. Dabei geht es um das Potenzial "lebendiger" Menschen und vor diesem besonderen Hintergrund wird in diesem Modul den Studierenden ein Einblick in den Bestand an theoretischen und praktischen Erkenntnissen zum HRM gegeben. Neben den begrifflich-theoretischen Grundlagen und den Besonderheiten des HRM beschäftigt sich das Modul mit Handlungsfeldern des Personalwesens. Dabei wird einer gewissen Input-Throughput-Output-Logik gefolgt (Personalplanung, Beschaffung und Integration von Mitarbeitenden, ihren Einsatz zur Erreichung der Betriebszwecke bis hin zur Freistellung und zur Aufhebung des Arbeitsverhältnisses). Folgende Themen werden bearbeitet: Gegenstand, Erkenntnisinteresse(n) und theoretische Grundlagen des HRM, Personalwesen in KMU, Rahmenbedingungen (Arbeitsmarkt, gesellschaftliche Werte, rechtliche Einflüsse), Steuerung durch Ziele und Zielvereinbarungen, Personalplanung, Personalbeschaffung, -auswahl, -entwicklung und -freisetzung.
Literaturempfehlungen	
Links	
Languages of instruction	
Duration (semesters)	1 Semester
Module frequency	Das Modul wird in einem Turnus von drei bis vier Semestern angeboten.
Module capacity	unlimited (22)
Reference text	Dieses Wahlpflichtmodul unterstützt die Entwicklung eines Führungsprofils "Management".

Examination	Prüfungszeiten	Type of examination
Final exam of module		G
Form of instruction	Seminar	
Frequency		

cba185 - Strategic and International Marketing

Module label	Strategic and International Marketing
Modulkürzel	cba185
Credit points	8.0 KP
Workload	240 h
Verwendbarkeit des Moduls	• Bachelor's Programme Business Administration for Medium-Sized Enterprises (Bachelor) > Wahlpflichtmodule
Zuständige Personen	• Raabe, Thorsten (module responsibility)
Prerequisites	Erfolgreiche Absolvierung des Pflichtmoduls Marketing.
Skills to be acquired in this module	Die Teilnehmenden sollen • den systematischen Aufbau der strategischen Unternehmens- und Marketingplanung sowie Methoden zur Analyse und Strategiefindung und mögliche Gestaltungsprobleme erlernen sowie • für die typischen Problemfelder im internationalen Marketing sensibilisiert werden und in die Lage versetzt werden, anhand sinnvoller Informationsgrundlagen angemessene Strategien und Instrumente der internationalen Marktbearbeitung anzuwenden.
Module contents	Strategische Entscheidungen beziehen sich auf das langfristige Verhalten von Unternehmen. In Zeiten von dynamischen und komplexen Umweltverhältnissen ist die strategische Planung zum einen schwieriger, zum anderen aber auch wichtiger gewor-den. Während auf übergeordneter Ebene der Unternehmensplanung strategische Entscheidungen für das ganze Unternehmen getroffen werden, beschäftigt sich das strategische Marketing z. B. mit den strategischen Geschäftseinheiten, geeigneten Pro-dukt-Markt-Kombinationen und der Optimierung des Ressourceneinsatzes. Angesichts der fortschreitenden Globalisierung der Wirtschaften nimmt auch die Bedeutung von international ausgerichtetem Marketing als spezielle Ausprägung strategischer Marketingplanung zu. Unternehmen können nur dann auf fremden Märkten erfolgreich sein, wenn strategische und operative Entscheidungen gezielt anhand der Spezifika des jeweiligen Marktes (Ökono-mie, Kultur, Kaufverhalten etc.) getroffen werden. In diesem Modul werden zunächst die wichtigsten Entscheidungstatbestände des strategischen Analyse- und Planungsprozes-ses thematisiert. Die gängigen Modelle und Konzepte werden erläutert und anwendungsorientiert beurteilt. Im Rahmen der internationalen Marktbearbeitung erfolgt eine Vorstellung ausgewählter Analysemethoden, Ziele und Strategien. Folgende Inhalte werden thematisiert: • Marketingorientierte Umweltanalyse • Strategische Geschäftsfeldplanung • Ableitung zielorientierter Strategien • Problemfelder im internationalen Marketing • Kontextorientierte Strategien im internationalen Marketing.
Literaturempfehlungen	
Links	
Languages of instruction	
Duration (semesters)	1 Semester
Module frequency	Das Modul wird in einem Turnus von drei bis vier Semestern angeboten.
Module capacity	unlimited (22)
Reference text	Dieses Wahlpflichtmodul unterstützt die Entwicklung eines Führungsprofils "Management".

Examination	Prüfungszeiten	Type of examination
Final exam of module		G
Form of instruction	Seminar	
Frequency		

cba190 - Service Marketing and Service Management

Module label	Service Marketing and Service Management
Modulkürzel	cba190
Credit points	8.0 KP
Workload	240 h
Verwendbarkeit des Moduls	• Bachelor's Programme Business Administration for Medium-Sized Enterprises (Bachelor) > Wahlpflichtmodule
Zuständige Personen	• Raabe, Thorsten (module responsibility)
Prerequisites	Erfolgreiche Absolvierung des Pflichtmoduls Marketing.
Skills to be acquired in this module	Das Modul soll den Teilnehmenden ermöglichen, • die Spezifika von Dienstleistungen zu benennen und die Besonderheiten bei deren Vermarktung zu reflektieren, • die zunehmende Wettbewerbsrelevanz auch von Serviceleistungen aufzeigen zu können, • die Grundlagen des Qualitätsmanagements für Dienstleistungen anzuwenden sowie • den Marketingplanungsprozess auf Service- und Dienstleistungen transferieren zu können.
Module contents	Dienstleistungen gewinnen im Wirtschaftsgeschehen zunehmend an Bedeutung: So erleben wir auf der einen Seite einen Strukturwandel hin zu Dienstleistungen („Weg in die Dienstleistungsgesellschaft und -wirtschaft“), auf der anderen Seite nimmt die Zahl der Sachleistungsunternehmen zu, die sich durch zusätzlich angebotene Serviceleistungen von ihren Wettbewerbern abgrenzen wollen. Der Dienstleistungscharakter dieser Zusatzleistungen erlaubt, das Management von Serviceleistungen ebenfalls aus dienstleistungstheoretischer Sicht zu reflektieren. Ein eigenständiges Marketing für Dienstleistungen lässt sich vor allem aufgrund von konstitutiven Merkmalen begründen, die Dienst- gegenüber Sachleistungen abgrenzen. Diese Besonderheiten haben erhebliche Konsequenzen für das Kundenverhalten und damit für den Einsatz von Marketinginstrumenten. Das Modul beschäftigt sich zunächst mit den Grundlagen der Dienstleistungstheorie. Hierbei wird u.a. eine Abgrenzung zu Sachgütern vorgenommen und (primäre) Dienstleistungen werden von (zusätzlichen) Serviceleistungen unterschieden. Auf dieser Basis lassen sich Besonderheiten im Käuferverhalten bei Dienstleistungen darstellen. Einen Schwerpunkt des Moduls bildet die Betrachtung der Dienstleistungsqualität. Hier werden u.a. Ansätze zur Qualitätsmessung und die Grundlagen eines spezifischen Qualitätsmanagements für Dienstleistungen vorgestellt. Auch der aus den vorherigen Modulen bekannte Marketingplanungsprozess (strategische und operative Marketingplanung) wird hier aufgegriffen und im Hinblick auf das Marketing für Dienstleistungen konkretisiert. Das Modul richtet sich somit nicht nur an diejenigen, die direkt aus dem Dienstleistungsbereich kommen, sondern an alle, die in serviceorientierten Märkten arbeiten. Die Ausführungen orientieren sich an der Marktsituation von KMU. Dabei werden sowohl investive Dienstleistungen als auch der B2C-Markt angesprochen.
Literaturempfehlungen	
Links	
Languages of instruction	
Duration (semesters)	25 Wochen Semester
Module frequency	Das Modul wird in einem Turnus von drei bis vier Semestern angeboten.
Module capacity	unlimited (22)
Reference text	Dieses Wahlpflichtmodul unterstützt die Entwicklung eines Führungsprofils "Management".

