



# **Modulhandbuch**

für den

## **Bachelorstudiengang Digitalisierung & Unternehmensgründung (DUG)**

**Abschlussgrad: Bachelor of Arts (B.A.)**

an der Hochschule für angewandte Wissenschaften  
Hochschule Landshut

im Studienjahr

**WS 2023/2024 und SS 2024**

nach der 1. Änderungssatzung der Studien- und Prüfungsordnung vom 8.8.2023  
gültig ab 1.10.2023

## Inhaltsverzeichnis

1	Pflicht- und Wahlpflichtmodule im ersten und zweiten Semester .....	4
1.1	Quantitative Methoden.....	4
1.1.1	DUG 101 Wirtschaftsmathematik.....	4
1.1.2	DUG 202 Statistik .....	7
1.2	Einführung in die Betriebswirtschaftslehre.....	10
	DUG 120 Einführung in die Betriebswirtschaftslehre .....	10
1.3	Rechnungswesen .....	13
1.3.1	DUG 121 Externes Rechnungswesen.....	13
1.3.2	DUG 222 Kosten- und Leistungsrechnung .....	15
1.4	Digitalisierung.....	18
1.4.1	DUG 131 Daten & Algorithmen .....	18
1.4.2	DUG 230 Informationstechnologie .....	20
1.5	Unternehmensführung und -gründung .....	22
1.5.1	DUG 240 Grundlagen Marketing und Vertrieb .....	22
1.5.2	DUG 243 Social Entrepreneurship.....	24
1.5.3	DUG 242 Creating & Prototyping .....	27
1.6	Studium Generale.....	30
	DUG 260 Studium Generale .....	30
2	Pflicht- und Wahlpflichtmodule im dritten und vierten Semester .....	32
2.1	Funktionen .....	32
2.1.1	DUG 302 Grundlagen Produktion, Logistik und Dienstleistungen .....	32
2.1.2	DUG 401 Grundlagen Personalmanagement .....	35
2.2	Recht.....	38
2.2.1	DUG 311 Wirtschaftsprivatrecht / Gesellschaftsrecht.....	38
2.2.2	DUG 313 Arbeitsrecht .....	40
2.3	Digitalisierung.....	42
2.3.1	DUG 332 KI: Data & Machine Learning .....	42
2.3.2	DUG 433 Case Study: Mobile App / Web App.....	44
2.4	Finanz- und Investitionswirtschaft .....	46
	DUG 312 Finanz- und Investitionswirtschaft .....	46
2.5	Unternehmensführung und -gründung .....	49
2.5.1	DUG 412 Grundlagen Controlling .....	49
2.5.2	DUG 413 Innovation und Projektmanagement .....	51
2.5.3	DUG 414 Geschäftsmodell- und Strategieentwicklung.....	55
2.5.4	DUG 441 Unternehmerische Kompetenzen 1.....	58

2.6	DUG 320 Betriebswirtschaftliches Seminar Digital Business Models .....	61
3	Pflicht- und Wahlpflichtmodule im Praktischen Studiensemester (fünftes Semester) .....	63
3.1	DUG 501 Praxisorientierte Lehrveranstaltung .....	63
	Kurs: Überleben in der beruflichen Praxis als Betriebswirt .....	64
	Kurs: Unternehmerpersönlichkeiten / Gewinn- und Sozialorientierung.....	65
	Course: Employability .....	66
3.2	DUG 502 Praktische Zeit im Betrieb.....	70
3.3	DUG 503 Praxisreflexion, Kurs Unternehmerische Kompetenzen 2.....	72
4	Pflicht- und Wahlpflichtmodule im sechsten und siebten Semester .....	75
4.1	Unternehmensgründung.....	75
	4.1.1 DUG 643 Unternehmerische Kompetenzen 3.....	75
	4.1.2 DUG 744 Unternehmerische Kompetenzen 4.....	78
4.2	Digitalisierung.....	81
	4.2.1 DUG 626 Wirtschaftsinformatik I.....	81
	4.2.2 DUG 726 Wirtschaftsinformatik II.....	83
4.3	Studium Generale.....	86
	DUG 610 Studium Generale .....	86
4.4	Spezialisierungen/Kompetenzmodule .....	88
	4.4.1 Controlling.....	88
	DUG 621 Controlling I.....	88
	DUG 721 Controlling II.....	91
	4.4.2 Finanzmanagement.....	94
	DUG 622 Finanzmanagement I.....	94
	DUG 722 Finanzmanagement II.....	98
	4.4.3 Marketing- und Vertriebsmanagement .....	101
	DUG 623 Marketing- und Vertriebsmanagement I.....	101
	DUG 723 Marketing- und Vertriebsmanagement II.....	104
	4.4.4 Organisationskonzepte/Personalmanagement .....	106
	DUG 624 Organisationskonzepte .....	106
	DUG 724 Personalmanagement .....	109
	4.4.5 Operations & Supply Chain Management.....	111
	DUG 627 Operations & Supply Chain Management I.....	111
	DUG 727 Operations & Supply Chain Management II .....	114
4.5	Bachelorarbeit .....	117
	Bachelorarbeit .....	117

1 Pflicht- und Wahlpflichtmodule im ersten und zweiten Semester

1.1 Quantitative Methoden

1.1.1 DUG 101 Wirtschaftsmathematik

<b>Studiengang</b>	Digitalisierung & Unternehmensgründung (DUG)
<b>Akademischer Grad</b>	B.A.

<b>Modulbezeichnung lt. SPO</b>	Wirtschaftsmathematik
<b>Modulbezeichnung engl.</b>	Business Mathematics
<b>Modul Nr.</b>	DUG 101
<b>Modul Gruppe</b>	Quantitative Methoden

<b>Veranstaltungssprache</b>	Deutsch
<b>Modulverantwortliche(r)</b>	Prof. Dr. Maren Martens
<b>Dozent(in)</b>	Prof. Dr. Maren Martens

<b>Studienabschnitt</b>	1. Studienjahr
<b>Semester</b>	1. Semester
<b>Häufigkeit des Angebotes</b>	Wintersemester
<b>Dauer</b>	1 Semester
<b>Modultyp</b>	Pflichtmodul
<b>Verwendung des Moduls</b>	B.A. BW, B.A. IB, B.A. DPM, B.A. DUG, B.A. SB, B.Sc. WPN

<b>Credits nach ECTS</b>	7 ECTS			
<b>Arbeitsaufwand (h)</b>	<b>Gesamt</b>	<b>Lehrveranstaltung</b>	<b>Selbststudium</b>	<b>geplante Gruppengröße</b>
	210 Stunden	75 Stunden	135 Stunden	2 Gruppen à ca. 90 - 100 Studierende

<b>Lehrformen (SWS)</b>	<b>Gesamt</b>	<b>Seminaristischer Unterricht</b>	<b>Seminar</b>	<b>Übung</b>	<b>Projektarbeit</b>
	5 SWS	5 SWS	-	-	-

<b>Teilnahmevoraussetzungen</b>	<b>Formal:</b> Keine
	<b>Inhaltlich:</b> keine
<b>Prüfungsleistung</b>	Klausur, 60 Minuten
<b>Prüfungsvorleistung</b>	Keine
<b>Geht in die Endnote ein</b>	Ja

<b>Lernergebnisse/ Kompetenzen</b>	<p>Die Studierenden erkennen die Relevanz von Mathematik für die Wirtschaftswissenschaften und haben den Umgang mit den grundlegenden, wirtschaftsrelevanten mathematischen Methoden erlernt. Sie können diese in ihrem Studium anwenden und sind in der Lage, entsprechende Aufgabenstellungen im Berufsleben zu bearbeiten.</p> <p><u>Wissen und Verstehen:</u></p> <p>Die Studierenden haben ein breites Verständnis für die wissenschaftlichen Grundlagen wirtschaftlich relevanter mathematischer Anwendungen. Ihr Wissen und Verstehen entspricht dem Stand der gängigen Fachliteratur und geht im Bereich der mathematischen Optimierung wirtschaftswissenschaftlicher Zusammenhänge teilweise darüber hinaus. Sie erkennen mathematisch relevante Informationen.</p> <p><u>Können (Wissenserschließung):</u></p> <p>In den Bereichen „Finanzmathematik“, „Lineare Produktionsmodelle“ und „Mathematische Optimierung ohne Nebenbedingungen“ können die Studierenden wirtschaftlich relevante Sachverhalte mathematisch formulieren und Lösungsansätze entwickeln. Sie bestimmen für grundlegende Fragestellungen sachlich fundierte Problemlösungen und können ihre Ergebnisse im jeweiligen Kontext korrekt einordnen. Sie können die Mächtigkeit, aber auch die Grenzen mathematischer Modellbildung einschätzen.</p>
<b>Inhalte</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Funktionen einer Variablen:<ul style="list-style-type: none"><li>○ Eigenschaften von Funktionen</li><li>○ Umkehrfunktionen</li><li>○ Spezielle Funktionen</li></ul></li><li>• Differentialrechnung und Extremwertaufgaben für Funktionen einer und mehrerer Variablen<ul style="list-style-type: none"><li>○ Kurvendiskussion</li><li>○ Ökonomische Anwendungen</li></ul></li><li>• Integralrechnung:<ul style="list-style-type: none"><li>○ Flächenberechnung</li><li>○ Partielle Integration</li><li>○ Integration durch Substitution</li></ul></li><li>• Lineare Algebra:<ul style="list-style-type: none"><li>○ Vektor- und Matrixrechnung</li><li>○ Lineare Gleichungssysteme</li><li>○ Lineare Produktionsmodelle</li></ul></li><li>• Finanzmathematik</li></ul>

	<ul style="list-style-type: none"><li>○ Zins- und Zinseszinsrechnung</li><li>○ Barwert und Endwert, Kapitalwert</li><li>○ Rentenrechnung</li></ul>
<b>Medien</b>	Tafel, Beamer mit Laptop, Visualizer, Moodle
<b>Literatur</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Christiaans, Thomas/Ross, Matthias: Wirtschaftsmathematik für das Bachelor-Studium. Lehr- und Arbeitsbuch. 2. Auflage. Springer Gabler, Wiesbaden, 2016.</li><li>• Arrenberg, Jutta: Wirtschaftsmathematik für Bachelor. 3. Auflage. UVK Verlagsgesellschaft mbH, Konstanz und München, 2015.</li><li>• Stiefl, Jürgen: Wirtschaftsmathematik. Verstehen und anwenden. WILEY-VCH Verlag GmbH &amp; Co. KGaA, Weinheim, 2016.</li></ul>

### 1.1.2 DUG 202 Statistik

<b>Studiengang</b>	Digitalisierung & Unternehmensgründung (DUG)				
<b>Akademischer Grad</b>	B.A.				
<b>Modulbezeichnung lt. SPO</b>	Statistik				
<b>Modulbezeichnung engl.</b>	Statistics				
<b>Modul Nr.</b>	DUG 202				
<b>Modul Gruppe</b>	Quantitative Methoden				
<b>Veranstaltungssprache</b>	Deutsch				
<b>Modulverantwortliche(r)</b>	Prof. Dr. Maren Martens				
<b>Dozent(in)</b>	Prof. Dr. Maren Martens				
<b>Studienabschnitt</b>	1. Studienjahr				
<b>Semester</b>	2. Semester				
<b>Häufigkeit des Angebotes</b>	Sommersemester				
<b>Dauer</b>	1 Semester				
<b>Modultyp</b>	Pflichtmodul				
<b>Verwendung des Moduls</b>	B.A. BW, B.A. IB, B.A. DPM, B.A. DUG, B.A. SB				
<b>Credits nach ECTS</b>	7 ECTS				
<b>Arbeitsaufwand (h)</b>	<b>Gesamt</b>	<b>Lehrveranstaltung</b>	<b>Selbststudium</b>	<b>geplante Gruppengröße</b>	
	210 Stunden	75 Stunden	135 Stunden	1 Gruppe à ca. 200 Studierende	
<b>Lehrformen (SWS)</b>	<b>Gesamt</b>	<b>Seminaristischer Unterricht</b>	<b>Seminar</b>	<b>Übung</b>	<b>Projektarbeit</b>
	5 SWS	5 SWS	-	-	-
<b>Teilnahmevoraussetzungen</b>	<b>Formal:</b> Keine				
	<b>Inhaltlich:</b> keine				
<b>Prüfungsleistung</b>	Klausur, 60 Minuten				
<b>Prüfungsvorleistung</b>	Keine				
<b>Geht in die Endnote ein</b>	Ja				

<p><b>Lernergebnisse/ Kompetenzen</b></p>	<p>Die Studierenden erkennen die Relevanz der Statistik für die Wirtschaftswissenschaften und haben den Umgang mit den grundlegenden statistischen Methoden erlernt. Sie können diese in ihrem Studium anwenden und sind in der Lage, Statistiken im Alltag und Berufsleben aufzustellen und richtig zu interpretieren.</p> <p><u>Wissen/Verstehen:</u></p> <p>Die Studierenden haben ein breites Verständnis für die Aufbereitung von Daten mit den klassischen Methoden der Statistik; ihr Wissen und Verstehen entspricht dem Stand der gängigen Fachliteratur. Sie kennen die grundlegenden Begriffe und Methoden der Statistik.</p> <p><u>Können/Wissenserschließung:</u></p> <p>Die Studierenden sind in der Lage, Daten zu analysieren und aus ihnen relevante Erkenntnisse abzuleiten. Sie sind in der Lage, statistische Ergebnisse angemessen aufzubereiten, gut verständlich darzustellen und zu interpretieren. Sie können anhand des durch Stichproben erlangten Wissens allgemeine Aussagen auf ihre Korrektheit hin überprüfen. Die Studierenden können die Macht von Statistiken korrekt einordnen sowie Grenzen der durch Statistik gegebenen Möglichkeiten erkennen.</p>
<p><b>Inhalte</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Klassifikation und Aufbereitung von Daten</li> <li>• Deskriptive Statistik:             <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Grundlegende Begriffe wie Mittelwert, Median, Modus, Standardabweichung, Spannweite, Variationskoeffizient, Quartile</li> <li>○ Korrelation: Korrelationskoeffizienten von Bravais-Pearson und Spearman, Vierfelderkoeffizient, Kontingenzkoeffizient</li> <li>○ Verhältniszahlen</li> <li>○ Visuelle Darstellung von Statistiken</li> </ul> </li> <li>• Induktive Statistik:             <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Verteilungen: Normalverteilung, t-Verteilung, <math>\chi^2</math>-Verteilung, F-Verteilung</li> <li>○ Hypothesentests: Signifikanzniveau, Ablehnungsbereich</li> <li>○ Testverfahren: Mittelwerttest, Test auf Differenz von Mittelwerten, Test auf Korrelation</li> <li>○ Regression: Lineare Einfachregression, multiple Regressionsanalyse</li> </ul> </li> </ul>
<p><b>Medien</b></p>	<p>Tafel, Beamer mit Laptop, Visualizer, Moodle</p>



<b>Literatur</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Kronthaler, Franz: Statistik angewandt. Datenanalyse ist (k)eine Kunst. Excel Edition. Springer Spektrum, Berlin Heidelberg, 2016.</li><li>• Bleymüller, Josef/Gehlert, Günther/Gülicher, Herbert/Weißbach, Rafael: Statistik für Wirtschaftswissenschaftler. 17. Auflage. Vahlen, München, 2015.</li><li>• Rößler, Irene/Ungerer, Albrecht: Statistik für Wirtschaftswissenschaftler. Eine anwendungsorientierte Darstellung. 5., aktualisierte Auflage. Springer Gabler, Berlin Heidelberg, 2016.</li></ul>
------------------	---

## 1.2 Einführung in die Betriebswirtschaftslehre

### DUG 120 Einführung in die Betriebswirtschaftslehre

<b>Studiengang</b>	Digitalisierung & Unternehmensgründung (DUG)
<b>Akademischer Grad</b>	B.A.

<b>Modulbezeichnung lt. SPO</b>	Einführung in die Betriebswirtschaftslehre
<b>Modulbezeichnung engl.</b>	Introduction to Business Administration
<b>Modul Nr.</b>	DUG 120
<b>Modul Gruppe</b>	

<b>Veranstaltungssprache</b>	deutsch
<b>Modulverantwortliche(r)</b>	Prof. Dr. Bernd Mühlfriedel
<b>Dozent(in)</b>	Prof. Dr. Bernd Mühlfriedel

<b>Studienabschnitt</b>	1. Studienjahr
<b>Semester</b>	1. Semester
<b>Häufigkeit des Angebotes</b>	Wintersemester
<b>Dauer</b>	1 Semester
<b>Modultyp</b>	Pflichtmodul
<b>Verwendung des Moduls</b>	B.A. BW, B.A. IB, B.A. DPM, B.A. DUG, B.A. SB

<b>Credits nach ECTS</b>	5 ECTS			
<b>Arbeitsaufwand (h)</b>	<b>Gesamt</b>	<b>Lehrveranstaltung</b>	<b>Selbststudium</b>	<b>geplante Gruppengröße</b>
		60 Stunden	90 Stunden	2 Gruppen à ca. 90 - 100 Studierende

<b>Lehrformen (SWS)</b>	<b>Gesamt</b>	<b>Seminaristischer Unterricht</b>	<b>Seminar</b>	<b>Übung</b>	<b>Projektarbeit</b>
	4 SWS	3 SWS	-	1 SWS	-

<b>Teilnahmevoraussetzungen</b>	<b>Formal:</b> keine
	<b>Inhaltlich:</b> keine
<b>Prüfungsleistung</b>	THE (Take-Home-Exam) oder Klausur, 60 Minuten. Semesterspezifische Prüfungsleistung zeigt der Studien- und Prüfungsplan
<b>Prüfungsvorleistung</b>	keine
<b>Geht in die Endnote ein</b>	ja

<p><b>Lernergebnisse / Kompetenzen</b></p>	<p>Die Studierenden erhalten einen Überblick über die wesentlichen betriebswirtschaftlichen Prinzipien und Funktionen und deren Zusammenspiel.</p> <p><u>Wissen und Verstehen:</u></p> <p>Die Studierenden erkennen und beschreiben grundlegende betriebswirtschaftliche Begriffe, Ansätze und Funktionen erschöpfend und korrekt. Die Studierenden wenden das theoretische Wissen auf einfache betriebswirtschaftliche Probleme an und interpretieren einfache Sachverhalte aus der betriebswirtschaftlichen Praxis korrekt. Sie schätzen die Auswirkungen bestimmter Vorgehensweise korrekt ab und führen einfache Berechnungen zur Entscheidungsunterstützung durch.</p> <p><u>Können (Wissenserschließung):</u></p> <p>Keine, da Einführungsveranstaltung am Anfang des Studiums.</p>
<p><b>Inhalte</b></p>	<p>Grundlegende Sachverhalte &amp; Definitionen der BWL</p> <p>Konstitutive Entscheidungen: Rechtsformen, Unternehmensstandorte, Zusammenschlüsse</p> <p>Produkt-/Leistungsangebot &amp; Geschäftsmodell</p> <p>Primäre Unternehmensfunktionen: Marketing, Vertrieb, Materialwirtschaft und Logistik, Produktion, Finanzwirtschaft</p> <p>Unterstützende Funktionen: externes und internes Rechnungswesen, Organisation, Human Resource Management, Leadership/Führung</p> <p>Strategisches Management/Unternehmensführung</p>
<p><b>Medien</b></p>	<p>Beamer mit Laptop, Visualizer, Moodle, Lehrvideos, Chats</p>
<p><b>Literatur</b></p>	<p><u>Basisliteratur:</u></p> <p>Straub, Thomas: Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, Pearson, 2. Auflage, 2014.</p> <p><u>Zusatzliteratur:</u></p> <p>Osterwalder, Alexander / Pigneur, Yves: Business Model Generation: Ein Handbuch für Visionäre, Spielveränderer und Herausforderer, Campus Verlag, 2011.</p>

	<p>Ries, Eric: The Lean Startup: How Today's Entrepreneurs Use Continuous Innovation to Create Radically Successful Businesses, Crown Business, 2011.</p> <p>Thommen, Jean-Paul / Achleitner, Ann-Kristin: Allgemeine Betriebswirtschaftslehre: Umfassende Einführung aus managementorientierter Sicht, Gabler, 8. Auflage, 2017.</p> <p>Wöhe, Günter / Döring, Ulrich: Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, Vahlen, 26. Auflage, 2016.</p> <p>Financial Times: <a href="http://www.ft.com">http://www.ft.com</a> Handelsblatt: <a href="http://www.handelsblatt.com">http://www.handelsblatt.com</a> Wirtschaftswoche: <a href="http://www.wiwo.de">http://www.wiwo.de</a></p>
--	---

### 1.3 Rechnungswesen

#### 1.3.1 DUG 121 Externes Rechnungswesen

<b>Studiengang</b>	Digitalisierung & Unternehmensgründung (DUG)
<b>Akademischer Grad</b>	B.A.

<b>Modulbezeichnung lt. SPO</b>	Externes Rechnungswesen
<b>Modulbezeichnung engl.</b>	External Accounting
<b>Modul Nr.</b>	DPM 121
<b>Modul Gruppe</b>	Rechnungswesen

<b>Veranstaltungssprache</b>	deutsch
<b>Modulverantwortliche(r)</b>	Prof. Dr. Tina Krieger
<b>Dozent(in)</b>	Prof. Dr. Tina Krieger

<b>Studienabschnitt</b>	1. Studienjahr
<b>Semester</b>	1. Semester
<b>Häufigkeit des Angebotes</b>	Wintersemester
<b>Dauer</b>	1 Semester
<b>Modultyp</b>	Pflichtmodul
<b>Verwendung des Moduls</b>	B.A. BW, B.A. IB, B.A. DPM, B.A. DUG, B.A. SB, B. Sc. WPN

<b>Credits nach ECTS</b>	5 ECTS			
<b>Arbeitsaufwand (h)</b>	<b>Gesamt</b>	<b>Lehrveranstaltung</b>	<b>Selbststudium</b>	<b>geplante Gruppengröße</b>
	150 Stunden	60 Stunden	90 Stunden	3 Gruppen à ca. 100 Studierende

<b>Lehrformen (SWS)</b>	<b>Gesamt</b>	<b>Seminaristischer Unterricht</b>	<b>Seminar</b>	<b>Übung</b>	<b>Projektarbeit</b>
	4 SWS	4 SWS	-	-	-

<b>Teilnahmevoraussetzungen</b>	<b>Formal:</b> keine
	<b>Inhaltlich:</b> keine
<b>Prüfungsleistung</b>	Klausur, 60 Minuten
<b>Prüfungsvorleistung</b>	keine
<b>Geht in die Endnote ein</b>	ja

<p><b>Lernergebnisse / Kompetenzen</b></p>	<p>Die Studierenden erhalten Kenntnis über die gesetzlichen Grundlagen und die Funktionsweisen des externen Rechnungswesens sowie der für die Rechnungslegung bedeutenden Regelungen des Umsatzsteuerrechts und können diese sachverhaltsbezogen anwenden.</p> <p><u>Wissen und Verstehen:</u></p> <p>Die Studierenden können die Bedeutung und die organisatorische Einbindung des Rechnungswesens innerhalb eines Gesamtunternehmens beschreiben und kritisch abgrenzen. Sie kennen und verstehen die für die Rechnungslegung einschlägigen handels- und umsatzsteuerrechtlichen Vorschriften. Sie sind mit der Technik der Doppelten Buchhaltung vertraut.</p> <p><u>Können (Wissenserschließung):</u></p> <p>Die Studierenden können laufende Geschäftsvorfälle verbuchen, Abschlussbuchungen durchführen und einfache Jahresabschlüsse aufzustellen. Sie sind in der Lage, die o.g. Normen auf praxisnahe Sachverhalte anzuwenden und ihre Lösung mittels Zitaten zu begründen.</p>
<p><b>Inhalte</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Einführung in das externe Rechnungswesen</li> <li>• Rechtsgrundlagen und Arbeit mit Gesetzestexten</li> <li>• Grundlagen der Finanzbuchführung und Verbuchung von Geschäftsvorfällen</li> <li>• Grundlagen der Umsatzsteuer im Zusammenhang mit ihrer Bedeutung für das externe Rechnungswesen</li> <li>• Der handelsrechtliche Jahresabschluss             <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Aufbau</li> <li>○ Ansatz-Ausweis-Bewertung</li> <li>○ Gestaltung</li> </ul> </li> </ul>
<p><b>Medien</b></p>	<p>Beamer Visualizer, Tafel,</p>
<p><b>Literatur</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bornhofen/Bornhofen (2022), Buchführung 1-2022, 34. Aufl. Springer Verlag</li> <li>• Bornhofen/Bornhofen (2022), Buchführung 2-2022, 34. Aufl. Springer Verlag</li> <li>• Bornhofen/Bornhofen (2022), Steuerlehre 1-2022, 43. Aufl. Springer Verlag</li> <li>• <b>Meyer / Theile (2022): Bilanzierung nach Handels- und Steuerrecht, NWB-Verlag</b></li> <li>• Gesetzestexte in der jeweils aktuellen Fassung, insbesondere Handelsgesetzbuch (HGB), Einkommensteuergesetz (EStG) und Umsatzsteuergesetz (UStG)</li> <li>• Aktuelle Fachartikel (z.B. über die NWB- und Beck-Datenbank)</li> </ul>

### 1.3.2 DUG 222 Kosten- und Leistungsrechnung

<b>Studiengang</b>	Digitalisierung & Unternehmensgründung (DUG)
<b>Akademischer Grad</b>	B.A.