Examination	Prüfungszeiten	Type of examination
Final exam of module		G
Form of instruction	Seminar	
Frequency		

cba195 - Supply Chain Management

Module label	Supply Chain Management
Modulkürzel	cba195
Credit points	8.0 KP
Workload	240 h (Gesamt: ca. 240 Std. (Selbststudium: ca. 110 Std.; Projektarbeit: ca. 106 Std.; Präsenzphasen:)
Verwendbarkeit des Moduls	• Bachelor's Programme Business Administration for Medium-Sized Enterprises (Bachelor) > Wahlpflichtmodule
Zuständige Personen	• Müller, Martin (module responsibility)
Prerequisites	• Erfolgreiche Absolvierung des Pflichtmoduls Unternehmensprozesse.
Skills to be acquired in this module	Durch die Bearbeitung des Moduls können die Teilnehmenden • verschiedene Ausprägungen des Supply Chain Managements unterscheiden und von anderen Ansätzen abgrenzen, • Supply Chain Management als Management von Material- und Informationsflüssen und von Kooperationen charakterisieren können und entsprechende Konzepte zuordnen, • Zielgrößen und Grundprinzipien des Supply Chain Managements benennen sowie mit strategischen Entscheidungen im Supply Chain Management verknüpfen, • die verschiedenen Phasen der Gestaltung und des Managements von Wertschöpfungsketten anwenden, durch die Kooperationen sowie Material- und Informationsflüsse gestaltet werden, • die Bedeutung von Informationstechnologien und modernen Managementkonzepten für das Supply Chain Management kennen lernen.
Module contents	Dieses Modul führt die Teilnehmenden in das Management von Wertschöpfungsketten ein. Im globalen Wettbewerb eröffnen sich neue Chancen durch die Kooperation von Unternehmen entlang von Wertschöpfungsketten, die damit als Einheit für Analyse und Optimierung gewählt werden müssen. Im Modul werden die einzelnen Phasen eines Supply Chain Managements diskutiert. Dabei liegt ein Schwerpunkt auf der Sichtweise fokaler Unternehmen, die die Wertschöpfungskette gestalten. Zuerst werden die wesentlichen Entscheidungen getroffen, welche Produkte angeboten werden und welche Lieferanten dafür notwendig sind. Im zweiten Schritt folgt das Produktdesign in der Wertschöpfungskette, dem die Gestaltung des Produktionsnetzwerkes folgt. Schließlich geht die Prozessoptimierung in der Wertschöpfungskette darauf ein, wie bereits bestehende Ketten optimiert werden können. Theoretische Grundlagen des Supply Chain Managements finden sich im Produktions- und Logistikmanagement sowie in Organisationstheorien, insbesondere dem Transaktionskostenansatz. Auf dieser Basis erarbeitet das Modul das Themenfeld, so dass die Studierenden in die Lage versetzt werden, die Einbindung eines Unternehmens in verschiedene Wertschöpfungsketten zu analysieren. Dafür sind Rückgriffe z.B. auf das Modul Unternehmensprozesse nötig, da Supply Chain Management eng an den betrieblichen Leistungsprozess anschließt.
Literaturempfehlungen	
Links	
Languages of instruction	
Duration (semesters)	1 Semester
Module frequency	Das Modul wird in einem Turnus von drei bis vier Semestern angeboten.

Module capacity		22 (22)	
Reference text		Dieses Wahlpflichtmodul unterstützt die Entwicklung eines Führungsprofils "Management".	
Examination	Prüfungszeiten		Type of examination
Final exam of module			G
Form of instruction	Seminar		
Frequency			

cba200 - Leadership and Communication

Module label	Leadership and Communication
Modulkürzel	cba200
Credit points	8.0 KP
Workload	240 h
Verwendbarkeit des Moduls	• Bachelor's Programme Business Administration for Medium-Sized Enterprises (Bachelor) > Wahlpflichtmodule
Zuständige Personen	• Karczmarzyk, André (module responsibility)
Prerequisites	Keine
Skills to be acquired in this module	Die Teilnehmenden können • die Begriffe der Führung und Kommunikation definieren, • die Basisannahmen der vorgestellten Führungs- und Kommunikationstheorien beschreiben und voneinander abgrenzen, • die Stärken und Schwächen der vorgestellten Konzepte nennen, • verschiedene Führungs- und Kommunikationsinstrumente kennen lernen, • wissen, weshalb Führungs- und Kommunikationsdefizite entstehen und wie damit umgegangen werden kann, • wissen, dass in KMU andere Führungs- und Kommunikationsbedingungen vorliegen als bei Großunternehmen und die Hintergründe hierfür identifizieren, • ihr eigenes Führungs- und Kommunikationsverhalten theoretisch reflektieren.
Module contents	Führung und Kommunikation sind zwei Bereiche, die unabhängig von spezifischen Unternehmensgrößen und -typen gelten. Insbesondere begriffliche und konzeptionelle Grundlagen der Führungs- und Kommunikationsforschung haben übergeordneten und allgemeingültigen Charakter. Vor diesem Hintergrundwissen lassen sich jedoch Unterschiede zwischen kleinen und mittelständischen Unternehmen (KMU) und Großunternehmen entdecken. Denn nicht alles, was die Literatur anbietet, lässt sich von Großunternehmen 1:1 auf KMU übertragen. In dem Modul wird deshalb an geeigneten Stellen der Blick auf die besonderen Bedingungen für Führung und Kommunikation in mittelständischen Unternehmen gerichtet. Der erste Teil des Moduls beschäftigt sich mit dem Bereich "Führung", der zweite mit dem Bereich "Kommunikation". Zunächst wird jeweils in die begrifflichen und konzeptionellen Grundlagen eingeführt. Ziel ist es, verschiedene theoretische Zugänge für Fragen der Führung und der Kommunikation kennen zu lernen und ihre Implikationen für die Praxis herauszuarbeiten. Hierfür wird vor allem auf Standardwerke zurückgegriffen, die mit Literatur zu spezifischen Problemstellungen angereichert werden. Darauf aufbauend werden neuere Entwicklungen auf beiden Forschungsgebieten vorgestellt (z. B. das Konzept der emotionalen Intelligenz). Für beide Bereiche werden abschließend Probleme (Führungs- und Kommuni-kationsdefizite) identifiziert und Lösungsoptionen diskutiert.
Literaturempfehlungen	
Links	
Languages of instruction	
Duration (semesters)	1 Semester
Module frequency	Das Modul wird in einem Turnus von drei bis vier Semestern angeboten.
Module capacity	unlimited (22)
Reference text	Dieses Wahlpflichtmodul unterstützt die Entwicklung eines Führungsprofils "Management".

Examination	Prüfungszeiten	Type of examination
Final exam of module		G
Form of instruction	Seminar	
Frequency		

cba205 - Project Management

Module label	Project Management
Modulkürzel	cba205
Credit points	8.0 KP
Workload	240 h (Gesamt: ca. 240 Std. (Selbststudium: ca. 110 Std.; Projektarbeit: ca. 106 Std.; Präsenzphasen: ca. 24 Std.))
Verwendbarkeit des Moduls	• Bachelor's Programme Business Administration for Medium-Sized Enterprises (Bachelor) > Wahlpflichtmodule
Zuständige Personen	• Fischer, Frank (module responsibility)
Prerequisites	Keine
Skills to be acquired in this module	Durch die Bearbeitung des Moduls können die Teilnehmenden • sich mit der Bedeutung und den Implikationen des Projektbegriffs vertraut machen, • Kenntnisse der systemtheoretischen Ansätze für Projektmanagement gewinnen, • Kenntnis der Projektphasen und des Projektlebenszyklus erlangen, • Kenntnis möglicher Projekterfolgs- und Misserfolgskriterien sowie die Fähigkeit zur Erarbeitung entsprechender Strategien/Vorgehensweisen zur erfolgreichen Arbeit in eigenen Projekten bekommen, • aussagekräftiger Projektziele formulieren, • Vorgehensmodelle für die Projektplanung, -steuerung und -überwachung erstellen, • geeignete Instrumente zur Unterstützung der Projektvorbereitung, Projektplanung, Projektdurchführung und des Projektabschlusses auswählen und einsetzen sowie • Projektrisiken einschätzen und geeignete Präventiv-Maßnahmen aufstellen.
Module contents	Der höhere Wettbewerbsdruck und die zunehmende Komplexität der Außenwelt lassen Projektmanagement auch für mittelständische Unternehmen zu einem wichtigen Führungskonzept werden. Die überschaubare Größe dieser Unternehmen und die damit verbundene Möglichkeit, sich schnell und flexibel auf neue herausfordernde Situationen einzustellen, bietet eine hervorragende Ausgangsbasis für den Einsatz von Projektmanagement-Prinzipien und -Methoden. Das Modul thematisiert den Projektbegriff und dessen Transfer in das Umfeld von Projekten in mittelständischen Unternehmen. Es befasst sich mit der Frage, wie Projekte vorbereitet werden. Die Teilnehmenden lernen, das Projektumfeld zu analysieren sowie eindeutige Ziele des Projekts festzulegen. Sie lernen die typischen Phasen eines Projekts kennen und können Erfolgs- und Misserfolgskriterien für den Projektablauf entwickeln. Es werden Möglichkeiten zur Strukturierung des Projekts, zu Ablauf- und Terminmanagement sowie zu den Einsatzmitteln und der Kostenplanung aufgezeigt. Darüber hinaus werden soziale Strukturen, Teamentwicklung und spezielle Kommunikationssituationen thematisiert. Begleitend zu den theoretischen Themen erarbeiten die Teilnehmenden anhand eines konkreten Praxisprojektes Methoden und Werkzeuge mit direktem Bezug zu ihrem Arbeitsgebiet, wie z. B. Projektorganisations-Diagramme, Stakeholderanalysen, Projektsteckbriefe, Projektstrukturpläne, Projekttermin- und -ablaufplan, Projektcontrolling-Arbeitsblatt, Vorlagen für die Projektorganisation.
Literaturempfehlungen	
Links	
Languages of instruction	
Duration (semesters)	1 Semester
Module frequency	Das Modul wird in einem Turnus von drei bis vier Semestern angeboten.
Module capacity	unlimited (22)
Reference text	Dieses Wahlpflichtmodul unterstützt die Entwicklung eines Führungsprofils

"Management".

Examination	Prüfungszeiten	Type of examination
Final exam of module		G
Form of instruction	Seminar	
Frequency		

cba210 - Information and Knowledge Management

Module label	Information and Knowledge Management
Modulkürzel	cba210
Credit points	8.0 KP
Workload	240 h
Verwendbarkeit des Moduls	• Bachelor's Programme Business Administration for Medium-Sized Enterprises (Bachelor) > Wahlpflichtmodule
Zuständige Personen	• Zimmer, Marco (module responsibility)
Prerequisites	Keine
Skills to be acquired in this module	Die Teilnehmenden • können Informations- und Wissensmanagement unterscheiden, • lernen die Grundbegriffe des Informationsmanagement und z. T. auch der Informatik kennen, um oftmals vorhandene Sprach- und Verständnisbarrieren zu EDV-Spezialisten überwinden zu können, • verstehen Methoden und Techniken des Wissensmanagements und können sie anwenden und dabei auch die Möglichkeiten und Grenzen von Wissensmanagement aufgrund eigener Erfahrungen sinnvoll beurteilen, • verstehen die Einbettung von Informations- und Wissensmanagement in den Prozess der betrieblichen Leistungserstellung und Entscheidungsfindung, • erkennen die Verknüpfung dieser Bereiche mit anderen Bereichen der Betriebswirtschaftslehre und • verstehen die Wechselwirkungen zwischen technologischer Struktur und dem Handeln der Akteure.
Module contents	Informations- und Wissensmanagement stellen in zunehmendem Maße eine Anforderung auch in mittelständischen Unternehmen dar: So erfordert z.B. die informationelle Vernetzung mit Lieferanten, Abnehmern oder Kooperationspartnern bis hin zur Bildung von Netzwerken oder virtuellen Unternehmen unter anderem die Abstimmung über und den Abgleich von Dateiformaten und Datenstrukturen sowie die Schaffung einer technischen Infrastruktur, die einen möglichst reibungslosen und kostengünstigen Transfer der jeweils benötigten Informationen erlaubt. Auf der anderen Seite erscheint es zur Steigerung der betrieblichen Effizi-enz immer mehr angezeigt, dass das ‚irgendwo' im Unternehmen vorhandene Wissen allen interessierten Organisationsmitgliedern zugänglich gemacht wird, damit Redundanzen vermieden und "das Rad nicht immer mehrfach erfunden" wird. Besonders beim Ausscheiden erfahrener Mitarbeitenden kommt es sonst leicht zu einem "brain drain", dem durch den Einsatz von Wissensmanagement entgegengewirkt werden soll. Die Themen decken entsprechend den skizzierten unterschiedlichen Anforderungen ein relativ weites Spektrum ab. Dieses reicht von grundlegenden Überlegungen zu Informations- und Kommunikationsmodellen und die ihnen zugrundeliegenden Informations- und Wissensbegriffe über Fragen der Organisation und der Aufgaben des Informations- und Wissensmanagements bis hin zu Methoden des Managements der informationstechnischen Infrastruktur und des Datenmanagements sowie des Wissensmanagements. Dabei wird in dem Modul besonderer Wert auf die Verknüpfung der eher technischen Aspekte des Informationsmanagements mit den primär soziologisch ausgerichteten Fragen des Wissensmanagements gelegt, um dem Charakter beider Bereiche als soziotechnische Systeme gerecht zu werden. Die theoretischen Überlegungen zum Informationsmanagement werden durch praxisnahe Aufgabenstellungen wie etwa den Entwurf einer Kommunikationsstruktur zwischen einem Unternehmen seinen Zulieferern ergänzt. Gleiches gilt auch für das Wissensmanagement, wobei die Teilnehmenden hier durch den Einsatz einer Online-Lernumgebung in der gemeinsamen Bearbeitung von Projektarbeiten auch eigene Erfahrungen mit den Möglichkeiten und Grenzen der technisch unterstützen Generierung, Teilung und Weitergabe von Wissen, d.h. Kernbereichen des Wissensmanagements machen werden.
Literaturempfehlungen	
Links	
Languages of instruction	

Duration (semesters)	1 Semester	
Module frequency	Das Modul wird in einem Turnus von drei bis vier Semestern angeboten.	
Module capacity	unlimited (22)	
Reference text	Dieses Wahlpflichtmodul unterstützt die Entwicklung eines Führungsprofils "Management".	
Examination	Prüfungszeiten	Type of examination
Final exam of module		G
Form of instruction	Seminar	
Frequency		

cba215 - Entrepreneurship

Module label	Entrepreneurship
Modulkürzel	cba215
Credit points	8.0 KP
Workload	240 h
Verwendbarkeit des Moduls	• Bachelor's Programme Business Administration for Medium-Sized Enterprises (Bachelor) > Wahlpflichtmodule
Zuständige Personen	• Freiling, Jörg (module responsibility)
Prerequisites	Keine
Skills to be acquired in this module	Die Teilnehmenden können • die Aufgaben einer Unternehmensgründung begrifflich und sachlich abgrenzen, • die unterschiedlichen Gründermotive und -handlungsweisen differenzieren, • die für einzelne Phasen des Gründungsprozesses wichtigen Entscheidungshilfen und Rechtsvorschriften benennen, • spezifische Wettbewerbsvorteile von Gründungen gegenüber etablierten Unternehmen identifizieren, • alternative Formen der Gründungsfinanzierung kennen lernen, einschließlich der Besonderheiten der Finanzierung durch Risikokapital, • Funktionen, Aufbau und Inhalte eines Businessplans kennen, • erkennen, welche Formen der Gestaltung der Unternehmensnachfolge es gibt und welche Vor- und Nachteile diese haben.
Module contents	Im Rahmen des Moduls lernen die Teilnehmenden diejenigen Aufgaben kennen, die mit einer Unternehmensgründung verbunden sind. Zu dem gründungsrelevanten Wissen zählen Rechtsvorschriften, wie etwa die zur Rechtsformwahl sowie Inhalte aus den Basisdisziplinen der Betriebswirtschaftslehre, die auf die Spezifika von Gründungen zugeschnitten werden. Der Aufbau und die Bedeutung von Businessplänen werden einen wichtigen Teil des Moduls einnehmen. Neben den Themen zur Unternehmensgrün-dung wird zudem das angrenzende Gebiet der Unternehmensnachfolge als eine besonders kritische Phase im Lebenszyklus von mittelständischen Unternehmen behandelt.
Literaturempfehlungen	
Links	
Languages of instruction	
Duration (semesters)	1 Semester
Module frequency	Das Modul wird in einem Turnus von zwei bis drei Semestern angeboten.
Module capacity	unlimited (22)
Reference text	Dieses Wahlpflichtmodul unterstützt die Entwicklung eines Führungsprofils "Unternehmensführung & Controlling".

Examination	Prüfungszeiten	Type of examination
Final exam of module		G
Form of instruction	Seminar	
Frequency		

cba220 - Risk Management

Module label	Risk Management
Modulkürzel	cba220
Credit points	8.0 KP
Workload	240 h (Gesamt: ca. 240 Std. (Selbststudium: ca. 110 Std.; Projektarbeit: ca. 106 Std.; Präsenzphasen: ca. 24 Std.))
Verwendbarkeit des Moduls	• Bachelor's Programme Business Administration for Medium-Sized Enterprises (Bachelor) > Wahlpflichtmodule
Zuständige Personen	• Arnold, Marlen (module responsibility)
Prerequisites	Keine
Skills to be acquired in this module	Die Teilnehmenden sind in der Lage, ein Risikomanagementsystem im eigenen Unternehmen aufzubauen bzw. ein bestehendes System weiterzuentwickeln, um bei unternehmerischen Entscheidungen neben der Rendite auch die Risikoauswirkungen beachten zu können.
Module contents	Risikomanagement ist ein essentielles Hilfsmittel, mit dem die Unternehmensführung bei ihren wesentlichen Entscheidungen die erwarteten Erträge und die mit diesen verbundenen Risiken gegeneinander abwägen kann. Dies ist beispielsweise erforderlich bei Investitionsentscheidungen oder Veränderungen der Unternehmensstrategie, da unterschiedliche Strategien mit unterschiedlichen Risiken behaftet sind. Je weitsichtiger jedoch ein Unternehmen agiert, desto mehr beschäftigt es sich auch mit möglicherweise auftretenden zukünftigen Störeinflüssen, die zu Abweichungen von den Ergebnissen der Unternehmensplanung führen könnten. Risikomanagement schafft Transparenz über den Gesamtrisikoumfang eines Unternehmens und die diesen maßgeblich bestimmenden wichtigsten Einzelrisiken. Der Risikomanagementprozess umfasst die folgenden Schritte: • Strategische und operative Risikoanalyse: Verschiedene Instrumente wie die Checklisten gestützte Identifikation von Risiken, Workshops zur Risikoidentifikation, Nutzung von Controlling-Informationen und Planabweichungen werden gezeigt. • Bestimmung des Gesamtrisikoumfangs/Aggregation von Risiken: Bewertung der Risiken hinsichtlich Eintrittswahrscheinlichkeit und quantitativer/qualitativer Auswirkungen Ziel ist die Bestimmung der Gesamtrisikoposition eines Unternehmens sowie die Ermittlung der relativen Bedeutung von Einzelrisiken auf die Unternehmensentwicklung. Dies wird durch eine Simulation in die Planungsdaten erreicht. • Optimierung der Risikoposition: Aufbauend auf den Ergebnissen der Aggregation kann überprüft werden, welche Maßnahmen zur Risikobewältigung den höchsten Wertbeitrag haben und welche Aktivitäten einen gewichtigen Einfluss aufweisen. • Organisation von Risikomanagement-Systemen und deren Einführung: Integration eines Risikomanagementsystem möglichst ohne zusätzlichen bürokratischen Aufwand in die bestehende Organisation sowie die entsprechende Ausgestaltung der Risikokultur und des Projektmanagements.
Literaturempfehlungen	
Links	
Languages of instruction	
Duration (semesters)	1 Semester
Module frequency	Das Modul wird in einem Turnus von zwei bis drei Semestern angeboten.
Module capacity	22 (22)
Reference text	Dieses Wahlpflichtmodul unterstützt die Entwicklung eines Führungsprofils "Unternehmensführung & Controlling".