<b>Modulbezeichnung lt. SPO</b>	Kosten- und Leistungsrechnung
<b>Modulbezeichnung engl.</b>	Cost and Performance Accounting
<b>Modul Nr.</b>	DUG 222
<b>Modul Gruppe</b>	Rechnungswesen

<b>Veranstaltungssprache</b>	deutsch
<b>Modulverantwortliche(r)</b>	Prof. Dr. Michael Weisensee
<b>Dozent(in)</b>	Prof. Dr. Michael Weisensee

<b>Studienabschnitt</b>	1. Studienjahr
<b>Semester</b>	2. Semester
<b>Häufigkeit des Angebotes</b>	Sommersemester
<b>Dauer</b>	1 Semester
<b>Modultyp</b>	Pflichtmodul
<b>Verwendung des Moduls</b>	B.A. BW, B.A. IB, B.A. DPM, B.A. DUG, B.A. SB, B. Sc. WIF, B.Sc. WPN

<b>Credits nach ECTS</b>	5 ECTS			
<b>Arbeitsaufwand (h)</b>	<b>Gesamt</b>	<b>Lehrveranstaltung</b>	<b>Selbststudium</b>	<b>geplante Gruppengröße</b>
	150 Stunden	60 Stunden	90 Stunden	2 Gruppen à ca. 100 Studierende

<b>Lehrformen (SWS)</b>	<b>Gesamt</b>	<b>Seminaristischer Unterricht</b>	<b>Seminar</b>	<b>Übung</b>	<b>Projektarbeit</b>
	4 SWS	4 SWS	-	-	-

<b>Teilnahmevoraussetzungen</b>	<b>Formal:</b> keine
	<b>Inhaltlich:</b> keine
<b>Prüfungsleistung</b>	Klausur, 60 Minuten
<b>Prüfungsvorleistung</b>	keine
<b>Geht in die Endnote ein</b>	ja

<b>Lernergebnisse / Kompetenzen</b>	<p>Nach erfolgreicher Teilnahme an der Vorlesung verstehen die Studentinnen und Studenten die Funktionen der KLR insbesondere hinsichtlich der Vorbereitung und Überprüfung betriebswirtschaftlicher Entscheidungen und können wichtige Instrumente zielgerichtet anwenden und einsetzen.</p> <p><u>Wissen und Verstehen:</u></p> <p>Die Absolventinnen und Absolventen kennen die Unterschiede zwischen dem internen und externen Rechnungswesen. Sie sind in der Lage, die Datenflüsse zwischen diesen Rechenwerken zu erläutern. Geschäftsvorfälle können begrifflich eingeordnet und hinsichtlich ihrer Auswirkung auf Bilanz, GuV und Liquiditätsrechnung interpretiert werden. Begriffe der KLR (einschließlich der Bezüge zur VWL, wie Opportunitätskosten und sunk costs) können erläutert werden. Die Absolventinnen und Absolventen können hinsichtlich betrieblicher Zweckmäßigkeit zwischen den unterschiedlichen Verfahren der Kostenstellen- und Kostenträgerrechnung unterscheiden.</p> <p><u>Können (Wissenserschließung):</u></p> <p>Absolventinnen und Absolventen können vor dem Hintergrund unterschiedlicher Kostenarten-, Kostenstellenstrukturen sowie Fertigungsverfahren Verrechnungs- und Kalkulationsverfahren durchführen, beurteilen und Vorschläge für Verbesserungen ableiten. Sie sind in der Lage, Ergebnisrechnungen zu analysieren und zu beurteilen, Kostenfunktionen (auch mit Hilfe der linearen Einfachregression) abzuleiten, Gleichungssysteme aufzustellen und mit Hilfe der Cramerschen Regel oder der Invertierung von Matrizen zu lösen, optimale Produktionsprogramme (auch mit Hilfe des Simplex-Algorithmus) zu erstellen. Sie können zwischen kostenbasierten und gewinnmaximierenden Kalkulationsverfahren differenzieren und diese auch anwenden (z. B. praxisorientierte gewinnmaximierende Preiskalkulation mit Hilfe der Preiselastizität). Unbekannte Kalkulationsmethoden können erfasst, umgesetzt und bewertet werden.</p>
---	--



<p><b>Inhalte</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Grundlagen und Grundbegriffe der Kosten- und Leistungsrechnung</li> <li>• Kostenbegriffe und Kostenfunktionen</li> <li>• Fallbeispiel</li> <li>• Kostenartenrechnung</li> <li>• Kostenstellenrechnung</li> <li>• Kostenträgerrechnung</li> <li>• Systeme der Kostenrechnung</li> <li>• Deckungsbeitragsrechnung                         <ul style="list-style-type: none"> <li>• Absolute DB-Rechnung</li> <li>• Relative DB-Rechnung                                 <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ein Engpass</li> <li>• Mehrere Engpässe</li> </ul> </li> </ul> </li> <li>• Kostenplanung                         <ul style="list-style-type: none"> <li>• Starre Plankostenrechnung</li> <li>• Flexible Plankostenrechnung</li> <li>• Grenzplankostenrechnung</li> </ul> </li> <li>• Grundzüge des Kostenmanagements</li> </ul>
<p><b>Medien</b></p>	<p>Tafel, Flipchart, PowerPoint-Präsentation per Beamer, Handout, Overhead-Projektor, Internet-Skripten</p>
<p><b>Literatur</b></p>	<p>Coenenberg, A. G./Fischer, T. M./Günther, T.: Kostenrechnung und Kostenanalyse; Stuttgart; Schäffer-Poeschel.</p> <p>Friedl, G./Hofman, C./Pedell, B.: Kostenrechnung. Eine entscheidungsorientierte Einführung; München; Vahlen.</p> <p>Jórasz, W.: Kosten- und Leistungsrechnung; Stuttgart; Schäffer-Poeschel.</p> <p>Olfert, K.: Kostenrechnung; Herne; Kiehl.</p> <p>Schweitzer, M.; Küpper, H.-U; Friedl, G.; Hofmann, Chr.; Pedell, B.: Systeme der Kosten- und Erlösrechnung; München; Vahlen.</p> <p>Weber, J./Weißberger, B. E.: Einführung in das Rechnungswesen; Stuttgart; Schäffer-Poeschel.</p> <p>(jeweils aktuelle Auflage)</p>

## 1.4 Digitalisierung

### 1.4.1 DUG 131 Daten & Algorithmen

<b>Studiengang</b>	Digitalisierung & Unternehmensgründung (DUG)
<b>Akademischer Grad</b>	B.A.

<b>Modulbezeichnung lt. SPO</b>	Daten und Algorithmen
<b>Modulbezeichnung engl.</b>	Data and Algorithms
<b>Modul Nr.</b>	DUG 131
<b>Modul Gruppe</b>	Digitalisierung

<b>Veranstaltungssprache</b>	deutsch
<b>Modulverantwortliche(r)</b>	Prof. Dr. Dieter Greipl
<b>Dozent(in)</b>	Michael Deller

<b>Studienabschnitt</b>	1. Studienjahr
<b>Semester</b>	1. Semester
<b>Häufigkeit des Angebotes</b>	Wintersemester
<b>Dauer</b>	1 Semester
<b>Modultyp</b>	Pflichtmodul
<b>Verwendung des Moduls</b>	B.A. DUG und B.A. DPM

<b>Credits nach ECTS</b>	5 ECTS			
<b>Arbeitsaufwand (h)</b>	<b>Gesamt</b>	<b>Lehrveranstaltung</b>	<b>Selbststudium</b>	<b>geplante Gruppengröße</b>
	150 Stunden	60 Stunden	90 Stunden	40 Studierende

<b>Lehrformen (SWS)</b>	<b>Gesamt</b>	<b>Seminaristischer Unterricht</b>	<b>Seminar</b>	<b>Praktikum</b>	<b>Projektarbeit</b>
	4 SWS	2 SWS	-	2 SWS	-

<b>Teilnahmevoraussetzungen</b>	<b>Formal:</b> keine
	<b>Inhaltlich:</b> keine
<b>Prüfungsleistung</b>	<p>portP (T 30%, Klausur 70%) od. Klausur (60-90 Minuten)</p> <p>Portfolioprüfung bestehend aus einem Testat (semesterbegleitende schriftliche Prüfung) und einer Klausur (schriftliche Prüfung im Prüfungszeitraum) oder eine Klausur mit 60-90 Minuten</p> <p>Semesterspezifische Prüfungsleistung zeigt der Studien- und Prüfungsplan</p>

<b>Prüfungsvorleistung</b>	keine
<b>Geht in die Endnote ein</b>	ja
<b>Lernergebnisse / Kompetenzen</b>	<p><u>Wissen und Verstehen</u></p> <p>Die Teilnehmenden verstehen die verschiedenen Aspekte des Begriffs Algorithmus aus Sicht der Technik und der populären Kommunikation. Sie kennen die Grundelemente einer Programmiersprache, die Struktur von Algorithmen und Kernelemente des Softwareentwicklungsprozesses.</p> <p><u>Können (Wissenserschließung)</u></p> <p>Ausgehend von der ersten „Hello-World“ App können die Teilnehmenden mit elementaren algorithmischen Bausteinen Probleme lösen und einfache Benutzeroberflächen erstellen. Am Ende des Semesters haben Studierende ein Bild von Möglichkeiten und Grenzen von Algorithmen und können die Elemente eines Softwareentwicklungsprozesses beschreiben. Diese Kenntnisse bilden Grundlagen für das Modul DUG 332 (Data Science &amp; Maschinelles Lernen, 3. Semester) und das Modul DUG 433 (Case Study: Mobile App / Web App 4.Semester).</p>
<b>Inhalte</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• „Hello World“</li> <li>• Datentype, Objekte und Variablen</li> <li>• Kontrollstrukturen</li> <li>• UI-Elemente und Styles</li> <li>• Aspekte des Softwareentwicklungsprozess:             <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Spezifikation</li> <li>○ Entwicklung und Versionsmanagement</li> <li>○ Testen</li> <li>○ Dokumentation</li> </ul> </li> </ul>
<b>Medien</b>	Flipchart, Moodle-Kursraum, Zoom
<b>Literatur</b>	<p><a href="https://www.w3schools.com/js/default.asp">https://www.w3schools.com/js/default.asp</a></p> <p><a href="https://www.w3schools.com/css/default.asp">https://www.w3schools.com/css/default.asp</a></p> <p><a href="https://www.w3schools.com/bootstrap/bootstrap_ver.asp">https://www.w3schools.com/bootstrap/bootstrap_ver.asp</a></p>

## 1.4.2 DUG 230 Informationstechnologie

<b>Studiengang</b>	Digitalisierung & Unternehmensgründung (DUG)				
<b>Akademischer Grad</b>	B.A.				
<b>Modulbezeichnung lt. SPO</b>	Informationstechnologie				
<b>Modulbezeichnung engl.</b>	Information Technology				
<b>Modul Nr.</b>	DUG 230				
<b>Modul Gruppe</b>	Digitalisierung				
<b>Veranstaltungssprache</b>	deutsch				
<b>Modulverantwortliche(r)</b>	Prof. Dr. Dieter Greipl				
<b>Dozent(in)</b>	Prof. Dr. Dieter Greipl, Prof. Dr. Philipp Michaeli				
<b>Studienabschnitt</b>	1. Studienjahr				
<b>Semester</b>	1. und 2. Semester				
<b>Häufigkeit des Angebotes</b>	IT 1 im Wintersemester, IT 3 und IT 2 jeweils im Sommersemester				
<b>Dauer</b>	2 Semester				
<b>Modultyp</b>	Pflichtmodul				
<b>Verwendung des Moduls</b>	B.A. BW, B.A. IB, B.A. DPM, B.A. DUG, B.A. SB				
<b>Credits nach ECTS</b>	7 ECTS				
<b>Arbeitsaufwand (h)</b>	<b>Gesamt</b>	<b>Lehrveranstaltung</b>	<b>Selbststudium</b>	<b>geplante Gruppengröße</b>	
	210 Stunden	90 Stunden	120 Stunden	1-2 Gruppen à ca. 200 - 100 Studierende	
<b>Lehrformen (SWS)</b>	<b>Gesamt</b>	<b>Seminaristischer Unterricht</b>	<b>Seminar</b>	<b>Übung</b>	<b>Projektarbeit</b>
	6 SWS	6 SWS	-	-	-
<b>Teilnahmevoraussetzungen</b>	<b>Formal:</b> keine				
	<b>Inhaltlich:</b> keine				
<b>Prüfungsleistung</b>	Klausur, 60 Minuten				
<b>Prüfungsvorleistung</b>	keine				
<b>Geht in die Endnote ein</b>	ja				

<p><b>Lernergebnisse / Kompetenzen</b></p>	<p>Nach erfolgreicher Absolvierung des Modules verstehen die Studierenden wesentliche Methoden, Modelle und Technologien der IT und können die Relevanz ausgewählter Elemente für den praktischen Einsatz erläutern und einordnen.</p> <p><u>Wissen und Verstehen:</u></p> <p>Absolventinnen und Absolventen verstehen grundlegende Konzepte, Standards, Architekturen und Systeme der IT. Sie erkennen deren Relevanz der digitalen Transformation für Organisationen und die Gesellschaft. Sie erfassen die Funktion ausgewählter Softwaresysteme und ordnen deren Nutzen ein.</p> <p><u>Können (Wissenserschließung):</u></p> <p>Absolventinnen und Absolventen sind in der Lage im Team mit IT-Fachvertretern prozessunterstützende Lösungen zu entwickeln und entsprechende Anforderungen zu formulieren. Sie beziehen die Potentiale cloudbasierter Systeme und der Analyse operativer Datenbestände ein. Dabei erkennen sie Chancen und Risiken, die sich aus der hohen Innovationsgeschwindigkeit der IT für Geschäftsmodelle ergeben. Sie können Organisations- und Managementmodelle der IT auf konkrete Unternehmensszenarien anwenden.</p>
<p><b>Inhalte</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• IT als wirtschaftlicher und gesellschaftlicher Transformationsfaktor; Megatrends</li> <li>• Daten, Information und Wissen</li> <li>• IT-Sicherheit</li> <li>• Rechner, Vernetzung und Anwendungsarchitekturen</li> <li>• Anwendungssysteme im Unternehmen</li> <li>• Datenbanken und Business Analytics</li> <li>• Softwareentwicklung und Softwareauswahl</li> <li>• IT-Management</li> <li>• Digitale Transformation von Unternehmen</li> </ul>
<p><b>Medien</b></p>	<p>Foliensätze                  Begleitende Übungsaufgaben                  On-Line Ressourcen</p>
<p><b>Literatur</b></p>	<p>Grundzüge der Wirtschaftsinformatik Taschenbuch – 5. Januar 2017, Springer Gabler; 5. Januar 2017), Peter Mertens et al.</p> <p>Ergänzend: Wirtschaftsinformatik (De Gruyter Studium) Taschenbuch, De Gruyter Oldenbourg; 11. Aufl., – 26. Februar 2015</p> <p>Einführung in die Wirtschaftsinformatik Taschenbuch – 21. August 2015, von Jan Marco Leimeister</p> <p>Kaufmann, J.; Müller, W.: Grundkurs Wirtschaftsinformatik: Eine kompakte und praxisorientierte Einführung. 10. Aufl. Wiesbaden: Springer Vieweg 2023. ISBN (gebundene Ausgabe): 978-3-658-37936-0, ISBN (eBook): 978-3-658-37937-7.</p>

## 1.5 Unternehmensführung und -gründung

### 1.5.1 DUG 240 Grundlagen Marketing und Vertrieb

<b>Studiengang</b>	Digitalisierung & Unternehmensgründung (DUG)
<b>Akademischer Grad</b>	B.A.

<b>Modulbezeichnung lt. SPO</b>	Grundlagen Marketing und Vertrieb
<b>Modulbezeichnung engl.</b>	Principles of Marketing and Sales
<b>Modul Nr.</b>	DUG 240
<b>Modul Gruppe</b>	Unternehmensführung und -gründung

<b>Veranstaltungssprache</b>	deutsch
<b>Modulverantwortliche(r)</b>	Prof. Dr. Sandra Gronover
<b>Dozent(in)</b>	Prof. Dr. Sandra Gronover

<b>Studienabschnitt</b>	1. Studienjahr, WPN im 2. Studienjahr
<b>Semester</b>	2. Semester, WPN im 4. Semester
<b>Häufigkeit des Angebotes</b>	Sommersemester
<b>Dauer</b>	1 Semester
<b>Modultyp</b>	Pflichtmodul
<b>Verwendung des Moduls</b>	B.A. BW, B.A. DPM, B.A. DUG, B.A. SB, B.Sc. WPN

<b>Credits nach ECTS</b>	6 ECTS			
<b>Arbeitsaufwand (h)</b>	<b>Gesamt</b>	<b>Lehrveranstaltung</b>	<b>Selbststudium</b>	<b>geplante Gruppengröße</b>
	180 Stunden	60 Stunden	120 Stunden	2 Gruppen à ca. 100 Studierende;

<b>Lehrformen (SWS)</b>	<b>Gesamt</b>	<b>Seminaristischer Unterricht</b>	<b>Seminar</b>	<b>Übung</b>	<b>Projektarbeit</b>
	4 SWS	4 SWS	-	-	-

<b>Teilnahmevoraussetzungen</b>	<b>Formal:</b> keine
	<b>Inhaltlich:</b> keine
<b>Prüfungsleistung</b>	Klausur, 60 Minuten
<b>Prüfungsvorleistung</b>	Ausarbeitung (max. 5 Seiten)
<b>Geht in die Endnote ein</b>	ja

<p><b>Lernergebnisse / Kompetenzen</b></p>	<p>Die Studierenden kennen und beherrschen die grundlegenden Elemente, Methoden und Prozesse in Marketing und Vertrieb. Im Mittelpunkt sollen die theoretischen Grundlagen von Marketing und Vertrieb stehen, die sich an den Bereichen Leistungsprogrammpolitik, Konditionenpolitik, Vertriebspolitik, Kommunikationspolitik orientieren. Im Rahmen der Veranstaltung werden strategische und operative Aspekte erörtert.</p> <p><u>Wissen und Verstehen:</u></p> <p>Die Studierenden haben breites Wissen über die Grundlagen im Fach Marketing und Vertrieb, welches mit der gängigen Standard-Lehr-Literatur vergleichbar ist. Darüber hinaus, sind die Studierenden in der Lage, die wesentlichen Theorien und praxisrelevante Fragestellungen kritisch zu reflektieren und einen Bezug zum Gelernten herzustellen.</p> <p><u>Können (Wissenserschließung):</u></p> <p>Die Studierenden sind in der Lage, die gelernten Modelle auf praxisrelevante Sachverhalte anzuwenden und Lösungskonzepte zu erarbeiten. Diese Lösungskonzepte entsprechen dem Stand des 2. Semesters.</p> <p>Die Studierenden erlernen über Fallstudienarbeit eigenständige Reflexion. Einzelne, abgegrenzte Teilbereiche müssen sich die Studierenden selbständig erarbeiten und somit ihre Kompetenzen in der Wissenserschließung verfestigen.</p>
<p><b>Inhalte</b></p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Einführung / Kundenzentriertes Marketing</li> <li>2. Konsumentenverhalten</li> <li>3. Situations- und Umfeldanalyse</li> <li>4. Marktforschung</li> <li>5. Strategisches Marketing &amp; Markenführung</li> <li>6. Leistungsprogrammpolitik</li> <li>7. Konditionenpolitik</li> <li>8. Kommunikationspolitik</li> <li>9. Vertriebspolitik</li> </ol>
<p><b>Medien</b></p>	<p>Laptop, Beamer, Pinnwand</p>
<p><b>Literatur</b></p>	<p>Scharf, A., Schubert, B., Hehn, P. (2022): Marketing: Einführung in Theorie und Praxis; 6. Auflage</p> <p>Kotler P. &amp; Armstrong G. (2022): Principles of Marketing. Global Edition, 18<sup>th</sup> Edition.</p> <p>Daneben ergänzende Literatur passend zum jeweiligen Lernbereich.</p>

### 1.5.2 DUG 243 Social Entrepreneurship

<b>Studiengang</b>	Digitalisierung & Unternehmensgründung (DUG)					
<b>Akademischer Grad</b>	B.A.					
<b>Modulbezeichnung lt. SPO</b>	Social Entrepreneurship					
<b>Modulbezeichnung engl.</b>	Social Entrepreneurship					
<b>Modul Nr.</b>	DUG 243					
<b>Modul Gruppe</b>	Unternehmensführung und -gründung					
<b>Veranstaltungssprache</b>	Deutsch					
<b>Modulverantwortliche(r)</b>	Prof. Dr. Sara Siakala					
<b>Dozent(in)</b>	Prof. Dr. Sara Siakala					
<b>Studienabschnitt</b>	1. Studienjahr					
<b>Semester</b>	2. Semester					
<b>Häufigkeit des Angebotes</b>	Sommersemester					
<b>Dauer</b>	ein Semester					
<b>Modultyp</b>	Pflichtmodul					
<b>Verwendung des Moduls</b>	B.A. DUG					
<b>Credits nach ECTS</b>	5 ECTS					
<b>Arbeitsaufwand (h)</b>	<b>Gesamt</b>	<b>Lehrveranstaltung</b>	<b>Selbststudium</b>	<b>geplante Gruppengröße</b>		
	150 Stunden	60 Stunden	90 Stunden	20 Studierende		
<b>Lehrformen (SWS)</b>	<b>Gesamt</b>	<b>Seminaristischer Unterricht</b>	<b>Seminar</b>	<b>Übung</b>	<b>Praktikum</b>	<b>Projektarbeit</b>
	4 SWS	-	4 SWS	-	-	-
<b>Teilnahmevoraussetzungen</b>	<b>Formal:</b> Keine					
	<b>Inhaltlich:</b> grundlegende Englischkenntnisse, da u.a. Videos in englischer Sprache gezeigt werden.					
<b>Prüfungsleistung</b>	portP (Ausarb, Vortrag.sb) Ausarbeitung (20 Seiten/80%), Vortrag sb. (10 Min./20 %)					
<b>Prüfungsvorleistung</b>	keine					
<b>Geht in die Endnote ein</b>	ja					



<p><b>Lernergebnisse/ Kompetenzen</b></p>	<p>Die Studierenden werden durch das Modul zur Gründung eines Sozialunternehmens (Social Business) befähigt. Nach erfolgreicher Absolvierung des Moduls kennen die Studierenden die wesentlichen sozial-ökologischen Herausforderungen des 21. Jahrhunderts und können selbständig ökonomisch tragfähige Geschäftsmodelle zu deren Adressierung entwickeln und umsetzen.</p> <p><u>Wissen und Verstehen</u></p> <p>Die Studierenden kennen die 17 Ziele für nachhaltige Entwicklung (kurz SDGs).</p> <p>Sie verstehen den Status quo der wesentlichen sozial-ökologischen Herausforderungen des 21. Jahrhunderts und welche regionalen Unterschiede bestehen.</p> <p>Die Studierenden wissen, was ein Social Business ist und was es von anderen Unternehmensformen unterscheidet.</p> <p>Die Studierenden kennen unterschiedliche Social Business Best-Practice Praxisbeispiele und verstehen, wie Sozialunternehmen zur Lösung gesellschaftlicher Herausforderungen beitragen können.</p> <p>Die Studierenden verstehen, wie man eine Geschäftsidee für ein Social Business identifiziert, in ein Geschäftsmodell überführt, ein geeignetes Finanzierungsmodell entwickelt, in einem Social Business Model Canvas dokumentiert und potenziellen Kapitalgebern präsentiert.</p> <p><u>Können (Wissenserschließung)</u></p> <p>Die Studierenden können, sowohl eigenständig als auch in Kooperation mit anderen, Geschäftsmodelle entwickeln und umsetzen, die ökonomisch tragfähig sind und durch die Adressierung sozialer- und/oder ökologischer Herausforderungen einen gesellschaftlichen Beitrag leisten.</p>
<p><b>Inhalte</b></p>	<p>Die Lehrveranstaltung ist dreistufig aufgebaut:</p> <p>TEIL 1 – SOZIAL-ÖKOLOGISCHE GRUNDLAGEN: Im ersten Teil werden grundlegende Kenntnisse im Bereich der 17. Ziele für nachhaltige Entwicklung und dem Status quo der sozial-ökologischen Herausforderungen des 21. Jahrhunderts vermittelt.</p> <p>TEIL 2: GRÜNDUNG EINES SOCIAL BUSINESS: Im zweiten Teil werden theoretische Grundlagen zur Gründung eines Social Business vermittelt.</p> <p>TEIL 3: BUILD YOUR OWN SOCIAL BUSINESS: Im dritten Teil dürfen die Studierenden ihr theoretisches Wissen praktisch umsetzen. Es werden Teams gebildet, die jeweils gemeinsam eine Geschäftsidee für ein Social Business entwerfen, sie in ein Geschäftsmodell überführen, in einem Social Business Model Canvas dokumentieren (schriftlicher Teil der Prüfungsleistung) und schließlich in einem Abschluss-Pitch vor allen Kursteilnehmenden präsentieren (mündlicher Teil der Prüfungsleistung).</p>

<b>Medien</b>	Beamer mit Laptop, Flipchart
<b>Literatur</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Allen, K. R. (2019): Launching New Ventures: An Entrepreneurial Approach, 8. Auflage, Florence: South-Western College Publishing.</li><li>• Baehr, E. und Loomis, E. (2015): Get Backed: Craft Your Story, Build the Perfect Pitch Deck, and Launch the Venture of Your Dreams, HBR Press.</li><li>• BayStartUp (2017): Handbuch: Businessplan-Erstellung. Der Weg zum erfolgreichen Unternehmen, 8., überarbeitete Auflage. Online verfügbar unter: <a href="https://moodle.haw-landshut.de/pluginfile.php/603505/mod_resource/content/1/BayStartUP%20%282017%29%20Businessplan-Handbuch%20-%208.Aufl.pdf">https://moodle.haw-landshut.de/pluginfile.php/603505/mod_resource/content/1/BayStartUP%20%282017%29%20Businessplan-Handbuch%20-%208.Aufl.pdf</a>.</li><li>• Davidsson, P. (2016): Researching Entrepreneurship. Conceptualization and Design, Cham: Springer International Publishing.</li><li>• Durkin, C. und Gunn, R. (2017): Social entrepreneurship: A skills approach, 2. überarbeitete Auflage, Bristol: Bristol University Press.</li><li>• Gehra W. (2023): Social Entrepreneurship, Baden-Baden: Nomos.</li><li>• Hackenberg H. und Empter S. (2011): Social Entrepreneurship - Social Business: Für die Gesellschaft unternehmen. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.</li><li>• Jansen, S. A., Heinze, R. G., und Beckmann, M. (2013): Sozialunternehmen in Deutschland. Analysen, Trends und Handlungsempfehlungen, Wiesbaden: Springer.</li><li>• Momberger, B. (2015): Social entrepreneurship. Im Spannungsfeld zwischen Gesellschafts- und Gemeinnützigkeitsrecht, Hamburg: Bucerius Law School Press.</li><li>• Osterwalder, A. und Pigneur, Y. (2010): Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers, J. Wiley &amp; Sons.</li><li>• Repp, L. (2013): Soziale Wirkungsmessung im Social Entrepreneurship. Herausforderungen und Probleme, Wiesbaden: Springer Fachmedien.</li><li>• Ries, E. (2011): The Lean Startup: How Today's Entrepreneurs Use Continuous Innovation to Create Radically Successful Businesses, New York: Crown Business.</li><li>• Stenn, T, L. (2017): Social Entrepreneurship as Sustainable Development. Introducing the Sustainability Lens, Cham: Palgrave Macmillan.</li><li>• Guha, S. und Majumdar, S. (2021): In Search of Business Models in Social Entrepreneurship: Concepts and Cases, Singapore: Springer.</li></ul>

### 1.5.3 DUG 242 Creating & Prototyping

<b>Studiengang</b>	Digitalisierung & Unternehmensgründung
<b>Akademischer Grad</b>	B.A.

<b>Modulbezeichnung lt. SPO</b>	Creating & Prototyping
<b>Modulbezeichnung engl.</b>	Creating & Prototyping
<b>Modul Nr.</b>	DUG 242
<b>Modul Gruppe</b>	Unternehmensführung und –gründung

<b>Veranstaltungssprache</b>	deutsch
<b>Modulverantwortliche(r)</b>	Prof. Dr. Prasch
<b>Dozent(in)</b>	Prof. Dr. Prasch, Michael Deller

<b>Studienabschnitt</b>	1. Studienjahr
<b>Semester</b>	1. und 2. Semester
<b>Häufigkeit des Angebotes</b>	Jedes Studienjahr
<b>Dauer</b>	2 Semester
<b>Modultyp</b>	Pflichtmodul
<b>Verwendung des Moduls</b>	B.A. DUG

<b>Credits nach ECTS</b>	4 ECTS			
<b>Arbeitsaufwand (h)</b>	<b>Gesamt</b>	<b>Lehrveranstaltung</b>	<b>Selbststudium</b>	<b>geplante Gruppengröße</b>
	120 Stunden	60 Stunden	60 Stunden	20 Studierende

<b>Lehrformen (SWS)</b>	<b>Gesamt</b>	<b>Seminaristischer Unterricht</b>	<b>Seminar</b>	<b>Praktikum</b>	<b>Projektarbeit</b>
	4 SWS	4 SWS	-	-	-

<b>Teilnahmevoraussetzungen</b>	<b>Formal:</b> keine
	<b>Inhaltlich:</b> keine
<b>Prüfungsleistung</b>	prakP.sb 30 Minuten Projektarbeit (Teil 1: selbst erstellter systematischer Produktentwurf, semesterbegleitende praktische Prüfung 30 Minuten Teil 2: selbst gedruckter 3D Prototyp)
<b>Prüfungsvorleistung</b>	keine
<b>Geht in die Endnote ein</b>	ja

<p><b>Lernergebnisse / Kompetenzen</b></p>	<p><u>Teil 1: Creating</u></p> <p>Nach erfolgreicher Absolvierung der Veranstaltung kennen die Studierenden die grundlegenden Bestandteile / Elemente von physischen Produkten und als auch von Dienstleistungen und wie diese systematisch konzipiert und erstellt werden. Die Studierenden verstehen die grundsätzlichen Abläufe und können eigene Ideen darin umsetzen.</p> <p><u>Wissen und Verstehen:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Die Studierenden lernen den Stage-Gate-Produktentstehungsprozess und die zugehörigen Methoden kennen</li> </ul> <p><u>Können (Wissenserschließung):</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Die Studierenden können die relevanten Hilfsmittel und Phasen anlassbezogen selektieren und anwenden.</li> <li>Die Studierenden können selbstständig eigene Ideen in einen systematischen Produktentwurf überführen, der in einem weiteren Schritt bzw. von Schnittstellenpartnern realisierbar ist.</li> </ul> <p><u>Teil 2: Prototyping</u></p> <p>Nach erfolgreicher Absolvierung der Veranstaltung kennen die Studierenden die grundlegenden Möglichkeiten zur Erstellung von Prototypen bzw. zur Visualisierung von Dienstleistungen und können anlassbezogen ein passendes Vorgehen wählen und selbst ein Produkt bzw. eine Dienstleistung prototypisch realisieren.</p> <p><u>Wissen und Verstehen:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Die Studierenden lernen verschiedene Methoden und Werkzeuge zur Prototypenherstellung kennen.</li> </ul> <p><u>Können (Wissenserschließung):</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Die Studierenden können die relevanten Werkzeuge und Vorgehensweisen anlassbezogen selektieren und anwenden.</li> </ul> <p>Die Studierenden können selbstständig einen Prototypen erstellen.</p>
<p><b>Inhalte</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Produktentstehung und Referenzentwicklungsprozess</li> <li>Design Thinking</li> <li>Überblick Fertigungsverfahren</li> <li>Überblick Prototypenherstellung, v.a. 3D Druck</li> </ul>
<p><b>Medien</b></p>	<p>Produktionslabor: Tafel, Beamer mit Laptop, Flipchart, 3D Drucker</p>

<b>Literatur</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Ehrlenspiel, Klaus: Integrierte Produktentwicklung: Denkabläufe, Methodeneinsatz, Zusammenarbeit, Hanser 2017.</li><li>• Gürtler, Jochen: 30 Minuten Design Thinking, GABAL, 2013.</li><li>• Stackowiak, Robert: Design Thinking in Software and AI Projects: Proving Ideas Through Rapid Prototyping, Apress, 2020.</li><li>• Stiller, Heiner: 3D-Drucken für Einsteiger : Bausätze, Dienstleister, Druckverfahren, Fertiggeräte, Materialien, Modelle und Software; ohne Frust 3D-Drucker selbst nutzen, Franzis, 2014.</li></ul>
------------------	---

## 1.6 Studium Generale

### DUG 260 Studium Generale

<b>Studiengang</b>	Digitalisierung & Unternehmensgründung (DUG)
<b>Akademischer Grad</b>	B.A.

<b>Modulbezeichnung lt. SPO</b>	Studium Generale
<b>Modulbezeichnung engl.</b>	General Studies
<b>Modul Nr.</b>	DUG 260
<b>Modul Gruppe</b>	Studium Generale

<b>Veranstaltungssprache</b>	Siehe Modulhandbuch Studium Generale
<b>Modulverantwortliche(r)</b>	Siehe Modulhandbuch Studium Generale
<b>Dozent(in)</b>	Siehe Modulhandbuch Studium Generale

<b>Modultyp</b>	Pflichtmodul
<b>Verwendung des Moduls</b>	B.A. BW, B.A. IB, B.A. DPM, B.A. DUG, B.A. SB, B.Sc. WPN

<b>Credits nach ECTS</b>	4 ECTS			
<b>Arbeitsaufwand (h)</b>	<b>Gesamt</b>	<b>Lehrveranstaltung</b>	<b>Selbststudium</b>	<b>geplante Gruppengröße</b>
	180 Stunden	90 Stunden	90 Stunden	Siehe Modulhandbuch Studium Generale
<b>Lehrform(en)</b>	Seminaristischer Unterricht / Projekt			

<b>Teilnahmevoraussetzungen</b>	<b>Formal:</b> keine
	<b>Inhaltlich:</b> keine
<b>Prüfungsleistung</b>	Siehe Modulhandbuch Studium Generale
<b>Prüfungsvorleistung</b>	Siehe Modulhandbuch Studium Generale
<b>Geht in die Endnote ein</b>	nein

<b>Lernergebnisse / Kompetenzen</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Studierende wissen, dass das Verstehen von Menschen und ihrer Lebenslagen eine ganzheitliche Sicht auf Menschen erfordert.</li> <li>• Studierende wissen, dass Ästhetik und Kultur einen grundlegenden Einfluss auf Menschen und menschliches Verhalten haben.</li> <li>• Studierende erkennen die Bedeutung der Diversität in ihren verschiedenen Dimensionen für die Gesellschaft.</li> <li>• Studierende begreifen ihr Studium über die fachliche Ausbildung hinaus als Gelegenheit zur umfassenden Persönlichkeitsbildung.</li> </ul>
-------------------------------------	--

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Studierende lernen die Bedeutung inter- und transdisziplinärer wissenschaftlicher Perspektiven.</li> <li>• Die Studierenden lernen die Bedeutung von Fremdsprachenerwerb für die eigene Persönlichkeitsentwicklung und fachliche Horizonterweiterung.</li> <li>• Die Studierenden entwickeln einen reflektierten ganzheitlichen Bildungsbegriff.</li> <li>• Sie wissen um die sozialetischen und wissenschaftsethischen Implikationen fachspezifischen Handelns.</li> <li>• Sie kennen ihre zivilgesellschaftliche Verantwortung und können verantwortlich mit ihrem fachspezifischen Wissen umgehen und dies reflektieren.</li> </ul> <p>Nähere Informationen zu den einzelnen Kursen:          siehe Modulhandbuch Studium Generale</p>
<b>Inhalte</b>	<p>Das Modul repräsentiert das an der Hochschule mit dem WS 2013/14 etablierte Studium Generale, welches Bestandteil jedes Bachelor-Studiengangs der Hochschule Landshut ist. Es umfasst fakultätsübergreifende Lehrangebote, die durch ihre interdisziplinäre Ausrichtung zu allgemeinwissenschaftlichen Bildungsprozessen und zur Persönlichkeitsbildung beitragen sollen.</p> <p>Die Studierenden können Kurse aus fünf unterschiedlichen Kompetenzbereichen wählen:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Personenbezogene soziale Kompetenz</li> <li>2. Reflexive Kompetenz</li> <li>3. Methodenkompetenz</li> <li>4. Kreative Kompetenz und Engagement</li> <li>5. Interkulturelle und fremdsprachliche Kompetenz</li> </ol> <p>Nähere Informationen zu den einzelnen Kursen:          siehe Modulhandbuch Studium Generale</p>
<b>Medien</b>	Siehe Modulhandbuch Studium Generale
<b>Literatur</b>	Siehe Modulhandbuch Studium Generale

## 2 Pflicht- und Wahlpflichtmodule im dritten und vierten Semester

### 2.1 Funktionen

#### 2.1.1 DUG 302 Grundlagen Produktion, Logistik und Dienstleistungen

<b>Studiengang</b>	Digitalisierung & Unternehmensgründung (DUG)
<b>Akademischer Grad</b>	B.A.

<b>Modulbezeichnung lt. SPO</b>	Grundlagen Produktion, Logistik & Dienstleistungen
<b>Modulbezeichnung engl.</b>	Principles of Production, Logistics and Services
<b>Modul Nr.</b>	DUG 302
<b>Modul Gruppe</b>	Funktionen

<b>Veranstaltungssprache</b>	deutsch
<b>Modulverantwortliche(r)</b>	Prof. Dr. Thomas Stauffert
<b>Dozent(in)</b>	Prof. Dr. Thomas Stauffert

<b>Studienabschnitt</b>	2. Studienjahr
<b>Semester</b>	3. Semester
<b>Häufigkeit des Angebotes</b>	Wintersemester
<b>Dauer</b>	1 Semester
<b>Modultyp</b>	Pflichtmodul
<b>Verwendung des Moduls</b>	B.A. BW, B.A. DPM, B.A. DUG, B.A. SB, B.Sc. WPN

<b>Credits nach ECTS</b>	5 ECTS			
<b>Arbeitsaufwand (h)</b>	<b>Gesamt</b>	<b>Lehrveranstaltung</b>	<b>Selbststudium</b>	<b>geplante Gruppengröße</b>
	150 Stunden	60 Stunden	90 Stunden	2 Gruppen à ca. 70 - 80 Studierende

<b>Lehrformen (SWS)</b>	<b>Gesamt</b>	<b>Seminaristischer Unterricht</b>	<b>Seminar</b>	<b>Übung</b>	<b>Projektarbeit</b>
	4 SWS	4 SWS	-	-	-

<b>Teilnahmevoraussetzungen</b>	<b>Formal:</b> Zugangsvoraussetzungen gem. gültiger SPO
	<b>Inhaltlich:</b> Inhalte der ersten beiden Semester
<b>Prüfungsleistung</b>	Klausur (60-90 Minuten) od. THE (90 Minuten) od. portP (Votr.sb, Ausarb)  Semesterspezifische Prüfungsleistung zeigt der Studien- und Prüfungsplan
<b>Prüfungsvorleistung</b>	keine



<b>Geht in die Endnote ein</b>	ja
<b>Lernergebnisse/ Kompetenzen</b>	<p>Nach erfolgreicher Teilnahme an diesem Modul besitzen die Studierenden abhängig von ihren individuellen Potenzialen, ihrer Motivation und ihrem Engagement einen konzeptionellen Überblick über wesentliche industriespezifische Probleme.</p> <p><u>Wissen und Verstehen:</u></p> <p>Die Studierenden sollten exemplarisch wesentliche Entscheidungen in spezifischen Produktionssituationen kennen. Die Studierenden haben ein holistisches Verständnis der Produktionswirtschaft als effizienzgetrieben, kundenorientiert, ganzheitlich und mit den übrigen Managementfunktionen interagierend erworben.</p> <p><u>Können (Wissenserschließung)</u></p> <p>Die Studierenden sollten befähigt sein zur Vorbereitung, Durchführung und Prüfung von produktionswirtschaftlich relevanten Entscheidungen im Unternehmen. Sie sind in der Lage, wesentliche konzeptionelle Grundsätze der Materialwirtschaft sowie der Produktionsplanung und –steuerung wiederzugeben und fallweise anzuwenden.</p>
<b>Inhalte</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Grundlagen der Produktionswirtschaft</li> <li>• Wesentliche Unterschiede zwischen der Produktion in Industrie- und Dienstleistungsunternehmen</li> <li>• Schlaglichter auf Entwicklungen und Trends bei Produktionsbetrieben</li> <li>• Instrumente der Beschaffungspolitik</li> <li>• Beschaffungspolitische Entscheidungen</li> <li>• Logistische Grundfunktionen</li> <li>• Informationstechnische Grundstruktur eines Produktionsplanungs- und -steuerungssystems (PPS)</li> <li>• Stücklisten und Arbeitsplan als Instrumente eines industriellen PPS</li> <li>• Produktionsprogrammplanung</li> <li>• Materialplanung</li> <li>• Planung der Fertigungskapazitäten</li> <li>• Verfahren der Fertigungssteuerung</li> </ul>
<b>Medien</b>	Overheadprojektor, Beamer, Tafel, verbale und nonverbale Kommunikation und Interaktion, Online Vorlesungen

<b>Literatur</b>	<p>Skript und Inhaltsübersicht</p> <p>Jeweils in der aktuellen Auflage:</p> <p>Adam, Dietrich: Produktionsmanagement, Gabler-Verlag</p> <p>Arnolds, Hans / Heege, Franz / Tussing Werner: Materialwirtschaft und Einkauf, Gabler-Verlag</p> <p>Bichler, Klaus: Beschaffungs- und Lagerwirtschaft - Praxisorientierte Darstellung mit Aufgaben und Lösungen, Gabler-Vertrag</p> <p>Corsten, Hans: Produktionswirtschaft - Einführung in das industrielle Produktionsmanagement, Oldenbourg-Verlag</p> <p>Ebel, Bernd: Produktionswirtschaft, Kiehl-Verlag</p> <p>Heinen, Edmund (Hrsg.): Industriebetriebslehre, Gabler-Verlag</p> <p>Oeldorf, Gerhard: Materialwirtschaft, Kiehl-Verlag</p> <p>Schweitzer, Marcell (Hrsg.): Industriebetriebslehre, Vahlen-Verlag</p>
------------------	---

## 2.1.2 DUG 401 Grundlagen Personalmanagement

<b>Studiengang</b>	Digitalisierung & Unternehmensgründung (DUG)				
<b>Akademischer Grad</b>	B.A.				
<b>Modulbezeichnung lt. SPO</b>	Grundlagen Personalmanagement				
<b>Modulbezeichnung engl.</b>	Principles of Human Resource Management				
<b>Modul Nr.</b>	DUG 401				
<b>Modul Gruppe</b>	Funktionen				
<b>Veranstaltungssprache</b>	deutsch				
<b>Modulverantwortliche(r)</b>	Prof. Dr. Valentina Speidel				
<b>Dozent(in)</b>	Prof. Dr. Jutta Schweitzer				
<b>Studienabschnitt</b>	2. Studienjahr				
<b>Semester</b>	4. Semester				
<b>Häufigkeit des Angebotes</b>	Sommersemester				
<b>Dauer</b>	1 Semester				
<b>Modultyp</b>	Pflichtmodul				
<b>Verwendung des Moduls</b>	B.A. BW, B.A. DPM, B.A. DUG, B.A. SB, B.Sc. WPN				
<b>Credits nach ECTS</b>	5 ECTS				
<b>Arbeitsaufwand (h)</b>	<b>Gesamt</b>	<b>Lehrveranstaltung</b>	<b>Selbststudium</b>	<b>geplante Gruppengröße</b>	
	150 Stunden	60 Stunden	90 Stunden	2 Gruppen à ca. 50 – 70 Studierende	
<b>Lehrformen (SWS)</b>	<b>Gesamt</b>	<b>Seminar- istischer Unterricht</b>	<b>Seminar</b>	<b>Übung</b>	<b>Projekt- arbeit</b>
	4 SWS	3,5 SWS	-	0,5 SWS	-
<b>Teilnahme- voraussetzungen</b>	<b>Formal:</b> keine				
	<b>Inhaltlich:</b> keine				
<b>Prüfungsleistung</b>	Klausur, 60 Minuten				
<b>Prüfungsvorleistung</b>	keine				
<b>Geht in die Endnote ein</b>	ja				

<p><b>Lernergebnisse / Kompetenzen</b></p>	<p><u>Wissen und Verstehen</u></p> <p>Die Studierenden kennen die Vielfalt der personalwirtschaftlichen Instrumente und können entsprechend der strategischen Ausrichtung des Personalmanagements über deren effizienten Einsatz entscheiden.</p> <p><u>Können (Wissenserschließung)</u></p> <p>Die Studierenden haben ein Bewusstsein erworben für die strategische Ausrichtung des Personalmanagements und dessen Wertschöpfungsbeitrag für das Unternehmen. Sie können die Handlungsfelder von Personal zur Umsetzung der Digitalisierung unter den Bedingungen von Arbeitswelten 4.0 im Personalbereich sowie für die anderen Unternehmensbereiche ableiten.</p> <p>Die Studierenden sind in der Lage, grundlegende Zusammenhänge und Abläufe im Führungsmanagement sowie in der Zusammenarbeit zwischen Führungskräften und dem Personalmanagement zu reflektieren.</p>
<p><b>Inhalte</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Personalgewinnung</li> <li>• Personalentwicklung</li> <li>• Arbeitszeitmodelle</li> <li>• Personalfreisetzung</li> <li>• Vergütungssysteme</li> <li>• Internationales Personalmanagement</li> <li>• Betriebliches Gesundheitsmanagement</li> <li>• Führungsmanagement: Grundlagen, Motivation der Mitarbeitenden, Mitarbeitergespräche führen, ethische Aspekte in der Führung, Compliance und CSR</li> <li>• Teamentwicklung und Konfliktmanagement</li> </ul>
<p><b>Medien</b></p>	<p>Beamer, Flipchart, Tafel, Pinnwand</p>
<p>Literatur</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• AYBERK / KRATZER / LINKE: Weil Führung sich ändern muss, Wiesbaden: SpringerGabler, 2017</li> <li>• BARTSCHER / NISSEN: Personalmanagement: Grundlagen, Handlungsfelder, Praxis, Hallbergmoos: pearson, 2017, 2. Auflage</li> <li>• CREUSEN / GALL / HACKL: Digital Leadership, Wiesbaden: SpringerGabler, 2017</li> <li>• FESTING / DOWLING / WEBER / ENGLE: Internationales Personalmanagement, Wiesbaden: Gabler, 2011, 3. Auflage</li> <li>• HAESKE: Team- und Konfliktmanagement, aus der Reihe Pocket Business, Berlin: Cornelsen Scriptor, 2014</li> <li>• HELLERT: Arbeitszeitmodelle der Zukunft, Freiburg: Haufe 2018, 2. Auflage</li> <li>• MEIFERT: Strategische Personalentwicklung, Berlin: Springer, 2013, 3. Auflage</li> <li>• NICOLAI: Personalmanagement, Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft mbH, 2018, 5. Auflage</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"><li>• STRUHS-WEHR: Betriebliches Gesundheitsmanagement und Führung, Wiesbaden: Springer, 2017</li><li>• ULLAH / WITT: Praxishandbuch Recruiting: Grundlagenwissen – Prozess Know How – Social Media Recruiting, Stuttgart: Schäffer-Poeschel, 2018, 2. Auflage</li><li>• WERTHER / BRUCKNER: Arbeit 4.0 aktiv gestalten, Springer-Verlag, 2018</li></ul>
--	--