Examination	Prüfungszeiten	Type of examination
Final exam of module		G

Form of instruction	Seminar
Frequency	

cba225 - Financing

Module label	Financing
Modulkürzel	cba225
Credit points	8.0 KP
Workload	240 h (Gesamt: ca. 240 Std. (Selbststudium: ca. 110 Std.; Projektarbeit: ca. 106 Std.; Präsenzphasen: ca. 24 Std.))
Verwendbarkeit des Moduls	• Bachelor's Programme Business Administration for Medium-Sized Enterprises (Bachelor) > Wahlpflichtmodule
Zuständige Personen	
Prerequisites	Keine
Skills to be acquired in this module	Die Teilnehmenden beherrschen die • Darstellung von elementaren Methoden der kurz- und langfristigen Finanzplanung, • Systematisierung und Analyse der wesentlichen Finanzierungsquellen für kleine und mittelständische Unternehmen, • Betrachtung des Zusammenwirkens der verschiedenen Finanzierungsquellen sowie Vermittlung von Grundlagen der Finanzanalyse.
Module contents	Die Unternehmensfinanzierung ist stets ein aktuelles Thema. Gerade aktuell wird in der Öffentlichkeit intensiv diskutiert, ob die internationale Finanzkrise Restriktionen für die Unternehmensfinanzierung und das gesamtwirtschaftliche Wachstum hat. Vor diesem Hintergrund sind Grundkenntnisse der Unternehmensfinanzierung für Führungskräfte in mittelständischen Unternehmen notwendig. Im Modul werden die notwendigen Grundkenntnisse vermittelt. Nach einem Überblick zum Forschungsgegenstand und den Forschungsansätzen der betrieblichen Finanzwirtschaft werden mit der Finanzplanung, der Finanzierungsformenlehre, der Finanzanalyse und der Projektfinanzierung die wesentlichen Themenschwerpunkte der klassischen Finanzierungstheorie behandelt. Der Schwerpunkt des Moduls Finanzierung liegt dabei auf der Finanzierungsformenlehre. Es werden die wesentlichen für mittelständische Unternehmen relevanten Finanzierungsinstrumente dargestellt und in den Gesamtkontext der Unternehmensfinanzierung eingeordnet. Das Modul liefert somit eine detaillierte Übersicht über verschiedene Formen der Finanzierung: Eigenkapitalfinanzierung und Fremdkapitalfinanzierung, Außen- und Innenfinanzierung, langfristige und kurzfristige Finanzierung. Klassische Finanzierungsinstrumente (z.B. Kreditfinanzierung über Hausbank) werden genauso auf Vor- und Nachteile hin untersucht wie moderne Instrumente (z.B. Mezzanine-Finanzierung und Projektfinanzierung). Die vermittelten theoretischen Kenntnisse werden anhand von Zahlenbeispielen und Beispielaufgaben illustriert, damit die Teilnehmenden sie im Anschluss in weiterführenden Aufgaben anwenden können. Durch die Aufgaben können die Teilnehmenden, auf der einen Seite die Finanzierungskosten ermitteln, um anschließend mit dem Wissen über Risiken und Chancen der einzelnen Alternativen das für eine gegebene Situation beste Finanzierungsinstrument zu ermitteln.
Literaturempfehlungen	
Links	
Languages of instruction	
Duration (semesters)	1 Semester
Module frequency	Das Modul wird in einem Turnus von zwei bis drei Semestern angeboten.
Module capacity	22 (22)
Reference text	Dieses Wahlpflichtmodul unterstützt die Entwicklung eines Führungsprofils "Unternehmensführung & Controlling".

Examination	Prüfungszeiten	Type of examination
Final exam of module		G
Form of instruction	Seminar	
Frequency		

cba230 - Controlling

Module label	Controlling
Modulkürzel	cba230
Credit points	8.0 KP
Workload	240 h
Verwendbarkeit des Moduls	• Bachelor's Programme Business Administration for Medium-Sized Enterprises (Bachelor) > Wahlpflichtmodule
Zuständige Personen	• Müller, Stefan (module responsibility)
Prerequisites	Erfolgreiche Absolvierung des Pflichtmoduls „Bilanzierung“.
Skills to be acquired in this module	Die Teilnehmenden • können den Informationsbedarf für die Unternehmensführung ableiten, • kennen die wesentlichen Controllinginstrumente, • beherrschen die Grundfertigkeiten bei der Anwendung von Controllinginstrumenten sowie • können Unternehmensabbildungen zu Erfolgs-, Finanz- und Risikolage analysieren.
Module contents	Controlling bezeichnet die Gesamtheit der Konzepte und Instrumente zur rechnungswesensbasierten Unterstützung der Unter-nehmensführung bei Lenkung des Unternehmens. Das Controlling hat die Aufgabe, Instrumente und Informationen für die Unternehmensführung bereitzustellen, um unternehmerische Entscheidungsbildung und -durchsetzung zu unterstützen, Pla-nung, Steuerung und Kontrolle auf den unterschiedlichen Ebenen des Unternehmens zu gewährleisten sowie Sicherung des Bestandes und Entwicklung der Potenziale des Unternehmens zu ermöglichen. Ein dispositiv nutzbares Rechnungswesen erfüllt als zentrales Controllinginstrument diese Planungs-, Steuerungs-, Kontroll- und Koordinationsaufgaben. Es ist Ausgangspunkt und zentraler Bestandteil eines umfassenden Führungssystems, in welchem die Führungsteilsysteme koordiniert und in einer ganzheitlichen Führungskonzeption zusammengefügt werden. Da das Controlling keinen Rechtsnormen unterliegt, kann es firmenspezifisch auf die Führungserfordernisse des Managements zugeschnitten werden. Die Führungsunterstützung wird durch entsprechende Ausgestaltung interner Abbildungsmodelle ermöglicht. Dazu haben sich die Studierenden Grundzüge und Modelltypen des internen Rechnungswesens sowie entspre-chende Ausgestaltungen als Controllinginstrumentarium zu erarbeiten, wofür folgender Stoffplan zugrunde gelegt wird: • Controlling als Unternehmensführungs-Servicefunktion, • Erfolgscontrolling (dispositive Kosten- und Leistungsrechnung, Umsatz-Kosten- und Erfolgsplanung), • Finanzcontrolling (statische, dynamische und integrierte Kalküle des Finanzcontrolling), • Risikocontrolling (Kalküle des Risikocontrolling, Risikomanagementsysteme), • Führungsinformationssysteme auf Kennzahlenbasis (ROI-System, RL-System, operative und strategische Kennzahlen).
Literaturempfehlungen	
Links	
Languages of instruction	
Duration (semesters)	1 Semester
Module frequency	Das Modul wird in einem Turnus von zwei bis drei Semestern angeboten.
Module capacity	unlimited (22)
Reference text	Dieses Wahlpflichtmodul unterstützt die Entwicklung eines Führungsprofils "Unternehmensführung & Controlling".

Examination	Prüfungszeiten	Type of examination
Final exam of module		G
Form of instruction	Seminar	
Frequency		

cba235 - Corporate Law

Module label	Corporate Law
Modulkürzel	cba235
Credit points	8.0 KP
Workload	240 h
Verwendbarkeit des Moduls	• Bachelor's Programme Business Administration for Medium-Sized Enterprises (Bachelor) > Wahlpflichtmodule
Zuständige Personen	• Rose, Edgar (module responsibility)
Prerequisites	Erfolgreiche Absolvierung des Pflichtmoduls Wirtschaftsprivatrecht.
Skills to be acquired in this module	Die Teilnehmenden • kennen die unterschiedlichen Gesellschaftsformen und das Entstehen, Umwandeln und Beenden der Gesellschaft, • können Gründe für die Rechtsformwahl nennen, • sind sich der haftungsrechtlichen Risiken bewusst, • beherrschen das Konzernrecht, das Kapitalmarktrechts und das Europäische Unternehmensrecht in den Grundzügen.
Module contents	Aufbauend auf das Modul Wirtschaftsprivatrecht behandelt dieses Modul das Gesellschaftsrecht. Nach der Erläuterung von Grundbegriffen und einem Überblick über die Gesellschaftsarten (Numerus clausus der Rechtsformen) werden zuerst die Personengesellschaften (BGB-Gesellschaft, OHG, KG, Sonderformen) und dann der Verein als Grundform sowie die Kapitalgesellschaften (AG, GmbH, Genossenschaft) vorgestellt. Nach einer Darstellung des Konzernrechts und des Umwandlungsrechts schließen sich Hinweise zum Haftungsrechts (Haftung des Unternehmens und des Managements), insbesondere zum Corporate Governance Codex und zum Kapitalmarktrecht an. Das Modul schließt mit einem Überblick über das Europäische Unternehmensrecht ab.
Literaturempfehlungen	
Links	
Languages of instruction	
Duration (semesters)	1 Semester
Module frequency	Das Modul wird in einem Turnus von drei bis vier Semestern angeboten.
Module capacity	unlimited (22)
Reference text	Dieses Wahlpflichtmodul unterstützt die Entwicklung eines Führungsprofils "Recht & Steuern".