## 2.2 Recht

### 2.2.1 DUG 311 Wirtschaftsprivatrecht / Gesellschaftsrecht

<b>Studiengang</b>	Digitalisierung & Unternehmensgründung (DUG)				
<b>Akademischer Grad</b>	B.A.				
<b>Modulbezeichnung lt. SPO</b>	Wirtschaftsprivatrecht / Gesellschaftsrecht				
<b>Modulbezeichnung engl.</b>	Private Commercial Law / Company Law				
<b>Modul Nr.</b>	DUG 311				
<b>Modul Gruppe</b>	Recht				
<b>Veranstaltungssprache</b>	deutsch				
<b>Modulverantwortliche(r)</b>	Prof. Dr. jur. Manuel Strunz				
<b>Dozent(in)</b>	Prof. Dr. jur. Manuel Strunz				
<b>Studienabschnitt</b>	2. Studienjahr				
<b>Semester</b>	3. Semester				
<b>Häufigkeit des Angebotes</b>	Wintersemester				
<b>Dauer</b>	1 Semester				
<b>Modultyp</b>	Pflichtmodul				
<b>Verwendung des Moduls</b>	B.A. BW, B.A. IB, B.A. DPM, B.A. DUG, B.A. SB, B. Sc. WIF				
<b>Credits nach ECTS</b>	5 ECTS				
<b>Arbeitsaufwand (h)</b>	<b>Gesamt</b>	<b>Lehrveranstaltung</b>	<b>Selbststudium/ Klausurvorbereitung</b>	<b>geplante Gruppengröße</b>	
	150 Stunden	60 Stunden	50 Stunden 40 Stunden	80 – 90 Studierende	
<b>Lehrformen (SWS)</b>	<b>Gesamt</b>	<b>Seminaristi- scher Unterricht</b>	<b>Seminar</b>	<b>Übung</b>	<b>Projektarbeit</b>
	4 SWS	4 SWS	-	-	-
<b>Teilnahme- voraussetzungen</b>	<b>Formal:</b> Zulassung zum Studium der BW				
	<b>Inhaltlich:</b> -				
<b>Prüfungsleistung</b>	Klausur, 60 Minuten				
<b>Prüfungsvorleistung</b>	keine				
<b>Geht in die Endnote ein</b>	ja				

<p><b>Lernergebnisse / Kompetenzen</b></p>	<p>Verständnis der wichtigen Rechtsfragen des Bürgerlichen Rechts und des Handels- und Gesellschaftsrechts. Der Studierende erwirbt die Fähigkeit, diesbezügliche wesentliche juristische Probleme zu erkennen und zu lösen. Befähigung zu problembewusstem und sachgerechtem Handeln.</p> <p><u>Wissen und Verstehen:</u></p> <p>Absolventinnen und Absolventen besitzen grundlegende Kenntnisse über die wesentlichen Rechtsvorschriften unter Einbeziehung der aktuellen Rechtsentwicklung.</p> <p><u>Können (Wissenserschließung):</u></p> <p>Absolventinnen und Absolventen können die erworbenen Kenntnisse auf unterschiedlichste Fallbeispiele und Studien anwenden; sie besitzen die Fähigkeit die Zusammenhänge der Rechtsvorschriften zu erkennen und Problemfälle auch unter veränderten rechtlichen Bedingungen lösen zu können.</p>
<p><b>Inhalte</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Teil 1: BGB Allgemeiner Teil und Schuldrecht Allgemeiner Teil, insbesondere Abschluss und Wirksamkeit von Verträgen, Geschäftsfähigkeit, Leistungsstörungen, AGB, Schuldrecht Besonderer Teil, insb. Kaufrecht, Werkvertragsrecht, Deliktsrecht, Schadensrecht, Sachenrecht</li> <li>• Teil 2: BGB Grundzüge des Handelsrechts, Grundzüge des Gesellschaftsrechts, Grundbegriffe, Kaufmann, Prokura, Handelskauf etc.</li> </ul>
<p><b>Medien</b></p>	<p>Tafel, Beamer mit Laptop, Flipchart</p>
<p><b>Literatur</b></p>	<p>jeweils in der aktuellen Auflage</p> <p>Müssig: Wirtschaftsprivatrecht – Rechtliche Grundlagen wirtschaftlichen Handelns</p>

## 2.2.2 DUG 313 Arbeitsrecht

<b>Studiengang</b>	Digitalisierung & Unternehmensgründung (DUG)				
<b>Akademischer Grad</b>	B.A.				
<b>Modulbezeichnung lt. SPO</b>	Arbeitsrecht				
<b>Modulbezeichnung engl.</b>	Labour Law				
<b>Modul Nr.</b>	DUG 313				
<b>Modul Gruppe</b>	Recht				
<b>Veranstaltungssprache</b>	deutsch				
<b>Modulverantwortliche(r)</b>	Prof. Dr. jur. Manuel Strunz				
<b>Dozent(in)</b>	Prof. Dr. jur. Manuel Strunz				
<b>Studienabschnitt</b>	2. Studienjahr				
<b>Semester</b>	3. Semester				
<b>Häufigkeit des Angebotes</b>	Jedes Semester				
<b>Dauer</b>	1 Semester				
<b>Modultyp</b>	Pflichtmodul				
<b>Verwendung des Moduls</b>	B.A. BW, B.A. IB, B.A. DPM, B.A. DUG, B.A. SB, B. Sc. WIF				
<b>Credits nach ECTS</b>	5 ECTS				
<b>Arbeitsaufwand (h)</b>	<b>Gesamt</b>	<b>Lehrveranstaltung</b>	<b>Selbststudium/ Klausurvorbereitung</b>	<b>geplante Gruppengröße</b>	
	150 Stunden	60 Stunden	50 Stunden 40 Stunden	40 - 50 Studierende	
<b>Lehrformen (SWS)</b>	<b>Gesamt</b>	<b>Seminaristi- scher Unterricht</b>	<b>Seminar</b>	<b>Übung</b>	<b>Projektarbeit</b>
	4 SWS	4 SWS	-	-	-
<b>Teilnahme- voraussetzungen</b>	<b>Formal:</b> Zulassung zum Studium				
	<b>Inhaltlich:</b> -				
<b>Prüfungsleistung</b>	Klausur, 60 Minuten				
<b>Prüfungsvorleistung</b>	keine				
<b>Geht in die Endnote ein</b>	ja				



<p><b>Lernergebnisse / Kompetenzen</b></p>	<p>Vermittlung der für einen Betriebswirt bedeutsamen Kenntnisse des Individualarbeitsrechts und des kollektiven Arbeitsrechts.</p> <p>Der Studierende wird in die Lage versetzt einfache juristische Probleme zu erkennen und selbständig praxisgerecht zu lösen. Das arbeitsrechtliche Problembewusstsein wird geschärft und Instrumente zur Problemlösung und Vermeidung werden vermittelt.</p> <p><u>Wissen und Verstehen:</u></p> <p>Absolventinnen und Absolventen besitzen grundlegende Kenntnisse über die aktuellen arbeitsrechtlichen Vorschriften und Problemstellungen.</p> <p><u>Können (Wissenserschließung):</u></p> <p>Absolventinnen und Absolventen können die erworbenen Kenntnisse auf unterschiedlichste Fallbeispiele und Studien anwenden; sie besitzen die Fähigkeit die strukturellen Besonderheiten des Arbeitsrechts zu erkennen und Problemfälle auch unter veränderten rechtlichen Bedingungen lösen zu können.</p>
<p><b>Inhalte</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Grundzüge des Individualarbeitsrechts, insbesondere Abschluss des Arbeitsvertrages, Rechte und Pflichten des Arbeitnehmers und des Arbeitgebers</li> <li>• Beendigung des Arbeitsverhältnisses und Kündigungsschutz</li> <li>• Wesentliche Grundzüge des kollektiven Arbeitsrechts, insbesondere des Betriebsverfassungs- und Tarifvertragsrechts</li> </ul>
<p><b>Medien</b></p>	<p>Tafel, Beamer mit Laptop, Flipchart</p>
<p><b>Literatur</b></p>	<p>jeweils in der aktuellen Auflage</p> <p>Brox,Hans/Rüthers, Bernd/Henssler,Martin: Arbeitsrecht</p> <p>Dütz, Wilhelm/Thüsing, Gregor: Arbeitsrecht</p> <p>Lieb, Manfred/Jacobs, Matthias: Arbeitsrecht</p>

## 2.3 Digitalisierung

### 2.3.1 DUG 332 KI: Data & Machine Learning

<b>Studiengang</b>	Digitalisierung & Unternehmensgründung (DUG)
<b>Akademischer Grad</b>	B.A.

<b>Modulbezeichnung lt. SPO</b>	KI: Data Science & Machine Learning
<b>Modulbezeichnung engl.</b>	AI: Data Science & Machine Learning
<b>Modul Nr.</b>	DUG 332
<b>Modul Gruppe</b>	Digitalisierung

<b>Veranstaltungssprache</b>	deutsch
<b>Modulverantwortliche(r)</b>	Prof. Dr. Dieter Greipl
<b>Dozent(in)</b>	Prof. Dr. Dieter Greipl

<b>Studienabschnitt</b>	2. Studienjahr
<b>Semester</b>	3. Semester
<b>Häufigkeit des Angebotes</b>	Wintersemester
<b>Dauer</b>	1 Semester
<b>Modultyp</b>	Pflichtmodul
<b>Verwendung des Moduls</b>	B.A. DUG und B.A. DPM

<b>Credits nach ECTS</b>	5 ECTS			
<b>Arbeitsaufwand (h)</b>	<b>Gesamt</b>	<b>Lehrveranstaltung</b>	<b>Selbststudium</b>	<b>geplante Gruppengröße</b>
	150 Stunden	60 Stunden	90 Stunden	40 Studierende

<b>Lehrformen (SWS)</b>	<b>Gesamt</b>	<b>Seminaristischer Unterricht</b>	<b>Seminar</b>	<b>Praktikum</b>	<b>Projektarbeit</b>
	4 SWS	2 SWS	-	2 SWS	-

<b>Teilnahmevoraussetzungen</b>	<b>Formal:</b> keine
	<b>Inhaltlich:</b> keine
<b>Prüfungsleistung</b>	Klausur, 60 Minuten
<b>Prüfungsvorleistung</b>	keine
<b>Geht in die Endnote ein</b>	ja

<p><b>Lernergebnisse / Kompetenzen</b></p>	<p>Studierende kennen die methodischen und begrifflichen Grundlagen von KI, Data Science und maschinellem Lernen (ML). Sie verstehen den Kern des Modebegriffs KI und können ML als konkretes Konzept im Feld der KI einordnen.</p> <p><u>Wissen und Verstehen</u></p> <p>Studierende verstehen die formalen, theoretischen und praktischen Ansätze von ML. Sie kennen den Aufbau eines neuronalen Netzes und können einfache Aufgabenstellungen in einem on-line Tool bearbeiten.</p> <p><u>Können (Wissenserschließung)</u></p> <p>Die Studierenden sind in der Lage, die Potentiale und Grenzen von ML zu bewerten. Sie können einschätzen, für welche Probleme ML Methoden geeignet sind – oder eben nicht. Der Zusammenhang von ML und Big Data wird erfasst. Für einfache Datensätze kann eigenständig ein ML Modell formuliert werden.</p>
<p><b>Inhalte</b></p>	<p><b>A Einführung in KI</b></p> <p><b>B Data-Science</b> (Python-Grundlagen, Dataframes, Visualisierung, quantitative und qualitative Daten, mathematische und statistische Methoden, Exporatory Dataanalysis)</p> <p><b>C Machine Learning</b> (Problemmodellierung, Datenmodellierung, Features, Labels, Prediction, Loss, Entscheidungsbäume, Fallstudie “Titanic”, Neuronale Netze, Fallstudie MNIST)</p>
<p><b>Medien</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Colab Notebooks (on-line Applikation),</li> <li>• Testdatensätze, Präsentationen, Videos</li> <li>• <a href="https://the-technology-lab.gitbook.io/bw-610-dsml/">https://the-technology-lab.gitbook.io/bw-610-dsml/</a></li> </ul>
<p><b>Literatur</b></p>	<p>u.a: On-Line Book, diverse Internetquellen</p>

### 2.3.2 DUG 433 Case Study: Mobile App / Web App

<b>Studiengang</b>	Digitalisierung & Unternehmensgründung (DUG)				
<b>Akademischer Grad</b>	B.A.				
<b>Modulbezeichnung lt. SPO</b>	Case Study: Mobile App / Web App				
<b>Modulbezeichnung engl.</b>	Case Study: Mobile App / Web App				
<b>Modul Nr.</b>	DUG433				
<b>Modul Gruppe</b>	Digitalisierung				
<b>Veranstaltungssprache</b>	deutsch				
<b>Modulverantwortliche(r)</b>	Prof. Dr. Dieter Greipl				
<b>Dozent(in)</b>	Michael Deller				
<b>Studienabschnitt</b>	2. Studienjahr				
<b>Semester</b>	4. Semester				
<b>Häufigkeit des Angebotes</b>	Sommersemester				
<b>Dauer</b>	1 Semester				
<b>Modultyp</b>	Pflichtmodul				
<b>Verwendung des Moduls</b>	B.A. DPM und B.A. DUG				
<b>Credits nach ECTS</b>	5 ECTS				
<b>Arbeitsaufwand (h)</b>	<b>Gesamt</b>	<b>Lehrveranstaltung</b>	<b>Selbststudium</b>	<b>geplante Gruppengröße</b>	
	150 Stunden	60 Stunden	90 Stunden	40 Studierende	
<b>Lehrformen (SWS)</b>	<b>Gesamt</b>	<b>Seminaristischer Unterricht</b>	<b>Seminar</b>	<b>Praktikum</b>	<b>Projektarbeit</b>
	4 SWS	2 SWS	-	2 SWS	-
<b>Teilnahmevoraussetzungen</b>	<b>Formal:</b> keine				
	<b>Inhaltlich:</b> wichtig sind DUG131, IT, eigenes Notebook				
<b>Prüfungsleistung</b>	portP (Ausarb /Demonstrator 25%, mdlPr 15 Minuten 75%)				
<b>Prüfungsvorleistung</b>	keine				
<b>Geht in die Endnote ein</b>	ja				

<p><b>Lernergebnisse / Kompetenzen</b></p>	<p><u>Wissen und Verstehen</u></p> <p>Die Studierenden können unter anderem folgende Frage beantworten:                  Nach welchen Kriterien wird der Nutzen einer Mobilen Applikation für den Anwender bewertet? Welche Aufwände entstehen und wie fließen sie in einen Businessplan ein? Welche Kernelemente machen den Entwicklungsprozess aus? Wie werden agile Methoden eingesetzt?</p> <p><u>Können (Wissenserschließung)</u></p> <p>Die Studierenden sind in der Lage, die notwendige Basisinfrastruktur einer mobilen App zu beschreiben und können technische Alternativen formulieren. Sie können Methoden zur agilen Entwicklung einsetzen, Kosten abschätzen und den Nutzen von Entwicklungsplattformen berücksichtigen. Sie verfügen über technische Kenntnisse, die den Dialog mit Entwicklern ermöglichen.</p>
<p><b>Inhalte</b></p>	<p><b>A Methodik und Grundlagen</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Agile Verfahren</li> <li>▪ Value Canvas</li> <li>▪ User Persona</li> </ul> <p><b>B Projektidee</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Master-Detail-Map (Miro)</li> <li>▪ User Stories und Features (Trello)</li> </ul> <p><b>C Mobile App</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Entwicklungsumgebung (StackBlitz, Frameworks Bibliotheken)</li> <li>▪ Wireframes &amp; Design (Frontend)</li> <li>▪ Business Logik &amp; Routing</li> <li>▪ Plattform: Datenspeicherung, Usermanagement (Backend)</li> <li>▪ Minimal Viable Product (MVP)</li> <li>▪ Ausblick</li> </ul>
<p><b>Medien</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Folien (Moodle)</li> <li>▪ Miro</li> <li>▪ Trello</li> </ul>
<p><b>Literatur</b></p>	<p>u.a.: On-Line-Skript, diverse Internetquellen                  (Updates werden stets auf Moodle bekannt gegeben)</p>

## 2.4 Finanz- und Investitionswirtschaft

### DUG 312 Finanz- und Investitionswirtschaft

<b>Studiengang</b>	Digitalisierung & Unternehmensgründung (DUG)				
<b>Akademischer Grad</b>	B.A.				
<b>Modulbezeichnung lt. SPO</b>	Finanz- und Investitionswirtschaft				
<b>Modulbezeichnung engl.</b>	Principles of Finance and Investments				
<b>Modul Nr.</b>	DUG 312				
<b>Modul Gruppe</b>	Finanzwirtschaft und Steuern				
<b>Veranstaltungssprache</b>	deutsch				
<b>Modulverantwortliche(r)</b>	Prof. Dr. Marcus Fischer				
<b>Dozent(in)</b>	Prof. Dr. Marcus Fischer				
<b>Studienabschnitt</b>	2. Studienjahr				
<b>Semester</b>	3. Semester				
<b>Häufigkeit des Angebotes</b>	jedes Semester				
<b>Dauer</b>	1 Semester				
<b>Modultyp</b>	Pflichtmodul				
<b>Verwendung des Moduls</b>	B.A. BW, B.A. DPM, B.A. DUG, B.A. SB, B. Sc. WIF, B.Sc. WPN				
<b>Credits nach ECTS</b>	5 ECTS				
<b>Arbeitsaufwand (h)</b>	<b>Gesamt</b>	<b>Lehrveranstaltung</b>	<b>Selbststudium</b>	<b>geplante Gruppengröße</b>	
	150 Stunden	45 Stunden	105 Stunden	1 Gruppe à ca. 140 Studierende	
<b>Lehrformen (SWS)</b>	<b>Gesamt</b>	<b>Seminaris-tischer Unterricht</b>	<b>Seminar</b>	<b>Blended Learning VHB</b>	<b>Projektarbeit</b>
	4 SWS	3 SWS	-	1 SWS	-
<b>Teilnahme-voraussetzungen</b>	<b>Formal:</b> keine				
	<b>Inhaltlich:</b> Teilnahme am VHB Kurs Finanzmanagement				
<b>Prüfungsleistung</b>	Take-Home-Exam (60 Minuten) od. Klausur (je 30 min. Finanzmanagement VHB / Investition / Risiko aus Vorlesung die zusammen eine Note ergeben)				
<b>Prüfungsvorleistung</b>	keine				
<b>Geht in die Endnote ein</b>	ja				

<b>Lernergebnisse / Kompetenzen</b>	<p>Die Studierenden erhalten Kenntnis der Zusammenhänge zwischen Kapitalbeschaffung (Finanzierung) und Kapitalverwendung (Investition). Die Aufgaben, Funktionen und Ziele der Investitionsrechnung wenden die Studierenden an, um die Vorteilhaftigkeit von einzelnen Investitionsvorhaben zu bewerten. Ebenso können sie die mit Investitionen verbundenen Risiken einschätzen und Beispiele dazu entwickeln. Instrumente zur Kapitalbeschaffung und Kapitalbedarfsrechnung können die Studierenden unterscheiden.</p> <p><u>Wissen und Verstehen:</u></p> <p>Studierende verfügen über ein kritisches Verständnis der wichtigsten Investitionsrechenverfahren, Prinzipien der Risikoanalyse und Methoden der Kapitaldeckung. Ihr Wissen und Verstehen entspricht dem Stand der Standardliteratur.</p> <p><u>Können (Wissenserschließung):</u></p> <p>Die Studierenden erkennen Finanzierung und Investition insbesondere in der unternehmerischen und vernetzten Dimension unter Berücksichtigung rentabilitätsorientierter Kriterien in allen unternehmerischen Tätigkeits- und Entscheidungsbereichen. In den in der Vorlesung durchgeführten Übungen, analysieren und berechnen die Studierenden eigenständig Lösungen und können die Methoden auch auf andere Problemstellungen anwenden.</p> <p>Die Studierenden erkennen den Zusammenhang für das weitere Studium der BWL, in der rentabilitätsorientierte Kriterien eine herausragende Rolle spielen.</p> <p>Studierende können die Bestandteile der Finanz- und Investitionswirtschaft und deren Zusammenhänge mit anderen Bereichen der betrieblichen Prozesse erläutern und betriebliche Abläufe in Zahlungsströme zerlegen.</p> <p>Sie können auf Basis von Cash-Flows und Kapitalströmen argumentieren und diskutieren.</p>
<b>Inhalte</b>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Einführung - Grundlagen Finanzmanagement</li><li>2. Investitionen und Investitionsrechnung</li><li>3. Berücksichtigung von Risiko bei Investitionen</li><li>4. Finanzierung<ul style="list-style-type: none"><li>• Finanzplanung und Kapitalbedarf</li><li>• Finanzierungsformen</li></ul></li><li>5. Akteure auf den Finanzmärkten</li></ol>

	<p>Exkurs: Finanzanalyse</p> <p>Der Teil Finanzen wird inhaltlich durch den VHB Kurs "Finanzmanagement und Finanzanalyse" von den Studierenden selbstständig erarbeitet. Hierzu müssen sich die Studierenden an der VHB in den Kurs einschreiben. An der Klausur kann nur teilnehmen, wer den Kurs bei der VHB besucht hat. Übungen oder ergänzende bzw. einführende Erläuterungen werden dann in der Präsenzzeit beantwortet.</p>
<b>Medien</b>	Tafel, Pinnwand, Beamer mit Laptop, Flipchart, VHB
<b>Literatur</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Wöhe, Günter, Döring Ulrich, Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, Vahlens Handbücher, 26. Auflage, München 2016</li><li>• Perridon, Louis / Steiner, Manfred: Finanzwirtschaft der Unternehmung, Verlag Franz Vahlen, 16. Auflage, 2016</li><li>• Franke, Günter/ Hax, Herbert: Finanzwirtschaft des Unternehmens und Kapitalmarkt, Springer Verlag, 6. Auflage, 2009</li><li>• Finanzmanagement: Grundlagen - Konzepte - Umsetzung, 7. April 2015, von Richard Guserl und Helmut Pernsteiner</li><li>• Hufnagel, Wolfgang / Burgfeld-Schächer, Beate, Übungsbuch Investition und Finanzierung, NWB Verlag, 2015</li></ul>



## 2.5 Unternehmensführung und -gründung

### 2.5.1 DUG 412 Grundlagen Controlling

<b>Studiengang</b>	Digitalisierung & Unternehmensgründung (DUG)
<b>Akademischer Grad</b>	B.A.