Examination	Prüfungszeiten	Type of examination
Final exam of module		G
Form of instruction	Seminar	
Frequency		

cba240 - Business Taxation

Module label	Business Taxation
Modulkürzel	cba240
Credit points	8.0 KP
Workload	240 h
Verwendbarkeit des Moduls	• Bachelor's Programme Business Administration for Medium-Sized Enterprises (Bachelor) > Wahlpflichtmodule
Zuständige Personen	• Richter, Jörg (module responsibility)
Prerequisites	Keine
Skills to be acquired in this module	Die Teilnehmenden erlangen • ein Verständnis unternehmensbezogener Steuerpolitik • Grundkenntnisse des Unternehmenssteuerrechts • Einblicke in die Bestimmung der rechtsformabhängigen Ertragsteuerbelastung • Handlungskompetenz zur Wahl der Rechtsform und zur Sachverhaltsgestaltung.
Module contents	Steuern berühren fast alle unternehmerischen Entscheidungen. Grundlegende Kenntnisse über die Wirkung von Steuern sind ein wichtiges Qualifikationsmerkmal von (Nachwuchs-)Führungskräften in mittelständischen Unternehmen. Ausgerichtet an einer inhabergeführten bzw. personengeprägten Unternehmensstruktur lädt das Modul die Studierenden ein, steuerliche Fach- und Methodenkompetenz zu erwerben. Die Betriebswirtschaftliche Steuerlehre ist eine vielschichtige, breit angelegte Disziplin. Um Aussagen über Steuerwirkungen und Steuergestaltungen verlässlich treffen zu können, erfordert sie ein bestimmtes Maß an steuerrechtlichem Grundverständnis. Deshalb muss zu Beginn des Moduls eine Einführung in das (allgemeine) Unternehmenssteuerrecht stehen, um auf der so ge-wonnenen Datenbasis nachfolgend die zentralen Fragen der Betriebswirtschaftlichen Steuerlehre anschaulich und transparent vermitteln zu können. Aufbauend auf einer Einführung in die verfassungs- und europarechtlichen Grenzen der Steuerpolitik werden mit dem Einkom-men-, Körperschaft- und Gewerbesteuerrecht die Teilgebiete des Ertragsteuerrechts eingehend behandelt. Losgelöst von der Halbwertzeit einzelner Steuernormen und den Momentaufnahmen einzelner steuerlicher Wirkungen liegt der Schwerpunkt in der Vermittlung der rechtssystematischen Grundlagen. Diese Vorgehensweise ermöglicht es, die Regelungsdichte des Unter-nehmenssteuerrechts soweit zu entflechten, dass dessen Kernaussagen für die Studierenden greifbar werden. Im Mittelpunkt der betriebswirtschaftlichen Analyse steht die Erfolgsbesteuerung von Einzelunternehmen, Personengesellschaf-ten und Kapitalgesellschaften. Ausgehend von quantitativen Aussagen sollen die Studierenden Entscheidungen zur Rechts-formwahl sicher treffen und aus qualitativer Sicht mögliche Risiken von Sachverhaltsgestaltungen zielgenau beurteilen können.
Literaturempfehlungen	
Links	
Languages of instruction	
Duration (semesters)	1 Semester
Module frequency	Das Modul wird in einem Turnus von zwei bis drei Semestern angeboten.
Module capacity	unlimited (22)
Reference text	Dieses Wahlpflichtmodul unterstützt die Entwicklung eines Führungsprofils "Recht & Steuern".

Examination	Prüfungszeiten	Type of examination
Final exam of module		G
Form of instruction	Seminar	
Frequency		

cba245 - Business English

Module label	Business English
Modulkürzel	cba245
Credit points	8.0 KP
Workload	240 h
Verwendbarkeit des Moduls	• Bachelor's Programme Business Administration for Medium-Sized Enterprises (Bachelor) > Wahlpflichtmodule
Zuständige Personen	• Dawton, Richard (module responsibility)
Prerequisites	Teilnahme am Einstufungstest; im Einstufungstest nachgewiesene Englisch-Kenntnisse auf Level II
Skills to be acquired in this module	• Exposure to, and enhancement of, general, professional and scientific vocabulary in English. • Development of English internet communication. • The systematic research and editing of a scientific subject and identification of the main issues of a presentation. • Acquiring a knowledge and understanding of phraseology and vocabulary required for the practical delivery of a professional presentation. • The research and usage of English literature and scientific articles. • The writing of a business report.
Module contents	The focus of this module is on the specific language and skills required in the modern business environment. This course will be conducted entirely in English. The module commences with 2 Introductory Presence Days when the nature and requirements of giving a formal business presentation are considered. Relevant and appropriate phraseology and language; the nature of a beginning, a middle and an end; voice projection; body language and timing are among the many aspects included in this introduction. The day will be proactive so all will be required to participate fully in the course. Small exemplar presentations will be required of the partici-pants. The second element of the course will focus on business English required in the modern workplace. This will include the provi-sion of appropriate and required grammar and vocabulary in a variety of commonplace business situations. Following this introduction, the module will then progress with an on-line phase, where students will be required to work on study material related to presentation skills, to answer on-line questions and to research a business topic of their choosing. A further 2 Presence Days will then specifically focus on the assessed oral presentation and the further development of both business skills and knowledge.
Literaturempfehlungen	
Links	
Languages of instruction	
Duration (semesters)	1 Semester
Module frequency	Das Modul wird in einem Turnus von drei bis vier Semestern angeboten.
Module capacity	unlimited (22)
Reference text	Dieses Wahlpflichtmodul unterstützt die Entwicklung eines Führungsprofils "Fremdsprachen".

Examination	Prüfungszeiten	Type of examination
Final exam of module		G
Form of instruction	Seminar	
Frequency		

cba250 - Selected Aspects of Economics

Module label		Selected Aspects of Economics	
Modulkürzel		cba250	
Credit points		8.0 KP	
Workload		240 h	
Verwendbarkeit des Moduls		• Bachelor's Programme Business Administration for Medium-Sized Enterprises (Bachelor) > Wahlpflichtmodule	
Zuständige Personen			
Prerequisites			
Skills to be acquired in this module			
Module contents			
Literaturempfehlungen			
Links			
Languages of instruction			
Duration (semesters)		1 Semester	
Module frequency			
Module capacity		unlimited	
Examination	Prüfungszeiten		Type of examination
Final exam of module			G
Form of instruction	Seminar		
Frequency			