<b>Modulbezeichnung lt. SPO</b>	Grundlagen Controlling
<b>Modulbezeichnung engl.</b>	Principles of Management Accounting & Control
<b>Modul Nr.</b>	DUG 412
<b>Modul Gruppe</b>	Unternehmensführung und -gründung

<b>Veranstaltungssprache</b>	deutsch
<b>Modulverantwortliche(r)</b>	Prof. Dr. Patrick Dieses
<b>Dozent(in)</b>	Prof. Dr. Patrick Dieses

<b>Studienabschnitt</b>	2. Studienjahr
<b>Semester</b>	4. Semester
<b>Häufigkeit des Angebotes</b>	Sommersemester
<b>Dauer</b>	1 Semester
<b>Modultyp</b>	Pflichtmodul
<b>Verwendung des Moduls</b>	B.A. BW, B.A. DPM, B.A. DUG, B.A. SB, B. Sc. WIF, B.Sc. WPN

<b>Credits nach ECTS</b>	5 ECTS			
<b>Arbeitsaufwand (h)</b>	<b>Gesamt</b>	<b>Lehrveranstaltung</b>	<b>Selbststudium</b>	<b>geplante Gruppengröß</b>
	150 Stunden	60 Stunden	90 Stunden	2 Gruppen à ca. 60 - 70 Studierende;

<b>Lehrformen (SWS)</b>	<b>Gesamt</b>	<b>Seminaristischer Unterricht</b>	<b>Seminar</b>	<b>Übung</b>	<b>Projektarbeit</b>
	4 SWS	4 SWS	-	-	-

<b>Teilnahmevoraussetzungen</b>	<b>Formal:</b> keine
	<b>Inhaltlich:</b> Externes Rechnungswesen, Kosten- und Leistungsrechnung, Finanz- und Investitionswirtschaft
<b>Prüfungsleistung</b>	Klausur, 60 Minuten
<b>Prüfungsvorleistung</b>	keine
<b>Geht in die Endnote ein</b>	ja

<p><b>Lernergebnisse / Kompetenzen</b></p>	<p>Die Studierenden ...</p> <p><u>Wissen und Verstehen:</u></p> <p>... können die verschiedenen Controllingkonzeptionen wiedergeben und unterscheiden. Sie kennen die Aufgaben des Controllings und wichtige Controllinginstrumente. Sie verstehen die Planungs- und Kontrollfunktion. Sie sind mit den wichtigsten Teilsystemen der Kostenrechnung und den verschiedenen Typen von Kennzahlensystemen vertraut.</p> <p><u>Können (Wissenserschließung):</u></p> <p>... können Probleme strukturieren, relevante Ursache-Wirkungsbeziehungen identifizieren und zur Problemlösung geeignete Methoden und Instrumente des Controllings auswählen und anwenden. Sie können dann die Ergebnisse interpretieren und darauf basierend Handlungsempfehlungen entwickeln.</p>
<p><b>Inhalte</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Einführung in das Controlling</li> <li>• Ermittlung von Kosten für Kostenstellen, Produkte und Prozesse</li> <li>• Entscheidungen über Produkte und Programme sowie Preispolitik</li> <li>• Erfolgsplanung und -kontrolle für Unternehmen</li> <li>• Erfolgsmessung und -beurteilung sowie Vergütungssysteme</li> </ul>
<p><b>Medien</b></p>	<p>Tafel, Beamer mit Laptop, Flipchart</p>
<p><b>Literatur</b></p>	<p><b><u>Pflichtlektüre (!):</u></b></p> <p>Brühl, Rolf (2016): Controlling. Grundlagen einer erfolgsorientierten Unternehmenssteuerung, 4., überarbeitete und erweiterte Auflage, München: Vahlen.</p> <p><i>Weitere Literatur (jeweils in der aktuellen Auflage):</i></p> <p>Britzelmaier, Bernd: Controlling. Grundlagen, Praxis, Handlungsfelder, Verlag: Pearson, München.</p> <p>Deimel, Klaus/Heupel, Thomas/Wiltinger, Kai: Controlling. München: Franz Vahlen [auch als e-Book]</p> <p>Coenenberg, Adolf. G./Fischer, Thomas M./Günther, Thomas: Kostenrechnung und Kostenanalyse, Stuttgart: Schäffer-Poeschel.</p> <p>Weber, Jürgen/Schäffer, Utz: Einführung in das Controlling, Schäffer-Poeschel, Stuttgart.</p> <p>Ausgewählte Quellen im Internet</p> <p><a href="https://www.icv-controlling.com/">https://www.icv-controlling.com/</a></p> <p><a href="https://www.haufe.de/controlling/">https://www.haufe.de/controlling/</a></p> <p><a href="https://www.econbiz.de/">https://www.econbiz.de/</a></p>

## 2.5.2 DUG 413 Innovation und Projektmanagement

<b>Studiengang</b>	Digitalisierung & Unternehmensgründung (DUG)				
<b>Akademischer Grad</b>	B.A.				
<b>Modulbezeichnung lt. SPO</b>	Innovation und Projektmanagement				
<b>Modulbezeichnung engl.</b>	Innovation & Project Management				
<b>Modul Nr.</b>	DUG 413				
<b>Modul Gruppe</b>	Unternehmensführung und -gründung				
<b>Veranstaltungssprache</b>	deutsch				
<b>Modulverantwortliche(r)</b>	Prof. Dr. Burkhard Jaeger				
<b>Dozent(in)</b>	Prof. Dr. Burkhard Jaeger, Prof. Dr. Philipp Michaeli				
<b>Studienabschnitt</b>	2. Studienjahr				
<b>Semester</b>	4. Semester				
<b>Häufigkeit des Angebotes</b>	Sommersemester				
<b>Dauer</b>	1 Semester				
<b>Modultyp</b>	Pflichtmodul				
<b>Verwendung des Moduls</b>	B.A. BW, B.A. DPM, B.A. DUG				
<b>Credits nach ECTS</b>	5 ECTS				
<b>Arbeitsaufwand (h)</b>	<b>Gesamt</b>	<b>Lehrveranstaltung</b>	<b>Selbststudium</b>	<b>geplante Gruppengröße</b>	
	150 Stunden	60 Stunden	90 Stunden	100 Studierende	
<b>Lehrformen (SWS)</b>	<b>Gesamt</b>	<b>Seminaristischer Unterricht</b>	<b>Seminar</b>	<b>Übung</b>	<b>Projektarbeit</b>
	4 SWS	4 SWS	-	-	-
<b>Teilnahmevoraussetzungen</b>	<b>Formal:</b>				
	<b>Inhaltlich:</b>				
<b>Prüfungsleistung</b>	Klausur, 60 Minuten				
<b>Prüfungsvorleistung</b>	keine				
<b>Geht in die Endnote ein</b>	ja				

<b>Lernergebnisse/ Kompetenzen</b>	<p><b><u>Innovationsmanagement:</u></b></p> <p><u>Wissen und Verstehen:</u></p> <p>Interesse und aktive Mitarbeit vorausgesetzt kennen und verstehen die Studierenden:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• die Notwendigkeit und den Charakter von Innovationen,</li><li>• die Einordnung des Innovationsmanagements in die Unternehmensführung,</li><li>• die Konzepte und Strategien des Innovationsmanagements,</li><li>• die Ressourcen und Methoden des Innovationsmanagements sowie</li><li>• die Organisationsformen des Innovationsmanagements.</li></ul> <p><u>Können (Wissenserschließung):</u></p> <p>Sie sollten die Fähigkeiten erworben haben:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Innovationschancen zu erkennen und zu bewerten,</li><li>• Innovationsnotwendigkeiten in Innovationsprojekte zu überführen,</li><li>• die erforderlichen Ressourcen in den Unternehmensumfeldern zu definieren,</li><li>• mit innovationsrelevanten Akteuren innerhalb und außerhalb des Unternehmens zu kommunizieren und zu kooperieren,</li><li>• Innovationswiderstände zu erkennen, zu analysieren und strategisch-präventiv bzw. taktisch-operativ zu überwinden,</li><li>• Innovationsstrategien zu entwickeln und Instrumente für deren Umsetzung anzuwenden sowie</li><li>• Innovationsprozesse phasenspezifisch zu managen,</li></ul> <p><b><u>Projektmanagement:</u></b></p> <p><u>Wissen und Verstehen:</u></p> <p>Interesse und aktive Mitarbeit vorausgesetzt kennen und verstehen die Studierenden:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• den Sinn der Organisation einer Entscheidungsepisode als Projekt</li><li>• Abgrenzung zu Programmmanagement (PMO) Initiativen</li><li>• die Aufgaben bei der Durchführung eines Projekts von der Initiierung bis zum Projektabschluss</li><li>• Phasen des Projektmanagements</li><li>• Grundzüge von agilen Projektmanagement Methoden</li><li>• die Notwendigkeit von und die Besonderheiten bei der Führung von Projektteams</li><li>• die Notwendigkeit und die Möglichkeiten zum Management der Stakeholder des Projekts</li></ul>
--	--

<p><b>Inhalte</b></p>	<p><u>Können (Wissenserschließung):</u></p> <p>Die Studierenden sollten jeweils abhängig von den individuellen Potenzialen, der Motivation und vom Engagement des/der jeweiligen Studierenden die Fähigkeit erworben haben, beim Management von Projekten wertschöpfend mitarbeiten zu können und sich ihrer Verantwortung gegenüber den Stakeholdern bewusst sein.</p> <p><b><u>Innovationsmanagement:</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Determinanten des langfristigen Überlebens von Unternehmen</li> <li>• Grundbegriffe und Theorien des Innovationsmanagements</li> <li>• Innovationshemmnisse im Unternehmen – „Resistance to Change“</li> <li>• Strategisches Innovationsmanagement</li> <li>• Operatives Innovationsmanagement</li> </ul> <p><b><u>Projektmanagement:</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Definitorische Elemente des Projektbegriffs</li> <li>• Initiierung des Projekts unter Einbeziehung eines SCM Boards</li> <li>• Identifikation und Management der Stakeholder des Projekts</li> <li>• Planung des Projekts incl. Ermittlung eines „Critical Path“</li> <li>• Instrumentarium zur Steuerung des Projekts</li> <li>• Durchführung des Projekts mit agilen Methoden wie Scruming oder WIP Limits</li> <li>• Effiziente Führung des Projektteams</li> <li>• Projektabschluss und Debriefing Methoden</li> <li>• Agile &amp; Hybride Methoden des Projektmanagements als konstitutive Entscheidung</li> </ul>
<p><b>Medien</b></p>	<p>Visulizer, Beamer, Tafel, ...</p>

<b>Literatur</b>	<b>Innovationsmanagement:</b>  Bahcall, Safi: Loonshoots , New York 2020  Hauschildt, Jürgen/Salomo, Sören: Innovationsmanagement, 6. Aufl., München, 2016  D. Vahs u. A. Brem: Innovationsmanagement: Von der Idee zur erfolgreichen Vermarktung. Schäfer-Pöschel 2015  Wördenweber, Burkhard: Technologie- und Innovationsmanagement im Unternehmen: Lean Innovation, Springer Vieweg, 4. Auflage 2020  Tidd,Joe/Bessant, John: Managing Innovation: Integrating Technological,Market and Organizational Change, Wiley 2020  <b>Projektmanagement:</b>  Bruno, Jenny: Strategien agil umsetzen mit adaptiven Projektmanagement Methoden, ETH Zürich, 2023  Preußig,Jörg: Agiles Projektmanagement: Agilität und Srum im klassischen Projektumfeld, Haufe, 2. Auflage 2020  Project Management Institute (2013): PMBOK - A Guide to the Project Management Body of Knowledge, Newton Square, 6. Auflage 2017  Timinger, Holger: Modernes Projektmanagement. Wiley 2017
------------------	---

### 2.5.3 DUG 414 Geschäftsmodell- und Strategieentwicklung

<b>Studiengang</b>	Digitalisierung & Unternehmensgründung (DUG)				
<b>Akademischer Grad</b>	B.A.				
<b>Modulbezeichnung lt. SPO</b>	Geschäftsmodell- und Strategieentwicklung				
<b>Modulbezeichnung engl.</b>	Business Strategy				
<b>Modul Nr.</b>	DUG 414				
<b>Modul Gruppe</b>	Unternehmensführung und -gründung				
<b>Veranstaltungssprache</b>	deutsch				
<b>Modulverantwortliche(r)</b>	Prof. Dr. Thomas Stauffert				
<b>Dozent(in)</b>	Prof. Dr. Thomas Stauffert				
<b>Studienabschnitt</b>	2. Studienjahr				
<b>Semester</b>	4. Semester				
<b>Häufigkeit des Angebotes</b>	Sommersemester				
<b>Dauer</b>	1 Semester				
<b>Modultyp</b>	Pflichtmodul				
<b>Verwendung des Moduls</b>	B.A. DPM, B.A. DUG				
<b>Credits nach ECTS</b>	5 ECTS				
<b>Arbeitsaufwand (h)</b>	<b>Gesamt</b>	<b>Lehrveranstaltung</b>	<b>Selbststudium</b>	<b>geplante Gruppengröße</b>	
	150 Stunden	60 Stunden	90 Stunden	2 Gruppen à ca. 60 - 70 Studierende;	
<b>Lehrformen (SWS)</b>	<b>Gesamt</b>	<b>Seminaristischer Unterricht</b>	<b>Seminar</b>	<b>Übung</b>	<b>Projektarbeit</b>
	4 SWS	4 SWS	-	-	-
<b>Teilnahmevoraussetzungen</b>	<b>Formal:</b>				
	<b>Inhaltlich:</b>				
<b>Prüfungsleistung</b>	Klausur, 60 Minuten				
<b>Prüfungsvorleistung</b>	keine				
<b>Geht in die Endnote ein</b>	ja				

<p><b>Lernergebnisse/ Kompetenzen</b></p>	<p>Nach erfolgreicher Absolvierung des Modules verstehen die Student*innen abhängig von ihren individuellen Potenzialen, ihrer Motivation und ihrem Engagement die Funktion der Unternehmenssteuerung und können ausgewählte Methoden und Instrumente der Unternehmens- und Mitarbeiterführung zielbezogen anwenden.</p> <p><b>Wissen und Verstehen:</b></p> <p>Die Student*innen sollten kennen und verstehen</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• die Methoden des strategischen Managements,</li> <li>• die Werkzeuge zur Analyse und Planung von Unternehmensstrategien,</li> <li>• die Probleme in der Umsetzung strategischer Maßnahmen in betriebliche Prozesse,</li> <li>• die Inhalte eines Businessplans</li> <li>• die Führung <i>im</i> Unternehmen auf der Basis der Führung <i>von</i> Unternehmen</li> </ul> <p><b>Können (Wissenserschließung):</b></p> <p>Die Student*innen sollten die Fähigkeiten erworben haben</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• den Prozess der Strategieentwicklung konzeptionell zu organisieren und durchzuführen,</li> <li>• strategische Handlungsoptionen zu erarbeiten und zu bewerten,</li> <li>• betriebliche Abläufe unter strategischen Gesichtspunkten zu beleuchten und zu hinterfragen</li> <li>• Mitarbeiter in die Erreichung strategischer Zielsetzungen einzubinden</li> <li>• einen tragfähigen Businessplan zu erarbeiten</li> <li>• Mitarbeiter im Sinne der Erreichung von Unternehmenszielen zu führen</li> </ul>
<p><b>Inhalte</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Elemente der strategischen Führung von Unternehmen</li> <li>• Grundverständnis des strategischen Managements</li> <li>• Umwelt- und Wettbewerbsanalyse</li> <li>• Geschäftsfeld- und Unternehmensstrategien</li> <li>• Strategische Optionen für die Entwicklung des Unternehmens</li> <li>• Funktional- und Bereichsstrategien</li> <li>• Instrumente und Vorgehensweisen zur Umsetzung von Strategien</li> <li>• Vorgehen und Probleme bei der Entwicklung eines Businessplans</li> <li>• Mitarbeiterführung als notwendige Voraussetzung zur Erreichung der Unternehmensziele</li> </ul>



<b>Medien</b>	Overheadprojektor, Beamer, Tafel, verbale und nonverbale Kommunikation und Interaktion, Online Vorlesungen
<b>Literatur</b>	<p>Skript und Inhaltsübersicht</p> <p>Britzelmaier, Bernd: Wertorientierte Unternehmensführung, Kiehl-Verlag, 1. Auflage, 2009</p> <p>Ehrmann, Harald: Strategische Planung, Kiehl-Verlag, 1. Auflage, 2006</p> <p>Frost, Jetta / Morner, Michéle: Konzernmanagement – Strategien für Mehrwert, Gabler-Verlag, 1. Auflage, 2009</p> <p>Hummel, Thomas R. /Zander Ernst: Unternehmensführung Lehrbuch für Studium und Praxis, Rainer Hampp Verlag, 2. Auflage, 2008</p> <p>Kirsch, Werner: Betriebswirtschaftslehre – Eine Annäherung aus der Perspektive der Unternehmensführung, Gabler-Verlag, 4. Auflage, 1997</p> <p>Kirsch, Werner / Seidl, David / van Aaken, Dominik: Unternehmensführung – Eine evolutionäre Perspektive, Schäffer-Poeschel-Verlag, 1. Auflage, 2009</p> <p>Olfert, Klaus / Pischulti, Helmut, Kompakttraining Unternehmensführung, Kiehl-Verlag</p> <p>Preissler, Peter / Kopp, Michael / Neuberger, Oswald: Unternehmens- und Personalführung, MI-Verlag</p> <p>Schreyögg, Georg / Koch, Jochen: Grundlagen des Managements: Basiswissen für Studium und Praxis, Gabler-Verlag, 2. Auflage, 2010</p> <p>Schreyögg, Georg / Steinmann, Horst, Management: Grundlagen der Unternehmensführung, Gabler-Verlag, 5. Auflage, 2000</p> <p>Stahle, Wolfgang: Management, Vahlen-Verlag</p>

## 2.5.4 DUG 441 Unternehmerische Kompetenzen 1

<b>Studiengang</b>	Digitalisierung & Unternehmensgründung (DUG)				
<b>Akademischer Grad</b>	B.A.				
<b>Modulbezeichnung lt. SPO</b>	Unternehmerische Kompetenzen 1 (UK 1)				
<b>Modulbezeichnung engl.</b>	Entrepreneurial & Business Skills 1				
<b>Modul Nr.</b>	DUG441				
<b>Modul Gruppe</b>	Unternehmensführung und –gründung				
<b>Veranstaltungssprache</b>	deutsch				
<b>Modulverantwortliche(r)</b>	Prof. Dr. Sandra Gronover				
<b>Dozent(in)</b>	Prof. Dr. Bernd Mühlfriedel				
<b>Studienabschnitt</b>	2. Studienjahr				
<b>Semester</b>	4. Semester				
<b>Häufigkeit des Angebotes</b>	Wintersemester				
<b>Dauer</b>	1 Semester				
<b>Modultyp</b>	Pflichtmodul				
<b>Verwendung des Moduls</b>	B.A. DUG, B.A. BW, B.A. WIF				
<b>Credits nach ECTS</b>	5 ECTS				
<b>Arbeitsaufwand (h)</b>	<b>Gesamt</b>	<b>Lehrveranstaltung</b>	<b>Selbststudium</b>	<b>geplante Gruppengröße</b>	
	150 Stunden	60 Stunden	90 Stunden	2 Gruppen mit je ca. 15-20 Studierenden	
<b>Lehrformen (SWS)</b>	<b>Gesamt</b>	<b>Seminaristischer Unterricht</b>	<b>Seminar</b>	<b>Praktikum</b>	<b>Projektarbeit</b>
	4 SWS	4 SWS	-	-	-
<b>Teilnahmevoraussetzungen</b>	<b>Formal:</b> keine				
	<b>Inhaltlich:</b> keine				
<b>Prüfungsleistung</b>	portP (Ausarb 25 S. 60%, Vortag.sb 20-30 Min. 40%) Portfolioprüfung: 1) Ausarbeitung einer Geschäftsidee in Form eines Reading Decks inkl. Geschäftsmodell und Finanzplanung 2) Vortrag durch Präsentation in Form eines imaginären Seed-Investoren pitches und aktiver Beitrag zum Kurserfolg				
<b>Prüfungsvorleistung</b>	keine				
<b>Geht in die Endnote ein</b>	ja				

<b>Lernergebnisse / Kompetenzen</b>	<p>Das Curriculum der gesamten viersemestrigen Lehrveranstaltung Unternehmerische Kompetenzen 1-4 zielt darauf ab, bei den Teilnehmenden Unternehmergeist zu wecken und diese sowohl von den mentalen als auch methodischen Kompetenzen in die Lage zu versetzen, ein eigenes Gründungsvorhaben zu verwirklichen.</p> <p>Dazu werden neben der Vermittlung wesentlicher Theorien und Methoden der Unternehmensgründung regelmäßig Situationen geschaffen, um im Kontakt mit „echten“ Unternehmerinnen und Unternehmern Unternehmertum live zu erfahren und das Erlernte und Erfahrene praktisch an einer eigenen Gründungsidee umzusetzen.</p> <p><u>Wissen und Verstehen</u></p> <p>Nach Durchlaufen des Gesamtcurriculums verfügen die Studierenden über ein umfassendes theoretisches und praktisches Wissen im Bereich Unternehmertum und Unternehmensgründung. Sie sind in der Lage, einschlägige Theorien zu beschreiben, diese zu reflektieren und situationsbezogen einzuordnen.</p> <p>Nach dem Besuch von UK 1 sind die Studierenden in der Lage, die wesentlichen Eigenschaften des Lean-Start-Up-Konzeptes zu beschreiben und die Kernelemente eines Geschäftsmodells anhand des Business Model Canvas zu veranschaulichen. Darüberhinaus können sie die Grundbestandteile eines Finanzplanungsmodells erklären sowie die verschiedenen Formen der Präsentation von Gründungsvorhaben vor Investoren (Businessplan, Reading Pitch Deck, Presentation Pitch Deck) unterscheiden. Außerdem können die Studierenden die Unterschiede zwischen gewinnorientierten und impact-orientierten Gründungsvorhaben abschätzen.</p> <p><u>Können (Wissenserschließung)</u></p> <p>Die Studierenden sind in der Lage, das erlernte Theorie- und Methodenwissen jederzeit selbständig bei der Entwicklung eigener Geschäftsideen und dazu passender Geschäftsmodelle anzuwenden. Eine Gründung bereits während des Lehrveranstaltungszyklus Unternehmerische Kompetenzen 1-4 ist möglich und wird durch die Dozierenden aktiv unterstützt.</p> <p>Auf die Lehrveranstaltung UK 1 bezogen entwickeln die Studierenden im Team eigene Geschäftsideen und unternehmen erste Schritte zur Validierung derselben mit potenziellen Kunden. Aufbauend auf den daraus gewonnenen Erkenntnissen entwickeln sie ein Geschäftsmodell und eine darauf aufbauende Finanzplanung. Als Endprodukt kombinieren sie ihre Erkenntnisse zu einem Reading Deck und präsentieren diese vor imaginären Seed-Investoren.</p> <p>Weiterhin sind die Studierenden in der Lage, die erlernten Praktiken zum Umgang mit Rückschlägen im Verlauf ihres eigenen Projektes anzuwenden und dabei deren Nutzen für das eigene unternehmerische Handeln zu erproben.</p>
---	---

<p><b>Inhalte</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kick-Off-Day mit                         <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Kursorganisation &amp; Teambuilding</li> <li>○ Workshop Abbau Angst vor dem Scheitern</li> <li>○ Geschäftsideen-Schnellcheck inkl. prakt. Beispiele</li> <li>○ Motivation durch Unternehmergestvortrag</li> <li>○ Vorstellung Lean-StartUp-Konzept</li> <li>○ Workshop: eigene Ideengenerierung</li> </ul> </li> <li>• Geschäftsideenbeurteilung (u.a. Businessidea-Schnelltest)</li> <li>• Geschäftsmodellentwicklung (u.a. Business Model Canvas)</li> <li>• Formen der Präsentation ggü. potenziellen Investoren: Reading Pitch Deck, Businessplan, Pitch &amp; Presentation Pitch Deck</li> <li>• Grundzüge des Design Thinking</li> <li>• Impact Entrepreneurship</li> <li>• Praxiseinheit Kunden-/Nutzerfeedback</li> <li>• Workshop Finanzplanung</li> <li>• Pitch Training</li> <li>• Vorstellung der Unterstützungsangebote</li> <li>• Exkursion(en) zu Start-Up-Unternehmen in der Region</li> <li>• Regelmäßige Vorstellung der gewonnenen Erkenntnisse und Diskussion mit Studierenden und Dozenten</li> <li>• Laufendes Coaching durch die Dozenten</li> </ul>
<p><b>Medien</b></p>	<p>Moodle-Kursraum, Beamer mit Laptop, eigene Laptops (mind. 1 pro Gruppe), Flipchart, Pinnwand, Tafel</p>
<p><b>Literatur</b></p>	<p>Baehr, E. / Loomis, E. (2015): Get Backed: Craft Your Story, Build the Perfect Pitch Deck, and Launch the Venture of Your Dreams, HBR Press.</p> <p>Base Templates (2020): Build a Winning Pitch Deck</p> <p>BayStartUp: Handbuch zur Businessplan-Erstellung, <a href="https://www.baystartup.de/bayerische-businessplan-wettbewerbe/handbuch-businessplan/">https://www.baystartup.de/bayerische-businessplan-wettbewerbe/handbuch-businessplan/</a></p> <p>Osterwalder, A. / Pigneur, Y. (2010): Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers, J. Wiley &amp; Sons.</p> <p>Ries, E. (2011): The Lean Startup: How Today's Entrepreneurs Use Continuous Innovation to Create Radically Successful Businesses, Crown Business.</p>

## 2.6 DUG 320 Betriebswirtschaftliches Seminar Digital Business Models

<b>Studiengang</b>	Digitalisierung & Unternehmensgründung (DUG)				
<b>Akademischer Grad</b>	B.A.				
<b>Modulbezeichnung lt. SPO</b>	Betriebswirtschaftliches Seminar				
<b>Modulbezeichnung engl.</b>	Business Administration Seminar				
<b>Modul Nr.</b>	DUG 320				
<b>Modul Gruppe</b>					
<b>Veranstaltungssprache</b>	Englisch				
<b>Modulverantwortliche(r)</b>	Prof. Dr. Prasch				
<b>Dozent(in)</b>	Prof. Dr. Prasch				
<b>Studienabschnitt</b>	2. Studienjahr				
<b>Semester</b>	3. Semester				
<b>Häufigkeit des Angebotes</b>	Wintersemester				
<b>Dauer</b>	ein Semester				
<b>Modultyp</b>	Pflichtmodul				
<b>Verwendung des Moduls</b>	B.A. DUG				
<b>Credits nach ECTS</b>	5 ECTS				
<b>Arbeitsaufwand (h)</b>	<b>Gesamt</b>	<b>Lehrveranstaltung</b>	<b>Selbststudium</b>	<b>geplante Gruppengröße</b>	
	150 Stunden	60 Stunden	90 Stunden	20 Teilnehmer	
<b>Lehrformen (SWS)</b>	<b>Gesamt</b>	<b>Seminaristischer Unterricht</b>	<b>Seminar</b>	<b>Übung</b>	<b>Projektarbeit</b>
	4 SWS	-	4 SWS	-	-
<b>Conditions of participation</b>	<b>In terms of form:</b> none				
	<b>In terms of content:</b> none				
<b>Examination</b>	scientific paper				
<b>Pre-examination requirements</b>	portP (Ausarb, 60%, 10 Seiten), Koll, 40%, 20 Minuten)				
<b>Part of final grade</b>	yes				

<p><b>Learning outcomes/ competencies</b></p>	<p>After attending this course, students should be able to answer a specific scientific / research questions within a paper in English language properly, using relevant methods and ways of scientific writing. In addition, the students gained an overview of digital business models.</p> <p><u>Knowledge and understanding:</u></p> <p>Students know and understand the fundamentals of science and research and how they are applied to scientific papers. They learn correct citation and formatting of a scientific paper. In addition, the students understand the differences of conventional and digital business models and the mechanisms driving digital companies such as Google, Amazon and Facebook etc.</p> <p><u>Abilities (Transfer):</u></p> <p>After passing the course, students have proven within a study paper to write a scientific paper and properly answer relevant research questions. In addition, they are competent, to analyze or develop a business model canvas for a digital company or start-up.</p>
<p><b>Contents</b></p>	<p>Part I: Scientific Working and Writing</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Introduction – What is Science? Necessity of scientific writing in preparation of the Bachelor thesis.</li> </ul> <p>Part II: Digital Business Models</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Criteria for successful business models</li> <li>• Content of a business case</li> <li>• Examples from digital industry</li> <li>• Requirements for digital startups (lean startup)</li> </ul>
<p><b>Media</b></p>	<p>Blackboard, projector and PC, flipchart</p>
<p><b>Literature</b></p>	<p><b>Part I</b></p> <p><b>Gower, Barry (2014):</b> Scientific Method. An Historical and Philosophical Introduction, New York: Routledge</p> <p><b>Skern, Tim (2009):</b> Writing Scientific English. A Workbook, Wien: UTB GmbH</p> <p><b>Part II</b></p> <p><b>Osterwalder, Alexander (2010):</b> Business Model Generation. New Jersey: Wiley &amp; Sons</p> <p><b>Thiel, Peter (2014):</b> Zero to One. New York: Crown Publishing</p> <p><b>Flynn, Pat (2016):</b> Will it Fly? New York: SPI Publications</p>

3 Pflicht- und Wahlpflichtmodule im Praktischen Studiensemester (fünftes Semester)

3.1 DUG 501 Praxisorientierte Lehrveranstaltung

<b>Studiengang</b>	Digitalisierung & Unternehmensgründung (DUG)
<b>Akademischer Grad</b>	B.A.

<b>Modulbezeichnung lt. SPO</b>	Praxisorientierte Lehrveranstaltung (PLV)
<b>Modulbezeichnung engl.</b>	Practical Seminar
<b>Modul Nr.</b>	DUG 501
<b>Modul Gruppe</b>	Praktisches Studiensemester

<b>Veranstaltungssprache</b>	Deutsch oder Englisch
<b>Modulverantwortliche(r)</b>	Prof. Dr. Michael Bürker
<b>Dozent(in)</b>	siehe einzelne Kursbeschreibungen

<b>Studienabschnitt</b>	3. Studienjahr
<b>Semester</b>	5. Semester
<b>Häufigkeit des Angebotes</b>	Jedes Studienjahr
<b>Dauer</b>	1 Semester pro Modul
<b>Modultyp</b>	Wahlpflichtmodul
<b>Verwendung des Moduls</b>	B.A. BW, B.A. DUG, B.A. DPM, B.A. SB, B. Sc. WPN

<b>Credits nach ECTS</b>	2 ECTS			
<b>Arbeitsaufwand (h)</b>	<b>Gesamt</b>	<b>Lehrveranstaltung</b>	<b>Selbststudium</b>	<b>geplante Gruppengröße</b>
	60 Stunden	30 Stunden	30 Stunden	Gruppen à ca. 15 - 30 Studierende

<b>Lehrformen (SWS)</b>	<b>Gesamt</b>	<b>Seminaristischer Unterricht</b>	<b>Seminar</b>	<b>Übung</b>	<b>Praktikum</b>	<b>Projektarbeit</b>
	2 SWS	2 SWS	-	-	-	-

**Kurs: Überleben in der beruflichen Praxis als Betriebswirt**

<b>Dozent(in)</b>	<b>Prof. Dr. Stauffert</b>
<b>Teilnahme- voraussetzungen</b>	Formal: keine
	Inhaltlich: regelmäßige Teilnahme und Beteiligung an Diskussionen
<b>Prüfungsleistung</b>	Ausarb.P – Studienarbeit max. 3 Seiten, abzugeben zu Beginn der PLV!
<b>Prüfungsvorleistung</b>	Keine
<b>Geht in die Endnote ein</b>	Nein
<b>Lernergebnisse / Kompetenzen</b>	<p>Die Studierenden sind sich nach erfolgreicher Teilnahme an dieser Veranstaltung bewusst und haben verstanden, dass gesicherte grundlegende Kenntnisse der Betriebswirtschaftslehre im Unternehmen die zentrale Voraussetzung für ihren beruflichen Erfolg sind.</p> <p>Hierzu werden gezielt wesentliche Themen aus relevanten Bereichen vorgestellt und diskutiert. Zweck hiervon ist nicht zuletzt, die kommunikativen und argumentativen Fähigkeiten der Studierenden zu trainieren und weiterzuentwickeln sowie einen Prozess der Selbstreflexion im Sinne der Förderung eines Selbst-Bewusstseins anzustoßen.</p> <p>In diesem Sinne besteht die zum <b>Beginn der Veranstaltung</b> einzureichende Ausarbeitung der Studierenden darin</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- die drei wesentlichsten Erkenntnisse der vorhergegangenen vier Semester darzustellen und</li> <li>- zu begründen, warum die Studierenden diese für wesentlich halten.</li> </ul>
<b>Inhalte</b>	<p>Es werden Aufbau und grundlegende Funktionsweisen insbesondere in folgenden Bereichen näher beleuchtet und vertieft:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Aufbau von Argumentationen</li> <li>- Entscheidungsbarrieren und Widerstand</li> <li>- Wirtschaftlichkeits- und Rentabilitätsentscheidungen</li> <li>- Kostenrechnung und Kalkulation</li> <li>- Strategisches Denken</li> <li>- Definition und Durchführung von Projekten</li> <li>- Führung von Mitarbeitern</li> </ul>
<b>Medien</b>	Vortrag, Diskussion
<b>Literatur</b>	Bibliothek der Hochschule Landshut / Fernleihe



**Kurs: Unternehmerpersönlichkeiten / Gewinn- und Sozialorientierung**

<b>Dozent(in)</b>	Christoph Neub
<b>Teilnahme- voraussetzungen</b>	<b>Formal:</b>
	<b>Inhaltlich:</b> Regelmäßiger Besuch der Veranstaltung erforderlich
<b>Prüfungsleistung</b>	portP (Vortrag.sb, Ausarb), je 50% Präsentation (ca. 30 Minuten) und Präsentationsunterlagen (mindestens 15 Folien)
<b>Prüfungsvorleistung</b>	Keine
<b>Geht in die Endnote ein</b>	Nein
<b>Lernergebnisse / Kompetenzen</b>	<p>Nach erfolgreicher Absolvierung des Kurses können die Studierenden verschiedene Unternehmerpersönlichkeiten unterscheiden, ihre Wirkung auf die Gesellschaft beurteilen und unterschiedliche Persönlichkeitsstrukturen verstehen.</p> <p><u>Wissen und Verstehen</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Eigenschaften und Persönlichkeitsmerkmale von Unternehmer*innen (er)kennen</li> <li>Die wesentlichen Merkmale von gewinnorientiertem und sozialorientiertem Unternehmertum unterscheiden können,</li> </ul> <p><u>Können (Wissenserschließung)</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Präsentationsfähigkeiten üben und verbessern</li> <li>Fähigkeit zu vorurteilsfreier Diskussion üben und verbessern</li> <li>Reflektierter über andere Personen urteilen können</li> <li>Auseinandersetzung mit dem eigenen beruflichen Selbstbild, eigenes berufliches Handeln reflektieren und evtl. verändern</li> </ul>
<b>Inhalte</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Gewinnorientierung und Orientierung an sozialen Zielen – ein Widerspruch?</li> <li>Kennenlernen ausgewählter Unternehmen und Unternehmerpersönlichkeiten.</li> <li>Unternehmergespräch mit einem Unternehmer aus der Region (Erfahrungen aus der Unternehmensgründung, Erfolgsfaktoren)</li> <li>Erkennen und verstehen unterschiedlicher Persönlichkeitsstrukturen (Typen von unterschiedlichen Menschen im Unternehmen und Auswirkungen auf Unternehmenstätigkeit und -erfolg)</li> </ul>
<b>Medien</b>	Beamer mit Laptop, Whiteboard, Videos, Unternehmergespräch

Course: Employability

<b>Lecturer</b>	Prof. Dr. Robin Gowers
<b>Language</b>	English
<b>Conditions of participation</b>	<b>In terms of form:</b> none
	<b>In terms of content:</b> regular attendance mandatory
<b>Examination</b>	Career plan 100%. Maximum 5 pages. To be submitted online one week after the course ends.
<b>Pre-examination requirements</b>	None
<b>Part of final grade</b>	No
<b>Learning outcomes / competencies</b>	<p><u>Knowledge and understanding:</u></p> <p><b>Career Exploration and Planning:</b></p> <p>Students will gain a comprehensive understanding of various industries, job roles, and career pathways. They will learn about the requirements, expectations, and opportunities in different fields, helping them make informed decisions about their career direction. Through self-assessment tools and guidance, students will explore their interests, values, and strengths, aligning these with potential career paths. This knowledge will empower them to create effective career plans that align with their personal aspirations and the demands of the job market.</p> <p><b>Professional Branding and Marketing:</b></p> <p>The course will provide insights into personal branding and effective self-marketing strategies. Students will learn how to craft compelling resumes, cover letters, and online profiles that showcase their skills and experiences. They will understand the importance of a consistent and authentic professional image and how to effectively communicate their value proposition to potential employers. This knowledge will enable students to stand out in competitive job markets and leave a positive impression on recruiters.</p> <p><b>Job Application and Interview Techniques:</b></p> <p>Students will acquire in-depth knowledge about the job application and interview processes. They will learn the intricacies of tailoring their application materials to specific job roles, highlighting their relevant skills and experiences. Moreover, students will gain insights into various interview formats, techniques for answering common and behavioral questions, and strategies for showcasing their qualifications effectively. This knowledge will prepare students to navigate the application and interview stages with confidence and professionalism.</p> <p>By gaining knowledge and understanding in these key areas, students will be well-equipped to approach their job search and career development with a strategic mindset and a strong foundation of practical skills.</p>

	<p><u>Abilities (Transfer):</u></p> <p><b>Self-Assessment and Skill Development:</b></p> <p>Students will develop the ability to critically assess their strengths, weaknesses, skills, and interests.</p> <p>They will gain insights into their unique attributes and areas for improvement, enabling them to strategically focus on skill development that aligns with their career goals.</p> <p>This self-awareness will empower students to proactively enhance their employability by honing relevant skills and competencies.</p> <p><b>Effective Networking and Communication:</b></p> <p>The course will equip students with the ability to build and leverage a professional network. Through practical exercises and guidance, students will learn how to initiate and maintain meaningful professional relationships, both online and offline. They will develop effective communication skills, enabling them to confidently interact with peers, mentors, potential employers, and industry professionals. This ability will facilitate access to job opportunities, insights, and collaborations.</p> <p><b>Job Search Strategy and Adaptability:</b></p> <p>Students will acquire the ability to formulate and execute strategic job search plans. They will learn how to research industries, identify suitable positions, tailor application materials, and effectively engage with potential employers. Additionally, students will develop adaptability skills, allowing them to navigate changing job markets and industries. This adaptability will empower students to pivot their career paths, embrace emerging opportunities, and stay relevant in a dynamic job landscape.</p> <p>These key abilities will not only enhance students' employability but also provide them with lifelong skills that can be applied across various personal and professional contexts.</p> <p><u>Learning outcomes:</u></p> <p>By the end of this course, students will be able to demonstrate a comprehensive understanding of essential professional skills, including effective communication, teamwork, problem-solving, time management, and adaptability. They will have honed these skills through practical exercises, simulations, and real-world case studies, enabling them to excel in diverse professional environments.</p> <p><b>Create a Personalised Career Development Plan:</b></p> <p>Upon completing the course, students will be able to create a personalised career development plan that aligns with their strengths, aspirations, and industry trends. They will have acquired the ability to assess their skills, values, and interests and translate these insights into actionable steps for career progression, including setting short- and long-term goals and identifying necessary resources.</p>
--	---

	<p><b>Master Job Search and Application Strategies:</b></p> <p>By the end of the course, students will have mastered effective job search and application strategies. They will have learned how to craft compelling resumes, cover letters, and online profiles that resonate with potential employers. Students will also gain insight into utilising networking, job fairs, and online platforms to identify job opportunities and successfully navigate the application process.</p> <p><b>Navigate Interviewing and Negotiation Processes:</b></p> <p>Upon completion of this course, students will possess the skills to excel in job interviews and negotiation processes. They will have practiced responding to common interview questions, presenting their achievements and strengths, and handling challenging scenarios with confidence. Additionally, students will have learned negotiation techniques to advocate for fair compensation packages and benefits while maintaining professional relationships.</p> <p>These learning outcomes are designed to equip students with a well-rounded set of skills and knowledge that enhance their employability and empower them to succeed in their career endeavors.</p>
<p><b>Contents</b></p>	<p>This module aims to help you develop the employability skills and capabilities that are needed to compete successfully in the graduate labour market. It seeks to provide knowledge, support and insight into the contemporary world of work and the business market. The module seeks to help you develop your skills and is therefore practical and engages you in case study exercise and real-life scenarios to provide insights. The lectures and seminars will provide key inputs to help introduce you to fundamental employability concepts, insights and techniques, drawn from the business and management, but also other disciplines such as sociology, social psychology and the humanities.</p>
<p><b>Media</b></p>	<p>Projector with laptop, flipchart, blackboard</p>
<p><b>Literature</b></p>	<p>"What Color Is Your Parachute? 2023: A Practical Manual for Job-Hunters and Career-Changers" by Richard N. Bolles:</p> <p>This perennial bestseller offers practical guidance on all aspects of the job search process, from self-assessment and career exploration to networking and interview techniques. It provides actionable advice for both job seekers and career changers, making it a valuable resource for students aiming to enhance their employability.</p> <p>"Designing Your Life: How to Build a Well-Lived, Joyful Life" by Bill Burnett and Dave Evans:</p> <p>While not solely focused on employability, this book offers a unique perspective on designing a fulfilling career and life. It introduces principles from design thinking to help readers navigate career decisions, explore possibilities, and create a meaningful life and career path.</p>

	<p>"Career Development and Planning: A Comprehensive Approach" by Robert C. Reardon, Janet G. Lenz, and James P. Sampson Jr.:</p> <p>This comprehensive text covers various aspects of career development, including self-assessment, goal setting, decision making, job search strategies, and professional branding. It's well-suited for a course that aims to provide students with a holistic understanding of the employability process.</p> <p>These texts offer a blend of practical advice, theoretical concepts, and exercises that align with the learning outcomes and key areas of knowledge for a course on employability.</p>
--	--

### 3.2 DUG 502 Praktische Zeit im Betrieb

<b>Studiengang</b>	Digitalisierung & Unternehmensgründung (DUG)		
<b>Akademischer Grad</b>	B.A.		
<b>Modulbezeichnung lt. SPO</b>	Praktische Zeit im Betrieb (betriebliches Praktikum)		
<b>Modulbezeichnung engl.</b>	Internship		
<b>Modul Nr.</b>	DUG 502		
<b>Modul Gruppe</b>	Pflichtmodule 5. Semester		
<b>Veranstaltungssprache</b>	deutsch (im Falle eines Auslandspraktikums: die jeweilig landesübliche Sprache)		
<b>Modulverantwortliche(r)</b>	Prof. Dr. Michael Bürker		
<b>Dozent(in)</b>	-	-	-
<b>Studienabschnitt</b>	3. Studienjahr		
<b>Semester</b>	5. Semester		
<b>Häufigkeit des Angebotes</b>	Jedes Studienjahr		
<b>Dauer</b>	1 Semester		
<b>Modultyp</b>	Pflichtmodul		
<b>Verwendung des Moduls</b>	B.A. BW, B.A. DPM, B.A. DUG, B.A. SB, B. Sc. WPN		
<b>Credits nach ECTS</b>	24 ECTS		
<b>Arbeitsaufwand (h)</b>	<b>Gesamt</b>	<b>Präsenzzeit</b>	<b>Selbststudium</b>
	600 Stunden	600 Stunden	-
<b>geplante Gruppengröße</b>	-		
<b>Teilnahmevoraussetzungen</b>	Bestehen der Grundlagen- und Orientierungsprüfung sowie der Module Statistik, Kosten- und Leistungsrechnung, IT und Grundlagen Marketing und Vertrieb sowie mindestens 90 ECTS-Punkte aus den Studienplansemestern 1 bis 4.		
<b>Prüfungsleistung</b>	AusarbP 7-10 Seiten Die Ableistung der praktischen Zeit im Betrieb ist durch ein Zeugnis der Ausbildungsstelle sowie einen selbständig erstellten Praktikumsbericht (7-10 Seiten) nachzuweisen.		
<b>Geht in die Endnote ein</b>	nein		

<b>Lernergebnisse/ Kompetenzen</b>	<p>Die Studierenden lernen durch Einblicke, Erfahrungen und aktive Mitarbeit die betriebliche Praxis kennen.</p> <p><u>Wissen/Verstehen:</u></p> <p>Nach dem praktischen Studiensemester kennen und verstehen die Studierenden die grundlegenden betrieblichen Arbeitsweisen und Zusammenhänge von Theorie und Praxis.</p> <p><u>Können/Wissenserschließung:</u></p> <p>Durch die Zusammenarbeit im Betrieb wird die Erweiterung der fachlichen, methodischen und sozialen Kompetenz gewährleistet. Das Praktikum bietet Raum für Eigeninitiative, Selbstverantwortung und Autonomie. Die Studierenden können ihre in den ersten vier Semestern erworbenen theoretischen Kenntnisse in einer betrieblichen Organisation anwenden.</p>
<b>Inhalte</b>	<p>Das praktische Studiensemester ist ein in das Studium integriertes, von der HAW Landshut – Fakultät Betriebswirtschaft geregeltes, inhaltlich betreutes und mit Lehrveranstaltungen begleitetes Studiensemester, das außerhalb der Hochschule abzuleisten ist. Das betriebliche Pflichtpraktikum ist über einen zusammenhängenden Zeitraum von mindestens 16 Wochen (bei 5-Tage-Woche) bzw. 20 Wochen (bei einer 4-Tage-Woche), höchstens jedoch 26 Wochen zu leisten. Ein praktisches Studiensemester umfasst neben dem betrieblichen Praktikum eine Praxisbegleitende Lehrveranstaltung (PLV) sowie eine Lehrveranstaltung „Praxisreflexion“ („Unternehmensplanspiel“).</p>

### 3.3 DUG 503 Praxisreflexion, Kurs Unternehmerische Kompetenzen 2

<b>Studiengang</b>	Digitalisierung & Unternehmensgründung (DUG)
<b>Akademischer Grad</b>	B.A.

<b>Modulbezeichnung lt. SPO</b>	Praxisreflexion: Unternehmerische Kompetenzen 2 (UK 2)
<b>Modulbezeichnung engl.</b>	Entrepreneurial & Business Skills 2
<b>Modul Nr.</b>	DUG503
<b>Modul Gruppe</b>	Unternehmensführung und –gründung

<b>Veranstaltungssprache</b>	deutsch
<b>Modulverantwortliche(r)</b>	Prof. Dr. Sandra Gronover
<b>Dozent(in)</b>	Prof. Dr. Tina Krieger, Prof. Dr. Sandra Gronover (ggf. weiter Dozenten für das Coaching)

<b>Studienabschnitt</b>	Praktisches Semester
<b>Semester</b>	5. Semester
<b>Häufigkeit des Angebotes</b>	Wintersemester
<b>Dauer</b>	1 Semester
<b>Modultyp</b>	Pflichtmodul
<b>Verwendung des Moduls</b>	B.A. DUG, B.A. BW, B.A. WIF

<b>Credits nach ECTS</b>	4 ECTS			
<b>Arbeitsaufwand (h)</b>	<b>Gesamt</b>	<b>Lehrveranstaltung</b>	<b>Selbststudium</b>	<b>geplante Gruppengröße</b>
	120 Stunden	60 Stunden	60 Stunden	1-2 Gruppen mit je ca. 15-20 Studierenden

<b>Lehrformen (SWS)</b>	<b>Gesamt</b>	<b>Seminaristischer Unterricht</b>	<b>Seminar</b>	<b>Praktikum</b>	<b>Projektarbeit</b>
	4 SWS	2 SWS	-	-	2 SWS

<b>Teilnahmevoraussetzungen</b>	<b>Formal:</b> keine
	<b>Inhaltlich:</b> keine
<b>Prüfungsleistung</b>	<b>Ausarbeitung</b> Bericht über die Übertragbarkeit der aus dem Praktikum und der Praxisreflexion gewonnenen Erkenntnisse auf die eigene Geschäftsidee; Ausarb.P 5-7 Seiten
<b>Prüfungsvorleistung</b>	keine
<b>Geht in die Endnote ein</b>	nein



<b>Lernergebnisse / Kompetenzen</b>	<p>Das Curriculum der gesamten viersemestrigen Lehrveranstaltung Unternehmerische Kompetenzen 1-4 zielt darauf ab, bei den Teilnehmenden Unternehmergeist zu wecken und diese sowohl von den mentalen als auch methodischen Kompetenzen in die Lage zu versetzen, ein eigenes Gründungsvorhaben zu verwirklichen.</p> <p>Dazu werden neben der Vermittlung wesentlicher Theorien und Methoden der Unternehmensgründung regelmäßig Situationen geschaffen, um im Kontakt mit „echten“ Unternehmerinnen und Unternehmern Unternehmertum live zu erfahren und das Erlernte und Erfahrene praktisch an einer eigenen Gründungsidee umzusetzen.</p> <p><u>Wissen und Verstehen</u></p> <p>Nach Durchlaufen des Gesamtcurriculums verfügen die Studierenden über ein umfassendes theoretisches und praktisches Wissen im Bereich Unternehmertum und Unternehmensgründung. Sie sind in der Lage, einschlägige Theorien zu beschreiben, diese zu reflektieren und situationsbezogen einzuordnen.</p> <p>Nach dem Besuch von UK 2 sind die Studierenden in der Lage, die bisher gewonnenen Erkenntnisse in Bezug auf ihre Anwendbarkeit auf die eigene Praxissituation einzuschätzen. Darüberhinaus werden allgemeine oder gruppenspezifische Wissens- und Kompetenzlücken identifiziert und durch entsprechende Lehrangebote und gruppenspezifisches Coaching flexibel geschlossen.</p> <p><u>Können (Wissenserschließung)</u></p> <p>Die Studierenden sind in der Lage, das erlernte Theorie- und Methodenwissen jederzeit selbständig bei der Entwicklung eigener Geschäftsideen und dazu passender Geschäftsmodelle anzuwenden. Eine Gründung bereits während des Lehrveranstaltungszyklus Unternehmerische Kompetenzen 1-4 ist möglich und wird durch die Dozierenden aktiv unterstützt.</p> <p>Auf die Lehrveranstaltung UK 2 bezogen entwickeln die Studierenden im Team ihre eigene Geschäftsidee aus dem vorangegangenen Kurs weiter, gestalten diese um oder ersetzen sie durch eine neue. Sie analysieren das dabei erfahrene und bewerten es kritisch v.a. in Bezug auf während des parallel laufenden Praktikumssemesters gewonnene Einblicke und Erfahrungen.</p> <p>Weiterhin sind die Studierenden in der Lage, die erlernten Praktiken zum Umgang mit Rückschlägen im Verlauf ihres eigenen Projektes anzuwenden und dabei deren Nutzen für das eigene unternehmerische Handeln zu erproben.</p>
---	--

<b>Inhalte</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Workshop(s) (u.a. mit Gastvorträgen von Unternehmern und gründungsnahen Dienstleistern)</li><li>• Exkursion(en) zu Start-Up-Unternehmen in der Region</li><li>• Exkursion(en) zu Gründungsunterstützungsinstitutionen in der Region Landshut und im Großraum München</li><li>• Regelmäßige Vorstellung der gewonnenen Erkenntnisse und Diskussion mit Studierenden und Dozenten</li><li>• Laufendes Coaching durch die Dozenten</li></ul>
<b>Medien</b>	Moodle-Kursraum, Beamer mit Laptop, eigene Laptops (mind. 1 pro Gruppe), Flipchart, Pinwand, Tafel
<b>Literatur</b>	Thiel, Peter (2014): Zero to One. New York: Crown Publishing Flynn, Pat (2016): Will it Fly? New York: SPI Publications Weitere fallspezifische Literaturempfehlungen je nach Kompetenzlücken

4 Pflicht- und Wahlpflichtmodule im sechsten und siebten Semester

4.1 Unternehmensgründung

4.1.1 DUG 643 Unternehmerische Kompetenzen 3

<b>Studiengang</b>	Digitalisierung & Unternehmensgründung
<b>Akademischer Grad</b>	B.A.