cba255 - Scientific Work

Module label	Scientific Work
Modulkürzel	cba255
Credit points	8.0 KP
Workload	240 h (Gesamt: ca. 240 Std. (Selbststudium: ca. 110 Std.; Projektarbeit: ca. 106 Std.; Webinare und Konferenzen im virtuellen Klassen-raum: ca. 24 Std.))
Verwendbarkeit des Moduls	• Bachelor's Programme Business Administration for Medium-Sized Enterprises (Bachelor) > Wahlpflichtmodule
Zuständige Personen	• Rubens-Laarmann, Anne (module responsibility)
Prerequisites	Keine
Skills to be acquired in this module	• Die Teilnehmenden können (Forschungs-)Fragestellungen für eine Projektarbeit entwerfen und deren Bearbeitbarkeit einschätzen. • Die Teilnehmenden können die Verwertbarkeit unterschiedlicher Literaturquellen beurteilen. • Die Teilnehmenden können die grundlegenden Regeln wissenschaftlichen Arbeitens im Hinblick auf Gliederung, Argumentationslogik, Darstellungsformen, Schreibstil und Verweisarbeit anwenden. • Die Teilnehmenden sind in der Lage, Projektgruppenarbeit in ihren Grundzügen zu planen.
Module contents	Die Erstellung von schriftlichen Prüfungsleistungen bis hin zur Bachelorarbeit setzt ein systematisches, methodisch begründetes Vorgehen, die Beachtung von Formvorschriften und eine gute Arbeitsorganisation voraus. Dieses „Handwerkszeug“ ist vom ersten Modul an anzuwenden, um Projektarbeiten angemessen bearbeiten zu können. Die Teilnehmenden entwickeln zumeist ihre Fragestellungen selbst und sind in der Projektphase von der ersten Orientierung zu ihrem Thema über die systematische Literaturbeschaffung und -verarbeitung bis hin zur Verschriftlichung auf die Verwendung wissenschaftlicher Regeln angewiesen. Dieses Modul zeigt diese Regeln auf und hilft den Teilnehmenden dabei, sie einzuüben. Anders als in der umfangreichen Literatur zum Thema „wissenschaftliches Arbeiten“ werden hierbei auch die Besonderheiten des Studiengangs berücksichtigt. Die Teilnehmenden werden u.a. sensibilisiert für Probleme, die bei der Bearbeitung praxisna-her Themen in Gruppen häufig auftreten. Darüber hinaus erhalten sie Hinweise für die Bewertungskriterien schriftlicher Prü-fungsleistungen. Um die Inhalte anschaulich zu gestalten, wird dabei auf eine Vielzahl von Beispielen zurückgegriffen. Folgende Themen werden bearbeitet: Wesen des wissenschaftlichen Arbeitens, Elemente einer wissenschaftlichen Arbeit, The-menwahl und Themenfindung, Methoden der Bearbeitung, Umgang mit Literatur (Recherche, Beschaffung, Auswahl, Lese- und Markierungstechniken, Ideenmanagement), formelle Anforderungen an den Umgang mit fremdem geistigen Eigentum und an die Zitierweise, grundlegende Anforderungen an die Erstellung von Projektdokumentationen und -portfolios, adäquate Einbin-dung von Beispielen aus der (Unternehmens-)Praxis, Anforderungen an den Theorie-Praxis-Transfer, Zeit-/Terminplanung in Projekten.
Literaturempfehlungen	
Links	
Languages of instruction	
Duration (semesters)	1 Semester
Module frequency	Das Modul wird je nach Bedarf in einem Turnus von zwei bis drei Semestern angeboten.
Module capacity	22 (22)
Reference text	Dieses Modul vermittelt Grundwissen im Bereich Wissenschaftliches Arbeiten.

Examination	Prüfungszeiten	Type of examination
Final exam of module		G
Form of instruction	Seminar	

Frequency

cba260 - International Management

Module label	International Management
Modulkürzel	cba260
Credit points	8.0 KP
Workload	240 h (Gesamt: ca. 240 Std. (Selbststudium: ca. 110 Std.; Projektarbeit: ca. 106 Std.; Präsenzphasen: ca. 24 Std.))
Verwendbarkeit des Moduls	• Bachelor's Programme Business Administration for Medium-Sized Enterprises (Bachelor) > Wahlpflichtmodule
Zuständige Personen	
Prerequisites	Keine
Skills to be acquired in this module	Die Teilnehmenden können • die Globalisierungsprozesse und ihre Auswirkungen auf Unternehmen beschreiben , • Globalisierung, Internationalisierung und Internationalität voneinander abgrenzen, • Motive, Ziele und Hemmnisse der Internationalisierung kritisch diskutieren, • die Internationalisierungsfähigkeit von Unternehmen analysieren, • die Herausforderungen der Internationalisierung für KMU beschreiben und bewerten, • unterschiedliche strategische Ausrichtungen im Rahmen der Internationalisierung vergleichen und einschätzen, • strukturelle Besonderheiten international tätigen Unternehmen nennen und bewerten, • die Implikationen von Landes- und Unternehmenskultur für die Strategie und Struktur internationaler Unternehmen diskutieren, • Internationalisierungstrends und -bedarf erkennen, • die Folgen der Internationalisierung für das Human Ressource Management, insbesondere Personalführung, Personalauswahl, Personalentwicklung und Teamarbeit einschätzen, • die Bedeutung interkultureller Kompetenz und Kommunikation verstehen, • Wege der interkulturellen Kompetenzentwicklung kennen und diskutieren.
Module contents	Für Konzerne, aber auch für kleine und mittelständische Unternehmen ist Internationalisierung längst nicht mehr Frage der Wahl. In Zeiten der stets voranschreitenden Globalisierung und Intensivierung der Märkte dank Deregulierung und Digitalisie-rung ist sie eine Voraussetzung zum (Weiter-)bestehen im Wettbewerb. Je nach Branche und Unternehmensgröße weisen Motive und Ziele der Internationalisierung, aber auch Internationalisierungsprozesse Unterschiede auf. Sie werden im Rahmen des Moduls „Internationales Management“ behandelt. Diese Auseinandersetzung bildet zusammen mit der Diskussion der Globali-sierung und der Internationalisierungswege die Grundlage des Moduls. Der erste Abschnitt befasst sich mit Strategien, Strukturen und Kulturen von Unternehmen im internationalen Kontext und ihrer Wechselwirkungen und Implikationen insbesondere für die Führung. Abschnitt 2 ist dem internationalen Selbstmanagement gewidmet. Der Schwerpunkt liegt auf der Kompetenzentwicklung von Mitarbeitenden.
Literaturempfehlungen	
Links	
Languages of instruction	
Duration (semesters)	1 Semester
Module frequency	Das Modul wird in einem Turnus von drei bis vier Semestern angeboten.
Module capacity	22 (22)
Reference text	Dieses Wahlpflichtmodul unterstützt die Entwicklung eines Führungsprofils "Management".

Examination	Prüfungszeiten	Type of examination

Examination	Prüfungszeiten	Type of examination
Final exam of module		G
Form of instruction	Seminar	
Frequency		

cba285 - Professionalization Module

Module label		Professionalization Module	
Modulkürzel		cba285	
Credit points		8.0 KP	
Workload		240 h	
Verwendbarkeit des Moduls		• Bachelor's Programme Business Administration for Medium-Sized Enterprises (Bachelor) > Wahlpflichtmodule	
Zuständige Personen			
Prerequisites			
Skills to be acquired in this module			
Module contents			
Literaturempfehlungen			
Links			
Languages of instruction			
Duration (semesters)		1 Semester	
Module frequency			
Module capacity		unlimited	
Examination	Prüfungszeiten		Type of examination
Final exam of module			G
Form of instruction	Seminar		
Frequency			

cba290 - Professionalization Module

Module label	Professionalization Module
Modulkürzel	cba290
Credit points	8.0 KP
Workload	240 h
Verwendbarkeit des Moduls	• Bachelor's Programme Business Administration for Medium-Sized Enterprises (Bachelor) > Wahlpflichtmodule
Zuständige Personen	
Prerequisites	
Skills to be acquired in this module	
Module contents	
Literaturempfehlungen	
Links	
Languages of instruction	
Duration (semesters)	1 Semester
Module frequency	
Module capacity	unlimited

Examination	Prüfungszeiten	Type of examination
Final exam of module		G

Form of instruction	Comment	SWS	Frequency	Workload of compulsory attendance
Seminar (Self Leadership – die Kunst, sich selbst zu führen)			--	0
Seminar (Gruppensituationen gezielt leiten)			SoSe oder WiSe	0
Präsenzzeit Modul insgesamt				0 h

cba295 - Compulsory Elective Module (unspecified)

Module label		Compulsory Elective Module (unspecified)	
Modulkürzel		cba295	
Credit points		8.0 KP	
Workload		240 h	
Verwendbarkeit des Moduls		• Bachelor's Programme Business Administration for Medium-Sized Enterprises (Bachelor) > Wahlpflichtmodule	
Zuständige Personen			
Prerequisites			
Skills to be acquired in this module			
Module contents			
Literaturempfehlungen			
Links			
Languages of instruction			
Duration (semesters)		1 Semester	
Module frequency			
Module capacity		unlimited	
Examination	Prüfungszeiten		Type of examination
Final exam of module			G
Form of instruction	Seminar		
Frequency			

cba503 - Übung: Makroökonomik

Module label	Übung: Makroökonomik
Modulkürzel	cba503
Credit points	2.0 KP
Workload	60 h
Verwendbarkeit des Moduls	• Bachelor's Programme Business Administration for Medium-Sized Enterprises (Bachelor) > Wahlpflichtmodule
Zuständige Personen	
Prerequisites	• vollständige Teilnahme an den Webinaren • Bearbeitung der der studienbegleitenden Prüfungsleistungen: Übungsaufgaben
Skills to be acquired in this module	Die Teilnehmenden werden in der sicheren Anwendung der für das Modul Makroökonomik notwendigen Grundlagen geschult.
Module contents	Die Übung unterstützt die Teilnehmenden bei der Bearbeitung des Moduls Makroökonomik. Die ausschließlich online durchgeführte Übung bereitet die Teilnehmenden in einem Wechsel von Selbstlernphasen und wöchentlichen Webinaren Schritt für Schritt auf die Themenbereiche im Modul Makroökonomik vor.
Literaturempfehlungen	
Links	
Language of instruction	German
Duration (semesters)	1 Semester
Module frequency	Die Übung wird jeweils parallel zu dem entsprechenden Modul angeboten.
Module capacity	unlimited (15)
Reference text	Diese Übung unterstützt die Teilnehmenden bei der Bearbeitung des Pflichtmoduls Makroökonomik. Sie dient in erster Linie der modulbegleitenden Übung.

Examination	Prüfungszeiten	Type of examination
Final exam of module		Ü
Form of instruction	Seminar	
SWS	2	
Frequency	SoSe oder WiSe	

cba512 - Kommunikation - kompetent, klar und respektvoll

Module label		Kommunikation - kompetent, klar und respektvoll	
Modulkürzel		cba512	
Credit points		2.0 KP	
Workload		60 h	
Verwendbarkeit des Moduls		• Bachelor's Programme Business Administration for Medium-Sized Enterprises (Bachelor) > Wahlpflichtmodule	
Zuständige Personen			
Prerequisites			
Skills to be acquired in this module			
Module contents			
Literaturempfehlungen			
Links			
Language of instruction		German	
Duration (semesters)		1 Semester	
Module frequency			
Module capacity		unlimited	
Examination	Prüfungszeiten		Type of examination
Final exam of module			ET
Form of instruction	Seminar		
SWS	2		
Frequency	SoSe oder WiSe		

cba516 - Übung: Mikroökonomik

Module label	Übung: Mikroökonomik
Modulkürzel	cba516
Credit points	2.0 KP
Workload	60 h (Gesamt: ca. 60 Std. (Präsenzphase: ca. 13 h; Vor- und Nachbereitung ca. 47 h))
Verwendbarkeit des Moduls	• Bachelor's Programme Business Administration for Medium-Sized Enterprises (Bachelor) > Wahlpflichtmodule
Zuständige Personen	
Prerequisites	Parallele Belegung des Moduls Mikroökonomik.
Skills to be acquired in this module	Sichere Anwendung der für das Modul Mikroökonomik notwendigen Grundlagen.
Module contents	Die Übung unterstützt die Teilnehmenden bei der Bearbeitung des Moduls Mikroökonomik. Die ausschließlich online durchgeführte Übung bereitet die Teilnehmenden in einem Wechsel von Selbstlernphasen und wöchentlichen Webinaren Schritt für Schritt auf die Themenbereiche im Modul Mikroökonomik vor.
Literaturempfehlungen	
Links	
Language of instruction	German
Duration (semesters)	1 Semester
Module frequency	Die Übung wird jeweils parallel zu dem entsprechenden Modul angeboten.
Module capacity	15 (15)
Reference text	Diese Übung unterstützt die Teilnehmenden bei der Bearbeitung des Pflichtmoduls Mikroökonomik.

Examination	Prüfungszeiten	Type of examination
Final exam of module		Ü

Form of instruction	Seminar
SWS	2
Frequency	SoSe oder WiSe

cba519 - Mathematik für Studierende der Wirtschaftswissenschaften

Module label		Mathematik für Studierende der Wirtschaftswissenschaften	
Modulkürzel		cba519	
Credit points		2.0 KP	
Workload		60 h	
Verwendbarkeit des Moduls		• Bachelor's Programme Business Administration for Medium-Sized Enterprises (Bachelor) > Wahlpflichtmodule	
Zuständige Personen			
Prerequisites			
Skills to be acquired in this module			
Module contents			
Literaturempfehlungen			
Links			
Language of instruction		German	
Duration (semesters)		1 Semester	
Module frequency			
Module capacity		unlimited	
Examination	Prüfungszeiten		Type of examination
Final exam of module			ET
Form of instruction	Seminar		
SWS	2		
Frequency	SoSe oder WiSe		

cba522 - Effektiv moderieren

Module label		Effektiv moderieren	
Modulkürzel		cba522	
Credit points		2.0 KP	
Workload		60 h	
Verwendbarkeit des Moduls		• Bachelor's Programme Business Administration for Medium-Sized Enterprises (Bachelor) > Wahlpflichtmodule	
Zuständige Personen			
Prerequisites			
Skills to be acquired in this module			
Module contents			
Literaturempfehlungen			
Links			
Language of instruction		German	
Duration (semesters)		1 Semester	
Module frequency			
Module capacity		unlimited	
Examination	Prüfungszeiten		Type of examination
Final exam of module			ET
Form of instruction	Seminar		
SWS	2		
Frequency	SoSe oder WiSe		

cba265 - Social Media Management

Module label		Social Media Management	
Modulkürzel		cba265	
Credit points		8.0 KP	
Workload		240 h	
Verwendbarkeit des Moduls		• Bachelor's Programme Business Administration for Medium-Sized Enterprises (Bachelor) > Wahlpflichtmodule	
Zuständige Personen			
Prerequisites			
Skills to be acquired in this module			
Module contents			
Literaturempfehlungen			
Links			
Language of instruction		German	
Duration (semesters)		1 Semester	
Module frequency			
Module capacity		unlimited	
Examination	Prüfungszeiten		Type of examination
Final exam of module			G
Form of instruction	Seminar		
SWS	4		
Frequency	SoSe und WiSe		

cba270 - Sustainability management

Module label	Sustainability management
Modulkürzel	cba270
Credit points	8.0 KP
Workload	240 h (Gesamt: ca. 240 Std. (Selbststudium: ca. 110 Std.; Projektarbeit: ca. 106 Std.; Präsenzphasen: ca. 24 Std.))
Verwendbarkeit des Moduls	• Bachelor's Programme Business Administration for Medium-Sized Enterprises (Bachelor) > Wahlpflichtmodule
Zuständige Personen	• Antoni-Komar, Irene (module responsibility) • Rommel, Marius-Serjoscha (module responsibility)
Prerequisites	keine
Skills to be acquired in this module	Die Teilnehmenden sind in der Lage: • das Leitbild der nachhaltigen Entwicklung in seiner Bedeutung kritisch zu reflektieren, • die Verantwortung von Unternehmen in diesem Zusammenhang zu beurteilen, • konkrete Strategien nachhaltiger Unternehmenspraxis zu differenzieren und deren Umsetzung anzuregen.
Module contents	Zielsetzung dieses Moduls ist es, ein grundlegendes Verständnis für nachhaltiges Wirtschaften zu schaffen und zur eigenen unternehmerischen Mitgestaltung zu befähigen. Zu diesem Zweck werden die Herausforderungen einer nachhaltigen Entwicklung entlang ökologischer, sozialer und ökonomischer Perspektiven diskutiert sowie Lösungsansätze auf gesellschaftlicher, individueller und unternehmerischer Ebene abgeleitet. Dies beinhaltet die Analyse von Modellen (starke versus schwache Nachhaltigkeit), Prinzipien (Effizienz, Konsistenz und Suffizienz) und Konzepten (u.a. Green Economy, Kreislaufwirtschaft, Postwachstumsökonomie) nachhaltiger Entwicklung. Im zweiten Schritt werden auf dieser Basis unternehmerische Lösungsstrategien praxisorientiert erarbeitet.
Literaturempfehlungen	
Links	
Language of instruction	German
Duration (semesters)	1 Semester
Module frequency	Das Modul wird in einem Turnus von drei bis vier Semestern angeboten.
Module capacity	22 (22)
Reference text	Dieses Wahlpflichtmodul unterstützt die Entwicklung eines Führungsprofils "Management".

Examination	Prüfungszeiten	Type of examination
Final exam of module		G

Form of instruction	Seminar
SWS	4
Frequency	SoSe und WiSe

cba275 - Business Ethics

Module label		Business Ethics	
Modulkürzel		cba275	
Credit points		8.0 KP	
Workload		240 h	
Verwendbarkeit des Moduls		• Bachelor's Programme Business Administration for Medium-Sized Enterprises (Bachelor) > Wahlpflichtmodule	
Zuständige Personen			
Prerequisites			
Skills to be acquired in this module			
Module contents			
Literaturempfehlungen			
Links			
Language of instruction		German	
Duration (semesters)		1 Semester	
Module frequency			
Module capacity		unlimited	
Examination	Prüfungszeiten		Type of examination
Final exam of module			G
Form of instruction	Seminar		
SWS	4		
Frequency	SoSe und WiSe		