<b>Modulbezeichnung lt. SPO</b>	Unternehmerische Kompetenzen 3
<b>Modulbezeichnung engl.</b>	Entrepreneurial & Business Skills 3
<b>Modul Nr.</b>	DUG643
<b>Modul Gruppe</b>	Unternehmensführung und –gründung

<b>Veranstaltungssprache</b>	deutsch
<b>Modulverantwortliche(r)</b>	Prof. Dr. Sandra Gronover
<b>Dozent(in)</b>	Prof. Dr. Tina Krieger, Prof. Dr. Sandra Gronover (ggf. weitere Dozenten für das Coaching)

<b>Studienabschnitt</b>	3. Studienjahr
<b>Semester</b>	6. Semester
<b>Häufigkeit des Angebotes</b>	Sommersemester
<b>Dauer</b>	1 Semester
<b>Modultyp</b>	Pflichtmodul
<b>Verwendung des Moduls</b>	B.A. DUG, B.A. WIF

<b>Credits nach ECTS</b>	5 ECTS			
<b>Arbeitsaufwand (h)</b>	<b>Gesamt</b>	<b>Lehrveranstaltung</b>	<b>Selbststudium</b>	<b>geplante Gruppengröße</b>
	150 Stunden	60 Stunden	90 Stunden	1-2 Gruppen mit je ca. 15-20 Studierenden

<b>Lehrformen (SWS)</b>	<b>Gesamt</b>	<b>Seminaristischer Unterricht</b>	<b>Seminar</b>	<b>Praktikum</b>	<b>Projektarbeit</b>
	4 SWS	4 SWS	-	-	-

<b>Teilnahmevoraussetzungen</b>	<b>Formal:</b> keine
	<b>Inhaltlich:</b> keine
<b>Prüfungsleistung</b>	portP (Ausarb 3-10 Ziele 1%, Vortag.sb 15-30 Min. 99%) Real Project - Ausarbeitung und Umsetzung einer Geschäftsidee innerhalb eines interdisziplinären Teams, Leistungsbeurteilung anhand von Zielvereinbarungen und Zielerreichungspräsentation

<b>Prüfungsvorleistung</b>	keine
<b>Geht in die Endnote ein</b>	ja
<b>Lernergebnisse / Kompetenzen</b>	<p>Das Curriculum der gesamten viersemestrigen Lehrveranstaltung Unternehmerische Kompetenzen 1-4 zielt darauf ab, bei den Teilnehmenden Unternehmergeist zu wecken und diese sowohl von den mentalen als auch methodischen Kompetenzen in die Lage zu versetzen, ein eigenes Gründungsvorhaben zu verwirklichen.</p> <p>Dazu werden neben der Vermittlung wesentlicher Theorien und Methoden der Unternehmensgründung regelmäßig Situationen geschaffen, um im Kontakt mit „echten“ Unternehmerinnen und Unternehmern Unternehmertum live zu erfahren und das Erlernte und Erfahrene praktisch an einer eigenen Gründungsidee umzusetzen.</p> <p><u>Wissen und Verstehen</u></p> <p>Nach Durchlaufen des Gesamtcurriculums verfügen die Studierenden über ein umfassendes theoretisches und praktisches Wissen im Bereich Unternehmertum und Unternehmensgründung. Sie sind in der Lage, einschlägige Theorien zu beschreiben, diese zu reflektieren und situationsbezogen einzuordnen.</p> <p>Nach dem Besuch von UK 3 sind die Studierenden in der Lage, wesentliche Grundsätze im Hinblick auf Start-Up-Marketing und -vertrieb sowie des Sourcings, der Leistungserstellung und der Logistik zu erklären.</p> <p><u>Können (Wissenserschließung)</u></p> <p>Die Studierenden sind in der Lage, das erlernte Theorie- und Methodenwissen jederzeit selbständig bei der Entwicklung eigener Geschäftsideen und dazu passender Geschäftsmodelle anzuwenden. Eine Gründung bereits während des Lehrveranstaltungszyklus Unternehmerische Kompetenzen 1-4 ist möglich und wird durch die Dozierenden aktiv unterstützt.</p> <p>Auf die Lehrveranstaltung UK 3 bezogen entwickeln die Studierenden in interdisziplinären Teams eigene Geschäftsideen, validieren diese gemäß der Prinzipien des Design Thinking mit Nutzern/Kunden, und versuchen diese zu produzieren und zu vermarkten.</p> <p>Weiterhin sind die Studierenden in der Lage, die erlernten Praktiken zum Umgang mit Rückschlägen im Verlauf ihres eigenen Projektes anzuwenden und dabei deren Nutzen für das eigene unternehmerische Handeln zu erproben.</p>

<b>Inhalte</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Kick-Off-Day mit<ul style="list-style-type: none"><li>○ Kursorganisation &amp; Teambuilding</li><li>○ Geschäftsideen-Schnellcheck inkl. prakt. Beispiele</li><li>○ Motivation durch Unternehmergestvortrag</li><li>○ Workshop: eigene Ideengenerierung</li></ul></li><li>• Praxiseinheit Kunden-/Nutzerfeedback</li><li>• Praxiseinheiten Prototypenentwicklung (iterativ)</li><li>• Workshop &amp; Praxiseinheiten Marketing &amp; Vertrieb</li><li>• Workshop &amp; Praxiseinheiten Procurement/Produktion/Logistik</li><li>• Workshop &amp; Praxiseinheit steuerliche &amp; rechtliche Aspekte der Gründung</li><li>• Exkursion(en) zu Start-Up-Unternehmen in der Region</li><li>• Regelmäßige Vorstellung der gewonnenen Erkenntnisse und Diskussion mit Studierenden und Dozenten</li><li>• Laufendes Coaching durch die Dozenten</li></ul>
<b>Medien</b>	Moodle-Kursraum, Beamer mit Laptop, eigene Laptops (mind. 1 pro Gruppe), Flipchart, Pinnwand, Tafel
<b>Literatur</b>	Porter, Michael (2013): Wettbewerbsstrategie: Methoden zur Analyse von Branchen und Konkurrenten. Frankfurt a.M.: Campus Verlag; 12. Auflage.  Fallspezifische Literaturempfehlungen je nach Kompetenzlücken

#### 4.1.2 DUG 744 Unternehmerische Kompetenzen 4

<b>Studiengang</b>	Digitalisierung & Unternehmensgründung				
<b>Akademischer Grad</b>	B.A.				
<b>Modulbezeichnung lt. SPO</b>	Unternehmerische Kompetenzen 4				
<b>Modulbezeichnung engl.</b>	Entrepreneurial & Business Skills 4				
<b>Modul Nr.</b>	DUG744				
<b>Modul Gruppe</b>	Unternehmensführung und –gründung				
<b>Veranstaltungssprache</b>	deutsch				
<b>Modulverantwortliche(r)</b>	Prof. Dr. Sandra Gronover				
<b>Dozent(in)</b>	Prof. Dr. Bernd Mühlfriedel, Prof. Dr. Tina Krieger (ggf. weitere Dozenten für das Coaching)				
<b>Studienabschnitt</b>	3. Studienjahr				
<b>Semester</b>	7. Semester				
<b>Häufigkeit des Angebotes</b>	Wintersemester				
<b>Dauer</b>	1 Semester				
<b>Modultyp</b>	Pflichtmodul				
<b>Verwendung des Moduls</b>	B.A. DUG, B.A. WIF				
<b>Credits nach ECTS</b>	5 ECTS				
<b>Arbeitsaufwand (h)</b>	<b>Gesamt</b>	<b>Lehrveranstaltung</b>	<b>Selbststudium</b>	<b>geplante Gruppengröße</b>	
	150 Stunden	60 Stunden	90 Stunden	1-2 Gruppen mit je ca. 15-20 Studierenden	
<b>Lehrformen (SWS)</b>	<b>Gesamt</b>	<b>Seminaristischer Unterricht</b>	<b>Seminar</b>	<b>Praktikum</b>	<b>Projektarbeit</b>
	4 SWS	4 SWS	-	-	-
<b>Teilnahmevoraussetzungen</b>	<b>Formal:</b> keine				
	<b>Inhaltlich:</b> keine				
<b>Prüfungsleistung</b>	Portfolioprfung: 1) Ausarbeitung in Form eines Reflexionsberichts (60%), 2) Rollenspiel in Form einer Start-Up-Simulation (20%), 3) aktiver Beitrag zum Kurserfolg (20%)  portP (Ausarb, prakP.sb), semesterspezifische Prüfungsleistung zeigt der Studien- und Prüfungsplan				
<b>Prüfungsvorleistung</b>	keine				

<b>Geht in die Endnote ein</b>	ja
<b>Lernergebnisse / Kompetenzen</b>	<p>Das Curriculum der gesamten viersemestrigen Lehrveranstaltung Unternehmerische Kompetenzen 1-4 zielt darauf ab, bei den Teilnehmenden Unternehmergeist zu wecken und diese sowohl von den mentalen als auch methodischen Kompetenzen in die Lage zu versetzen, ein eigenes Gründungsvorhaben zu verwirklichen.</p> <p>Dazu werden neben der Vermittlung wesentlicher Theorien und Methoden der Unternehmensgründung regelmäßig Situationen geschaffen, um im Kontakt mit „echten“ Unternehmerinnen und Unternehmern Unternehmertum live zu erfahren und das Erlernte und Erfahrene praktisch an einer eigenen Gründungs idee umzusetzen.</p> <p><u>Wissen und Verstehen</u></p> <p>Nach Durchlaufen des Gesamtcurriculums verfügen die Studierenden über ein umfassendes theoretisches und praktisches Wissen im Bereich Unternehmertum und Unternehmensgründung. Sie sind in der Lage, einschlägige Theorien zu beschreiben, diese zu reflektieren und situationsbezogen einzuordnen.</p> <p>Nach dem Besuch von UK 4 sind die Studierenden in der Lage, die für eine Unternehmensgründung wesentlichen betriebswirtschaftlichen Funktionen zu verknüpfen. Sie identifizieren die wesentlichen rechtlichen Fragestellungen bei einer Unternehmensgründung und schätzen die Eignung der unterschiedlichen Finanzierungsmöglichkeiten in Bezug auf Entwicklungsstufe und Tätigkeitsfeld des Start-Ups richtig ein.</p> <p><u>Können (Wissenserschließung)</u></p> <p>Die Studierenden sind in der Lage, das erlernte Theorie- und Methodenwissen jederzeit selbständig bei der Entwicklung eigener Geschäftsideen und dazu passender Geschäftsmodelle anzuwenden. Eine Gründung bereits während des Lehrveranstaltungszyklus Unternehmerische Kompetenzen 1-4 ist möglich und wird durch die Dozierenden aktiv unterstützt.</p> <p>Auf die Lehrveranstaltung UK 4 bezogen beurteilen die Studierenden in einer Simulation wesentliche Handlungsoptionen bei einer Unternehmensgründung und treffen entsprechende Entscheidungen. Weiterhin entwickeln die Teams, die eine eigene Unternehmensgründung planen, ihr Gründungsvorhaben weiter, insbesondere im Hinblick auf die rechtliche Umsetzung und Finanzierung desselben.</p> <p>Weiterhin sind die Studierenden in der Lage, die erlernten Praktiken zum Umgang mit Rückschlägen im Verlauf ihres eigenen Projektes anzuwenden und dabei deren Nutzen für das eigene unternehmerische Handeln zu erproben.</p>

<b>Inhalte</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Unternehmenssimulation TOPSIM Start-Up</li><li>• Workshop Start-Up Finanzierung</li><li>• Workshop rechtliche &amp; steuerliche Aspekte 2</li><li>• Exkursion(en) zu Start-Up-Unternehmen in der Region</li><li>• Regelmäßige Vorstellung der gewonnenen Erkenntnisse und Diskussion mit Studierenden und Dozenten</li><li>• Laufendes Coaching durch die Dozenten</li></ul>
<b>Medien</b>	Moodle-Kursraum, Beamer mit Laptop, eigene Laptops (mind. 1 pro Gruppe), Flipchart, Pinnwand, Tafel
<b>Literatur</b>	Alemany, L. / Andreoli, J. (2018): Entrepreneurial Finance: The Art and Science of Growing Ventures, Cambridge University Press  Schnedler, J. (2020): Start-Up Recht – Praktischer Leitfaden für Gründung, Unternehmensführung und -finanzierung, 2., akt. U. erw. Aufl., O'Reilly  Fallspezifische Literaturempfehlungen je nach Kompetenzlücken



## 4.2 Digitalisierung

### 4.2.1 DUG 626 Wirtschaftsinformatik I

<b>Studiengang</b>	Digitalisierung & Unternehmensgründung (DUG)
<b>Akademischer Grad</b>	B.A.

<b>Modulbezeichnung lt. SPO</b>	Wirtschaftsinformatik I
<b>Modulbezeichnung engl.</b>	Business Informatics I
<b>Modul Nr.</b>	DUG 626
<b>Modul Gruppe</b>	Spezialisierungen / Kompetenzmodule 6. Semester

<b>Veranstaltungssprache</b>	deutsch
<b>Modulverantwortliche(r)</b>	Prof. Dr. Dieter Greipl
<b>Dozent(in)</b>	Prof. Dr. Dieter Greipl

<b>Studienabschnitt</b>	letztes Studienjahr
<b>Semester</b>	6. Semester
<b>Häufigkeit des Angebotes</b>	Sommersemester
<b>Dauer</b>	1 Semester
<b>Modultyp</b>	Wahlpflichtmodul
<b>Verwendung des Moduls</b>	B.A. BW, B.A. DPM, B.A. DUG, B.A. SB

<b>Credits nach ECTS</b>	9 ECTS			
<b>Arbeitsaufwand (h)</b>	<b>Gesamt</b>	<b>Lehrveranstaltung</b>	<b>Selbststudium</b>	<b>geplante Gruppengröße</b>
	270 Stunden	90 Stunden	180 Stunden	20 – 40 Studierende

<b>Lehrformen (SWS)</b>	<b>Gesamt</b>	<b>Seminaristischer Unterricht</b>	<b>Seminar</b>	<b>Übung</b>	<b>Projektarbeit</b>
	6 SWS	-	6 SWS	-	-

<b>Teilnahmevoraussetzungen</b>	<b>Formal:</b> Zulassung zum 6. Sem. gem. Zugangsvoraussetzung der SPO
	<b>Inhaltlich:</b> Kenntnisse in Wirtschaftsinformatik / Informatik
<b>Prüfungsleistung</b>	Klausur 90-120 Minuten oder mdlPr (15-25 Minuten) od. prakP.PZ (10-45 Minuten)  Semesterspezifische Prüfungsleistung zeigt der Studien- und Prüfungsplan
<b>Prüfungsvorleistung</b>	keine
<b>Geht in die Endnote ein</b>	ja

<p><b>Lernergebnisse / Kompetenzen</b></p>	<p>Nach erfolgreicher Absolvierung des Modules verstehen die Studierenden die Relevanz von Business Software, insbesondere ERP-Systemen für Unternehmen.</p> <p><u>Wissen und Verstehen:</u></p> <p>Absolventinnen und Absolventen verstehen grundlegende Konzepte, Standards von ERP-Systemen, insbesondere die Orientierung an Geschäftsprozessen. Sie erkennen die Relevanz dieser Systeme für effiziente Automatisierung und können die transformierenden Auswirkungen auf die Arbeitswelt einschätzen. Sie erfassen die Funktion eines ausgewählten Softwaresystems und ordnen dessen Nutzen, aber auch dessen Grenzen ein.</p> <p><u>Können (Wissenserschließung):</u></p> <p>Absolventinnen und Absolventen sind in der Lage ausgewählte und bekannte Unternehmensprozesse mit der konkreten Implementierung in einem eines ERP-Systems zu vergleichen. Sie erkennen die Relevanz von Kontrollsystemen zur wirksamen Steuerung dieser Systeme und deren Einfluss auf die Arbeitswelt. Dabei erkennen sie Chancen und Risiken, die sich aus standardisierten Softwarepaketen für Unternehmen ergeben.</p>
<p><b>Inhalte</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Grundlegende Funktionen von ERP-Systemen am Beispiel SAP</li> <li>• Customizing und Abbildung der Unternehmensstruktur</li> <li>• Prozess Fallstudien:             <ul style="list-style-type: none"> <li>○ SD (Sales and Distribution)</li> <li>○ MM (Material Management)</li> <li>○ PP (Production Planning and Control)</li> </ul> </li> <li>• Elemente des internen Kontrollsystems</li> <li>• Detail Analyse ausgewählter Aktivitäten (z.B. modell-basiertes Forecasting, Kalkulation von Herstellkosten, FI/CO - Integration)</li> <li>• Auswirkungen auf Rollenmodelle und Entscheidungsprozesse</li> <li>• Analyse operativer Daten aus ERP-Systemen</li> </ul>
<p><b>Medien</b></p>	<p>SAP System (SAPS4/Hana) und SAP On-Line Dokumentation</p> <p>Fallstudienbeschreibungen und Foliensätze</p> <p>SAP GBI Process Video-Playlists (Youtube)</p> <p>Whiteboard &amp; Beamer</p>
<p><b>Literatur</b></p>	<p>Einstieg in SAP S/4HANA: Am Beispiel Global Bike, 2022, SAP Press (Drumm, Scheuermann, et al)</p> <p>Logistik mit SAP: Umfassender Überblick über alle Logistikfunktionen von SAP SCM und SAP ERP, inkl. Einführung in SAP S/4HANA (SAP PRESS, von Jens Knappauf, Koch, Lauterbach)</p>

#### 4.2.2 DUG 726 Wirtschaftsinformatik II

<b>Studiengang</b>	Digitalisierung & Unternehmensgründung (DUG)
<b>Akademischer Grad</b>	B.A.

<b>Modulbezeichnung lt. SPO</b>	Wirtschaftsinformatik II
<b>Modulbezeichnung engl.</b>	Business Informatics II
<b>Modul Nr.</b>	DUG 726
<b>Modul Gruppe</b>	Spezialisierungen / Kompetenzmodule

<b>Veranstaltungssprache</b>	deutsch
<b>Modulverantwortliche(r)</b>	Prof. Dr. Dieter Greipl
<b>Dozent(in)</b>	Andrea Schweizer-Zollner und Prof. Dr. Dieter Greipl (IT-Compliance) Andrea Schweizer-Zollner (IT-Recht)

<b>Studienabschnitt</b>	letztes Studienjahr
<b>Semester</b>	7. Semester
<b>Häufigkeit des Angebotes</b>	Wintersemester
<b>Dauer</b>	1 Semester
<b>Modultyp</b>	Wahlpflichtmodul
<b>Verwendung des Moduls</b>	B.A. BW, B.A. DPM, B.A. DUG, B.A. SB

<b>Credits nach ECTS</b>	9 ECTS			
<b>Arbeitsaufwand (h)</b>	<b>Gesamt</b>	<b>Lehrveranstaltung</b>	<b>Selbststudium</b>	<b>geplante Gruppengröße</b>
	270 Stunden	90 Stunden	180 Stunden	30 – 60 Studierende

<b>Lehrformen (SWS)</b>	<b>Gesamt</b>	<b>Seminaristischer Unterricht</b>	<b>Seminar</b>	<b>Übung</b>	<b>Projektarbeit</b>
	6 SWS	-	6 SWS	-	-

<b>Teilnahmevoraussetzungen</b>	<b>Formal:</b> Zulassung zum 6./7. Sem. gem. Zugangsvoraussetzung der SPO
	<b>Inhaltlich:</b> Kenntnisse in Wirtschaftsinformatik / Informatik
<b>Prüfungsleistung</b>	Klausur 90-120 Minuten oder mdlPr (15-25 Minuten) od. prakP.PZ (10-45 Minuten) Semesterspezifische Prüfungsleistung zeigt der Studien- und Prüfungsplan
<b>Prüfungsvorleistung</b>	-

<b>Geht in die Endnote ein</b>	ja
<b>Lernergebnisse</b>	<p>Nach erfolgreicher Absolvierung des Modules verstehen die Studierenden, dass der Einsatz von IT Regulierungen unterliegen kann.</p> <p><u>Wissen und Verstehen:</u>                  Die Studierenden wissen, dass der Einsatz von IT Systeme zunehmend rechtlichen und regulatorischen Rahmenbedingungen unterliegt. Dies betrifft neben gesetzlichen Regelungen auch Standards, die durch Branchenverbände oder Unternehmen selbst definiert werden.</p> <p><u>Können (Wissenserschließung):</u>                  Auf dem Gebiet des IT-Rechts sind die Teilnehmer nach Besuch der Veranstaltung in der Lage, die wichtigsten Fallgestaltungen, die dem Rechtsanwender, Berater und Entscheider in der betrieblichen oder behördlichen IT-Praxis begegnen, eigenständig zu beurteilen und einer praxismgerechten, rechtssicheren Lösung zuzuführen bzw. rechtliche Problemlagen frühzeitig zu erkennen und Haftungsrisiken zu vermeiden. Im Bereich IT-Compliance kennen die Studierenden wesentliche Standards und Vorgehensmodelle um regulatorische Anforderungen an den IT-Einsatz zu erfüllen. Sie können deren Relevanz für Unternehmen einschätzen.</p>
<b>Inhalte</b>	<p>Im Schwerpunkt IT-Compliance werden behandelt:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• IT-Governance und Compliance Frameworks: Prinzipien, Prozesse und Management (z.B. CoBIT, ITIL)</li> <li>• Quellen regulatorischer Anforderungen (COSO, ISO/IEC 17799/BS7799, ISO/IEC 15504 - (CMM / SPICE, ISO/IEC 15408, u.a.)</li> <li>• Fallstudie: Anforderungen des IDW (Zertifizierung gem. PS 880, IT-Prüfung gem. PS 330) und des BMF</li> <li>• Ausgewählte Prüfungsmethoden (z.B. Benford Test)</li> <li>• GoBD und DSGVO</li> </ul> <p>Im Schwerpunkt IT-Recht werden die zentralen Rechtsfragen behandelt, die bei der Nutzung der „Neuen Medien“ auftreten. Dabei werden gleichermaßen zivilrechtliche, strafrechtliche und öffentlich-rechtliche Aspekte beleuchtet. Im Besonderen werden behandelt: Grundzüge des Datenschutzrechts, Recht der Telemedien, Domainrecht und Urheberrecht, Recht des E-Commerce und Recht des E-Government, Grundzüge des elektronischen Rechtsverkehrs, Telekommunikation am Arbeitsplatz.</p>
<b>Medien</b>	Tafel, Beamer, Flipchart, Rechner

<b>Literatur</b>	Rath/Sponholz, IT-Compliance, 2. Aufl. 2014 Prüfungsstandards 330 und 880 des IDW, GoBD, DSGVO Härting, Internetrecht (mit DS-GVO), 6. Aufl. 2017 Haug, Grundwissen Internetrecht, 3. Aufl. 2016 Heckmann, juris Praxiskommentar Internetrecht, 4. Aufl. 2014 Köhler/Arndt/Fetzer, Recht des Internet, 8. Aufl. 2016
------------------	---

#### 4.3 Studium Generale

##### DUG 610 Studium Generale

<b>Studiengang</b>	Digitalisierung & Unternehmensgründung (DUG)
<b>Akademischer Grad</b>	B.A.