cba280 - Digitization in the midmarket

Module label	Digitization in the midmarket
Modulkürzel	cba280
Credit points	8.0 KP
Workload	240 h
Verwendbarkeit des Moduls	• Bachelor's Programme Business Administration for Medium-Sized Enterprises (Bachelor) > Wahlpflichtmodule
Zuständige Personen	• Brucke, Matthias (module responsibility)
Prerequisites	keine
Skills to be acquired in this module	Die Teilnehmenden können • eine Digitalisierungsstrategie für ein Unternehmen entwickeln und eine Umsetzung planen und steuern, • die fünf Dimensionen der Digitalisierung verstehen und die nötigen Techniken für eine Transformation anwenden, • die Unternehmenskultur analysieren und eine Digitale Kultur definieren, die nötigen Führungskonzepte anwenden und einen Transformationsprozess steuern, • Innovative Digitale Technologien (Internet-Technologie, Social Media, Social Intranets, Zukünftige Trends (KI, Maschinen Lernen, Robotik, Autonome Systeme) kennen und bewerten, • die Entwicklung von Digitalen Produkten und Digitalen Dienstleitungen initiieren und steuern (z.B. mit Design Thin-king), • Plattformökonomie verstehen und für die Entwicklung eigener Produkte und Dienstleistungen nutzen.
Module contents	Unter Digitalisierung verstand man früher die Umwandlung von analogen Werten in digitale Inhalte, z.B. bei der Aufnahme von Musik. Heute wird darunter eher die Transformation von Unternehmen und der gesamten Gesellschaft verstanden, die sich durch die Entwicklungen in der Informationstechnologie ergeben. Wenn Unternehmen widerstandsfähig gegen die immer schneller stattfindenden Entwicklungen neuer digitaler Werkzeuge und Geschäftsmodelle werden oder bleiben wollen, müssen sie die Digitalisierung in den folgenden fünf Dimensionen verstehen und angehen: **Menschen**: Die Digitalisierung mit der Möglichkeit, Daten und Informationen in Lichtgeschwindigkeit zu übertragen sorgt für Transparenz. Eine digitale, agile Unternehmens- und Innovationskultur und neue Führungsansätze sind nötig. **Technik**: Der Einsatz von neuen Technologien (z.B. Informations- und Kommunikationstechnologien) sind notwendig. Das Spektrum geht dabei von Social Intranets bis zu Enterprise Content Management Systemen (ECM) bis zu Auto Ident Systemen, **Prozesse**: Interne Digitalisierung setzt voraus, dass im Unternehmen die dafür notwendigen Prozesse entwickelt werden. Wenn keine Prozesse existieren, kann auch nicht digitalisiert werden. **Produkte**: Es ist für Unternehmen in der Zukunft wichtig, die bei der Produktion anfallenden Daten zu erfassen und zu nutzen und sich verstärkt auf die Entwicklung von Produkten zu fokussieren, die Daten erzeugen. Aus diesen Daten können dann zu-künftige Geschäftsmodelle entwickelt werden. **Märkte**: Durch die Digitalisierung kommt es zu einer Plattformisierung von Märkten oder einer sog. Plattform-Ökonomie mit anderen Marktmechanismen. Es ist nicht mehr so wichtig, ob ein Produkt gut ist, sondern ob es in der richtigen Plattform exis-tiert, d.h. ob es die Kunden ohne Brüche mit ihren sonstigen Werkzeugen nutzen könnten
Literaturempfehlungen	
Links	
Language of instruction	German
Duration (semesters)	1 Semester
Module frequency	Das Modul wird in einem Turnus von drei bis vier Semestern angeboten.
Module capacity	unlimited (22)
Reference text	Dieses Wahlpflichtmodul unterstützt die Entwicklung eines Führungsprofils "Management".

Examination	Prüfungszeiten	Type of examination
Final exam of module		G
Form of instruction	Seminar	

SWS	4
Frequency	SoSe und WiSe

cba600 - Innovation management and business model development

Module label	Innovation management and business model development
Modulkürzel	cba600
Credit points	8.0 KP
Workload	240 h (Gesamt: ca. 240 Std. (Selbststudium: ca. 110 Std.; Projektarbeit: ca. 106 Std.; Präsenzphasen:)
Verwendbarkeit des Moduls	• Bachelor's Programme Business Administration for Medium-Sized Enterprises (Bachelor) > Wahlpflichtmodule
Zuständige Personen	• Fischer, Dirk (module responsibility)
Prerequisites	keine
Skills to be acquired in this module	Die Teilnehmenden • haben ein grundsätzliches Verständnis von den Grundlagen und der Bedeutung von Innovation, • kennen die Besonderheiten des Managements von Innovationen, • analysieren die wichtigsten Einflussfaktoren auf Innovationsprozesse, • verstehen die Grundphilosophie von Geschäftsmodellen, • erkennen und beurteilen die (strategische) Bedeutung der einzelnen Bestandteile eines Geschäftsmodells, • analysieren bestehende Geschäftsmodelle und deren jeweiliges Erfolgspotential mit Hilfe des Business Model Canvas (BMC), • entwickeln erste Entwürfe eines Geschäftsmodells.
Module contents	Globalisierung und Digitalisierung haben in vielen Branchen den Wettbewerb verschärft. Um sich von ihren weltweiten Konkurrenten zu differenzieren, sich damit einen Spielraum bei der Preisgestaltung zu schaffen und Gewinne erzielen zu können, müssen Unternehmen nicht nur permanent an der Weiterentwicklung bestehender Produkte und Dienstleistungen arbeiten, sondern auch neue Angebote schaffen und auf den Märkten durchsetzen sowie ihre internen Prozesse neu gestalten. Doch nicht nur der Innovationsdruck ist in jüngerer Zeit gestiegen. Neue Technologien haben zu einer Verlagerung des Innovationsobjektes geführt: Von Produkten und Prozessen zu ganzen Geschäftsmodellen. Ein Geschäftsmodell beschreibt die logischen Zusammenhänge, wie ein Unternehmen welchen Wert für die Kunden schafft und sich damit einen Ertrag sichert. Es besteht aus drei Hauptkomponenten: Dem Nutzenversprechen gegenüber dem Kunden, der Wertschöpfungsarchitektur und dem Ertragsmodell. Neue Technologien haben in den vergangenen Jahren grundsätzlich neue Geschäftsmodelle ermöglicht, die die Regeln des Wettbewerbs in der jeweiligen Branche neu definiert haben (z.B. in der Musikindustrie durch Streaming-Dienste oder im Handel durch Plattformen wie Amazon). In diesem Modul werden zunächst die Grundlagen des Innovationsmanagements vermittelt: Was bedeutet Innovation? Welche internen und externen Einflussfaktoren beeinflussen Innovationsprozesse? Was kennzeichnet ein Innovationssystem? Wie wird das Management von Innovationsprozessen sinnvoll gestaltet? Im Anschluss daran liegt der Fokus auf Geschäftsmodellen und deren Entwicklung: Wie ist der Zusammenhang zwischen Unternehmensstrategie und Geschäftsmodell? Welche Bedeutung haben die einzelnen Komponenten eines Geschäftsmodells? Welche Methoden und Techniken der Geschäftsmodellentwicklung gibt es? Wie werden diese angewandt? Welche erfolgreichen Geschäftsmodellmuster lassen sich identifizieren?
Literaturempfehlungen	
Links	
Language of instruction	German
Duration (semesters)	1 Semester
Module frequency	Das Modul wird in einem Turnus von drei bis vier Semestern angeboten.
Module capacity	22 (22)

Reference text		Dieses Wahlpflichtmodul unterstützt die Entwicklung eines Führungsprofils "Management".
Examination	Prüfungszeiten	Type of examination
Final exam of module		G
Form of instruction	Seminar	
SWS	2	
Frequency	SoSe oder WiSe	

Abschlussmodul

bam - Bachelor-Modul (Bachelor Thesis inkl. Forschungskolloquium)

Module label	Bachelor-Modul (Bachelor Thesis inkl. Forschungskolloquium)
Modulkürzel	bam
Credit points	15.0 KP
Workload	450 h
Verwendbarkeit des Moduls	• Bachelor's Programme Business Administration for Medium-Sized Enterprises (Bachelor) > Abschlussmodul
Zuständige Personen	• Rubens-Laarmann, Anne (module responsibility)
Prerequisites	Prüfungsleistungen in einem Umfang von mindestens 120 KP.
Skills to be acquired in this module	Die Teilnehmenden können • eine wirtschaftswissenschaftliche Fragestellung klar formulieren, • ein adäquates Forschungsdesign entwickeln, • selbständig eine wissenschaftliche Arbeit verfassen sowie • die inhaltlichen und formalen Kriterien an eine Bachelorarbeit kennen und anwenden.
Module contents	Das Abschlussmodul begleitet die Erstellung der Bachelorarbeit und besteht aus folgenden Teilen: · Individuelle Betreuung durch Gutachter_innen · Online-Intensivphasen mit Mentorenbetreuung · Begleitende Studienmaterialien zur Erstellung der Bachelorarbeit Die Online-Intensivphasen dienen der Vorstellung, Diskussion und Überarbeitung des Exposés der Teilnehmenden (erste Phase) sowie der Diskussion ausgewählter Fragestellung und Leseproben der Arbeit (zweite Phase). Feedback kommt von den anderen Teilnehmenden und der Mentorin. Diese steht auch während und zwischen den Intensivphasen für die Klärung organisatorischer und formaler Fragen zur Verfügung. Fachliche Fragen beantworten parallel die Gutachter_innen. Die Studienmaterialien beinhalten: Themensuche (Arten wissenschaftlicher Abschlussarbeiten, Strategien zur Themenfindung, Festlegung des Themenbereichs), Materialsuche (Literatur beschaffen, Literaturauswertung, Literaturverwaltung), Das Thema erarbeiten (Fragestellung, Zielsetzung, Exposé), Aufbau und Gliederung (Grundlagen, formale Anforderungen, Aufbau), Dokumentation der Quellen (Wann zitieren, wie zitieren).
Literaturempfehlungen	
Links	
Languages of instruction	
Duration (semesters)	25 Wochen Semester
Module frequency	Das Abschlussmodul wird fortlaufend in jedem Semester angeboten.
Module capacity	unlimited (keine Teilnehmerbegrenzung)
Reference text	Dieses Pflichtmodul unterstützt die Teilnehmenden bei der Erstellung der Bachelorarbeit

Examination	Prüfungszeiten	Type of examination
Final exam of module		• Regelmäßige Teilnahme an den Online-Diskussionen im Online-Kolloquium • Erstellung eines Exposé zum Vorhaben der Bachelorarbeit • Eigenständige Anfertigung der

Examination	Prüfungszeiten	Type of examination
		Bachelorarbeit unter Anwendung wissenschaftlicher Methoden

Form of instruction	Seminar
Frequency	