<b>Modulbezeichnung lt. SPO</b>	Studium Generale
<b>Modulbezeichnung engl.</b>	General Studies
<b>Modul Nr.</b>	DUG 610
<b>Modul Gruppe</b>	Studium Generale

<b>Veranstaltungssprache</b>	Siehe Modulhandbuch Studium Generale
<b>Modulverantwortliche(r)</b>	Siehe Modulhandbuch Studium Generale
<b>Dozent(in)</b>	Siehe Modulhandbuch Studium Generale

<b>Modultyp</b>	Pflichtmodul
<b>Verwendung des Moduls</b>	B.A. BW, B.A. IB, B.A. DPM, B.A. DUG, B.A. SB, B.Sc. WPN

<b>Credits nach ECTS</b>	2 ECTS			
<b>Arbeitsaufwand (h)</b>	<b>Gesamt</b>	<b>Lehrveranstaltung</b>	<b>Selbststudium</b>	<b>geplante Gruppengröße</b>
	180 Stunden	90 Stunden	90 Stunden	Siehe Modulhandbuch Studium Generale
<b>Lehrform(en)</b>	Seminaristischer Unterricht / Projekt			

<b>Teilnahmevoraussetzungen</b>	<b>Formal:</b> keine
	<b>Inhaltlich:</b> keine
<b>Prüfungsleistung</b>	Siehe Modulhandbuch Studium Generale
<b>Prüfungsvorleistung</b>	Siehe Modulhandbuch Studium Generale
<b>Geht in die Endnote ein</b>	nein

<b>Lernergebnisse / Kompetenzen</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Studierende wissen, dass das Verstehen von Menschen und ihrer Lebenslagen eine ganzheitliche Sicht auf Menschen erfordert.</li> <li>• Studierende wissen, dass Ästhetik und Kultur einen grundlegenden Einfluss auf Menschen und menschliches Verhalten haben.</li> <li>• Studierende erkennen die Bedeutung der Diversität in ihren verschiedenen Dimensionen für die Gesellschaft.</li> <li>• Studierende begreifen ihr Studium über die fachliche Ausbildung hinaus als Gelegenheit zur umfassenden Persönlichkeitsbildung.</li> </ul>
-------------------------------------	--

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Studierende lernen die Bedeutung inter- und transdisziplinärer wissenschaftlicher Perspektiven.</li> <li>• Die Studierenden lernen die Bedeutung von Fremdsprachenerwerb für die eigene Persönlichkeitsentwicklung und fachliche Horizonterweiterung.</li> <li>• Die Studierenden entwickeln einen reflektierten ganzheitlichen Bildungsbegriff.</li> <li>• Sie wissen um die sozialetischen und wissenschaftsethischen Implikationen fachspezifischen Handelns.</li> <li>• Sie kennen ihre zivilgesellschaftliche Verantwortung und können verantwortlich mit ihrem fachspezifischen Wissen umgehen und dies reflektieren.</li> </ul> <p>Nähere Informationen zu den einzelnen Kursen:                  siehe Modulhandbuch Studium Generale</p>
<b>Inhalte</b>	<p>Das Modul repräsentiert das an der Hochschule mit dem WS 2013/14 etablierte Studium Generale, welches Bestandteil jedes Bachelor-Studiengangs der Hochschule Landshut ist. Es umfasst fakultätsübergreifende Lehrangebote, die durch ihre interdisziplinäre Ausrichtung zu allgemeinwissenschaftlichen Bildungsprozessen und zur Persönlichkeitsbildung beitragen sollen.</p> <p>Die Studierenden können Kurse aus fünf unterschiedlichen Kompetenzbereichen wählen:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Personenbezogene soziale Kompetenz</li> <li>2. Reflexive Kompetenz</li> <li>3. Methodenkompetenz</li> <li>4. Kreative Kompetenz und Engagement</li> <li>5. Interkulturelle und fremdsprachliche Kompetenz</li> </ol> <p>Nähere Informationen zu den einzelnen Kursen:                  siehe Modulhandbuch Studium Generale</p>
<b>Medien</b>	Siehe Modulhandbuch Studium Generale
<b>Literatur</b>	Siehe Modulhandbuch Studium Generale

#### 4.4 Spezialisierungen/Kompetenzmodule

##### 4.4.1 Controlling

##### DUG 621 Controlling I

<b>Studiengang</b>	Digitalisierung & Unternehmensgründung (DUG)
<b>Akademischer Grad</b>	B.A.

<b>Modulbezeichnung lt. SPO</b>	Controlling I
<b>Modulbezeichnung engl.</b>	Management Accounting & Control I
<b>Modul Nr.</b>	DUG 621
<b>Modul Gruppe</b>	Spezialisierungen / Kompetenzmodule 6. Semester

<b>Veranstaltungssprache</b>	deutsch
<b>Modulverantwortliche(r)</b>	Prof. Dr. Patrick Dieses
<b>Dozent(in)</b>	Prof. Dr. Patrick Dieses

<b>Studienabschnitt</b>	letztes Studienjahr
<b>Semester</b>	6. Semester
<b>Häufigkeit des Angebotes</b>	Sommersemester
<b>Dauer</b>	1 Semester
<b>Modultyp</b>	Wahlpflichtmodul
<b>Verwendung des Moduls</b>	B.A. BW, B.A. DPM, B.A. DUG, B.A. SB, B.Sc. WPN

<b>Credits nach ECTS</b>	9 ECTS			
<b>Arbeitsaufwand (h)</b>	<b>Gesamt</b>	<b>Lehrveranstaltung</b>	<b>Selbststudium</b>	<b>geplante Gruppengröße</b>
	270 Stunden	90 Stunden	180 Stunden	20 – 30 Studierende

<b>Lehrformen (SWS)</b>	<b>Gesamt</b>	<b>Seminaristischer Unterricht</b>	<b>Seminar</b>	<b>Übung</b>	<b>Projektarbeit</b>
	6 SWS	-	6 SWS	-	-

<b>Teilnahmevoraussetzungen</b>	<b>Formal:</b> Zulassung zum 6. Sem. gem. Zugangsvoraussetzung der SPO
	<b>Inhaltlich:</b> Grundlagen Controlling
<b>Prüfungsleistung</b>	Klausur (90-120 Minuten) od. portP (Klausur, Vortr.sb) od. portP (Klausur, Ausarb.)  Semesterspezifische Prüfungsleistung zeigt der Studien- und Prüfungsplan
<b>Prüfungsvorleistung</b>	keine



<b>Geht in die Endnote ein</b>	ja
<b>Lernergebnisse / Kompetenzen</b>	<p>Nach erfolgreicher Absolvierung des Kompetenzmodules verstehen die Studierenden die Unterstützungsfunktion des Controllings für das Management und können wichtige Controllinginstrumente einordnen und anwenden.</p> <p><u>Wissen und Verstehen:</u></p> <p>Absolventinnen und Absolventen besitzen grundlegende Kenntnisse über controllingrelevante IFRS-Regelungen und vertiefte Kenntnisse über die wesentlichen Kostenrechnungssysteme und Kostenmanagement-Instrumente. Sie verstehen die Prinzipal-Agenten-Theorie und können die Implikationen hieraus für die Unternehmensteuerung wiedergeben. Sie können die wesentlichen Herausforderungen der Digitalisierung für das Controlling umschreiben.</p> <p><u>Können (Wissenserschließung):</u></p> <p>Absolventinnen und Absolventen können Kostenanalysen durchführen, die Ergebnisse interpretieren und mögliche Handlungsfelder identifizieren. Sie beherrschen insbesondere auch die Anwendung von Kostenmanagementinstrumenten. Sie können selbständig ein Budget erstellen und die kritischen Planungsprämissen identifizieren.</p> <p>Absolventinnen und Absolventen haben die Kompetenz, das Steuerungssystem eines Unternehmens in der Praxis zu identifizieren, zu untersuchen und auf seine Vor- und Nachteile hin zu bewerten. Sie können geeignete Verrechnungspreissysteme bei gegebenen Unternehmenssituationen zuordnen und die resultierenden Steuerungswirkungen darstellen. Sie entwickeln Hypothesen über die künftigen Auswirkungen der Digitalisierung auf das Controlling.</p> <p>Im Rahmen einer Projektstudie erwerben Absolventinnen und Absolventen die Kompetenz, verschiedene Systeme der Unternehmenssteuerung zu präsentieren und Vor- und Nachteile im Diskurs zu erläutern. Sie entwickeln ein Selbstbild über den Beruf des Controllers und können den Managementprozess der Entscheidungsfindung mit theoretischem und methodischem Wissen strukturieren und unterstützen.</p>
<b>Inhalte</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Betriebswirtschaftliche Entscheidungstheorie</li> <li>• Externe Berichterstattung und Controlling</li> <li>• Kostenmanagement</li> <li>• Koordination, Planung und Budgetierung</li> <li>• Verrechnungspreise</li> <li>• Beteiligungscontrolling</li> <li>• Corporate Governance (insb. Anreizsysteme)</li> <li>• Digitalisierung im Controlling</li> </ul>

<b>Medien</b>	Tafel, Beamer mit Laptop, Flipchart
<b>Literatur</b>	<p>jeweils in der aktuellen Auflage</p> <p>Bamberg, Günter/Coenenberg, Adolf G./Krapp, Michael: Betriebswirtschaftliche Entscheidungslehre, 15., überarbeitete Auflage, München: Vahlen Verlag. <i>[als E-Book verfügbar]</i></p> <p>Coenenberg, Adolf G./Fischer, Thomas M./Günther, Thomas: Kostenrechnung und Kostenanalyse, Stuttgart: Schäffer-Poeschel.</p> <p>Deimel, Klaus/Heupel, Thomas/Wiltinger, Kai: Controlling. München: Franz Vahlen <i>[auch als e-Book]</i></p> <p>Ewert, Ralf/Wagenhofer, Alfred: Interne Unternehmensrechnung, 8. Auflage, Berlin/Heidelberg: Springer Gabler. <i>[als eBook verfügbar]</i></p> <p>Langmann, Christian (2019): Digitalisierung im Controlling, Wiesbaden: Springer Gabler. <i>[auch als e-Book]</i></p> <p>Ausgewählte Quellen im WWW <a href="https://www.icv-controlling.com/">https://www.icv-controlling.com/</a> <a href="https://www.haufe.de/controlling/">https://www.haufe.de/controlling/</a> <a href="https://www.econbiz.de/">https://www.econbiz.de/</a></p>

## DUG 721 Controlling II

<b>Studiengang</b>	Digitalisierung & Unternehmensgründung (DUG)				
<b>Akademischer Grad</b>	B.A.				
<b>Modulbezeichnung lt. SPO</b>	Controlling II				
<b>Modulbezeichnung engl.</b>					
<b>Modul Nr.</b>	DUG 721				
<b>Modul Gruppe</b>	Spezialisierungen / Kompetenzmodule				
<b>Veranstaltungssprache</b>	deutsch				
<b>Modulverantwortliche(r)</b>	Prof. Dr. Michael Weisensee				
<b>Dozent(in)</b>	Prof. Dr. Michael Weisensee				
<b>Studienabschnitt</b>	letztes Studienjahr				
<b>Semester</b>	7. Semester				
<b>Häufigkeit des Angebotes</b>	Wintersemester				
<b>Dauer</b>	1 Semester				
<b>Modultyp</b>	Wahlpflichtmodul				
<b>Verwendung des Moduls</b>	B.A. BW, B.A. DPM, B.A. DUG, B.A. SB, B.Sc. WPN				
<b>Credits nach ECTS</b>	9 ECTS				
<b>Arbeitsaufwand (h)</b>	<b>Gesamt</b>	<b>Lehrveranstaltung</b>	<b>Selbststudium</b>	<b>geplante Gruppengröße</b>	
	270 Stunden	90 Stunden	180 Stunden	20 – 30 Studierende	
<b>Lehrformen (SWS)</b>	<b>Gesamt</b>	<b>Seminaristischer Unterricht</b>	<b>Seminar</b>	<b>Übung</b>	<b>Projektarbeit</b>
	6 SWS	-	6 SWS	-	-
<b>Teilnahmevoraussetzungen</b>	<b>Formal:</b> Zulassung zum 6./7. Sem. gem. Zugangsvoraussetzung der SPO				
	<b>Inhaltlich:</b> Kosten- und Leistungsrechnung, Grundlagen Controlling				
<b>Prüfungsleistung</b>	Klausur, 90-120 Minuten Semesterspezifische Prüfungsleistung zeigt der Studien- und Prüfungsplan				
<b>Prüfungsvorleistung</b>					
<b>Geht in die Endnote ein</b>	ja				

<p><b>Lernergebnisse / Kompetenzen</b></p>	<p>Nach erfolgreicher Teilnahme an dem Modul Controlling II können die Studentinnen und Studenten verschiedene Instrumente des Controllings gezielt und sicher einsetzen und Zielsetzungen für das Management hinsichtlich einer Verhaltensbeeinflussung beurteilen.</p> <p><u>Wissen und Verstehen:</u></p> <p>Die Absolventinnen und Absolventen kennen die Spezifika des funktionalen Bereichscontrollings und die unterschiedlichen Möglichkeiten, diese organisatorisch einzubinden. Sie können einschätzen, unter welchen Bedingungen es sinnvoll ist, statische oder dynamische Methoden der Investitionsrechnung einzusetzen und kennen die Vor- und Nachteile dieser Methoden. Zudem verfügen Sie über grundlegende Kenntnisse der Finanzierung (kurz-, mittel- und langfristige Planung) und des Working-Capital-Managements.</p> <p><u>Können (Wissenserschließung):</u></p> <p>Absolventinnen und Absolventen können den Managementprozess der Entscheidungsfindung mit theoretischem und methodischem Wissen strukturieren und unterstützen. Sie sind in der Lage, auch komplexe Investitionsrechnungen aufzustellen und können auf Basis eines Budgets und einer Planbilanz einen Finanzplan erstellen. Sie können anhand vorliegender Zahlen beurteilen, ob ein Unternehmen solide finanziert ist.</p>
<p><b>Inhalte</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Finanzcontrolling i. w. S.             <ul style="list-style-type: none"> <li>- Investitionscontrolling</li> <li>- Finanz- und Liquiditätsplanung</li> <li>- Net Working Capital Management</li> <li>- Beteiligungscontrolling</li> <li>- Risikocontrolling</li> <li>- ....</li> </ul> </li> <li>• Funktionales Bereichscontrolling             <ul style="list-style-type: none"> <li>- Beschaffungscontrolling</li> <li>- Produktionscontrolling</li> <li>- Marketing-Controlling</li> <li>- F&amp;E-Controlling</li> <li>- IT-Controlling</li> <li>- Logistik-Controlling</li> <li>- ....</li> </ul> </li> <li>• Sonderthemen (z.B. Business Analytics im Controlling, Green Controlling)</li> </ul>
<p><b>Medien</b></p>	<p>Tafel, Beamer mit Laptop, Flipchart</p>

<b>Literatur</b>	<p><i>Jeweils in der aktuellen Auflage</i></p> <p><b><u>Pflichtlektüre (!) für Bereichscontrolling:</u></b></p> <p>Jung, Hans (2014): Controlling, 4. Auflage, München: Oldenbourg Verlag. [als E-Book verfügbar]</p> <p>Weitere Literatur:</p> <p>Britzelmaier, Bernd (2013): Controlling. Grundlagen, Praxis, Handlungsfelder, Verlag: Pearson, München.</p> <p>Mensch, Gerhard (2008): Finanz-Controlling. Finanzplanung und -kontrolle, 2. überarbeitete und erweiterte Auflage, München.</p> <p>Perridon, Louis/Steiner, Manfred/Rathgeber, Andreas (2012): Finanzwirtschaft der Unternehmung, 16., überarbeitete und erweiterte Auflage, München: Verlag Franz Vahlen.</p> <p>Poggensee, Kay (2015): Investitionsrechnung. Grundlagen – Aufgaben – Lösungen, 3., überarb. Aufl., Wiesbaden: Springer Gabler. [als E-Book verfügbar]</p> <p>Weber, Jürgen/Schäffer, Utz (2016): Einführung in das Controlling, 15., überarbeitete und aktualisierte Auflage, Stuttgart: Schäffer-Poeschel, Stuttgart.</p>
------------------	--

#### 4.4.2 Finanzmanagement

##### DUG 622 Finanzmanagement I

<b>Studiengang</b>	Digitalisierung & Unternehmensgründung (DUG)			
<b>Akademischer Grad</b>	B.A.			
<b>Modulbezeichnung lt. SPO</b>	Finanzmanagement I			
<b>Modulbezeichnung engl.</b>	Financial Management I			
<b>Modul Nr.</b>	DUG 622			
<b>Modul Gruppe</b>	Spezialisierungen / Kompetenzmodule 6. Semester			
<b>Veranstaltungssprache</b>	deutsch			
<b>Modulverantwortliche(r)</b>	Prof. Dr. Bernd Mühlfriedel			
<b>Dozent(in)</b>	Prof. Dr. Bernd Mühlfriedel			
<b>Studienabschnitt</b>	letztes Studienjahr			
<b>Semester</b>	6. Semester			
<b>Häufigkeit des Angebotes</b>	Sommersemester			
<b>Dauer</b>	1 Semester			
<b>Modultyp</b>	Wahlpflichtmodul			
<b>Verwendung des Moduls</b>	B.A. BW, B.A. DPM, B.A. DUG, B.A. SB, B.Sc. WPN			
<b>Credits nach ECTS</b>	9 ECTS			
<b>Arbeitsaufwand (h)</b>	<b>Gesamt</b>	<b>Lehrveranstaltung</b>	<b>Selbststudium</b>	<b>geplante Gruppengröße</b>
		90 Stunden	180 Stunden	20 – 40 Studierende
<b>Lehrformen (SWS)</b>		<b>Seminaristischer Unterricht</b>		
	6 SWS	-	6 SWS	-
<b>Teilnahmevoraussetzungen</b>	<b>Formal:</b> Zulassung zum 6. Sem.			
	<b>Inhaltlich:</b> Kenntnisse in Finanz- und Investitionswirtschaft			
<b>Prüfungsleistung</b>	Portfolioprüfung bestehend aus Erstellung, Präsentation und Verteidigung eines Analystenreports): portP (Ausarb, Votr.sb) od. Klausur (90-120 Minuten) od. THE (90 Minuten) Semesterspezifische Prüfungsleistung zeigt der Studien- und Prüfungsplan			
<b>Prüfungsvorleistung</b>	-			
<b>Geht in die Endnote ein</b>	ja			

<p><b>Lernergebnisse / Kompetenzen</b></p>	<p>Die Studierenden erhalten einen Überblick über die wesentlichen Grundlagen, Techniken und Bereiche der Investmentanalyse und des -managements. Sie lernen somit Finanzmanagement aus der Perspektive eines Investors (Kapitalanleger) kennen, während das korrespondierende Modul Finanzmanagement II die Perspektive des Unternehmens (Kapitalnehmer) einnimmt.</p> <p><u>Wissen, Kennen und Verstehen:</u></p> <p>Die Studierenden erkennen und beschreiben grundlegende Begriffe, Ansätze, Funktionen, Techniken und Theorien des Investmentmanagements erschöpfend und korrekt. Sie erklären die Charakteristika der verschiedenen Assetklassen und beschreiben vergleichend deren Gemeinsamkeiten und Unterschiede.</p> <p><u>Anwenden und Analysieren:</u></p> <p>Die Studierenden wenden quantitative Methoden der Investmentbeurteilung und der Jahresabschlussanalyse auf praktische Fallbeispiele und Übungsaufgaben an. Sie analysieren verschiedene Investmentalternativen auf ihre Vor- und Nachteile hin. Insbesondere sind Sie in der Lage, den Wert eines börsennotierten Unternehmens zu ermitteln. Dadurch sind sie in der Lage, vorteilhafte und der jeweiligen Situation angemessene Investmententscheidungen zu treffen.</p> <p>Durch den Bezug der Lehrveranstaltung zu aktuellen Geschehnissen und Entwicklungen an den Finanzmärkten erschließen sich die Studierenden das aktuelle Wirtschaftsgeschehen und wenden die erlernten Fähigkeiten im realen Wirtschaftskontext an.</p>
<p><b>Inhalte</b></p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Grundlegendes &amp; Organisatorisches</li> <li>2. Quantitative Methoden             <ul style="list-style-type: none"> <li>• Zeitwert des Geldes</li> <li>• Anwendungsfälle der DCF-Methode</li> <li>• Statistische Grundlagen &amp; Renditeberechnung</li> </ul> </li> <li>3. Jahresabschlussanalyse (Financial Statement Analysis)             <ul style="list-style-type: none"> <li>• Grundlagen</li> <li>• Mechanik</li> <li>• Gewinn- und Verlustrechnung</li> <li>• Bilanz</li> <li>• Kapitalflussrechnung (Cash Flow)</li> <li>• Instrumente</li> </ul> </li> <li>4. Eigenkapitalinvestments (Equity Investments)             <ul style="list-style-type: none"> <li>• Grundlagen</li> <li>• Unternehmensbewertungsprozess</li> <li>• Asset-basierte Bewertungsmethoden</li> <li>• Cash-flow basierte Bewertungsmethoden</li> <li>• Markt-basierte Bewertungsmethoden</li> <li>• Bewertung nicht börsennotierter Unternehmen</li> </ul> </li> </ol>

	<p>5. Fremdkapitalinvestments (Fixed Income Investments)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Grundlagen</li> <li>• Kapitalmärkte für festverzinsliche Wertpapiere</li> <li>• Renditeberechnung festverzinslicher Wertpapiere</li> <li>• Risiken festverzinslicher Wertpapiere</li> <li>• Asset-backed Securities (ABS) und Wertpapiere mit eingebauten Optionen</li> </ul> <p>6. Alternative Investments</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Übersicht</li> <li>• Private Equity</li> <li>• Venture Capital</li> </ul> <p>7. Portfolio Management</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Traditionelles Portfoliomanagement (Modern Portfolio Theory)</li> <li>• Behavioral Finance</li> </ul> <p>Der Schwerpunkt liegt dabei auf den Bereichen 3. und 4.</p>
<p><b>Medien</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Beamer mit Laptop</li> <li>• Whiteboard/Visualizer/Tafel</li> <li>• Moodle</li> <li>• Zoom</li> <li>• Finanz- und Börseninformationsapps und -websites</li> <li>• Case Studies</li> <li>• Übungsaufgaben</li> <li>• Jahresberichte börsennotierter Unternehmen</li> <li>• Analystenreports</li> </ul>
<p><b>Literatur</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Chambers et al, Alternative Investments - a Primer for Investment Professionals, CFA Institute, 2048.</li> <li>• Ciesielski, CFA Institute refresher reading - Integration of Financial Statement Analysis Techniques, 2022</li> <li>• Ciesielski et al, CFA Institute refresher reading - Evaluating Quality of Financial Reports, 2022</li> <li>• Courtois, CFA Institute refresher reading - Cost of Capital - Foundational Topics, 2022</li> <li>• De Fusco et al, CFA Institute Refresher Reading - Time value of money, 2020</li> <li>• Financial Times: <a href="http://www.ft.com">http://www.ft.com</a></li> <li>• Handelsblatt: <a href="http://www.handelsblatt.com">http://www.handelsblatt.com</a></li> <li>• Henry/Robinson, CFA Institute Refresher Reading - Introduction to financial statement analysis, 2022</li> <li>• Henry Robinson, CFA Institute refresher reading - Understanding Balance Sheets, 2022</li> <li>• Henry Robinson, CFA Institute refresher reading - Understanding Income Statements, 2022</li> <li>• Henry Robinson et al, CFA Institute refresher reading - Understanding Cash Flow Statements, 2022</li> <li>• Nagorniak Wilcox, CFA Institute refresher reading - Equity Valuation - Concepts and Basic Tools, 2022</li> <li>• Pinto et al, CFA Institute refresher reading - Equity Valuation - Application and Processes, 2022</li> </ul>



	<ul style="list-style-type: none"><li>• Pinto et al, CFA Institute refresher reading - Free Cash Flow Valuation, 2022</li><li>• Pinto et al, CFA Institute refresher reading - Market-Based Valuation, 2022</li><li>• Pompian, CFA Institute refresher reading - The Behavioral Biases of Individuals, 2022</li><li>• Pompian et al, CFA Institute refresher reading - Behavioral Finance and Investment Processes, 2022</li><li>• Robinson et al, CFA Institute Refresher Reading - Applications of financial statement analysis, 2022</li><li>• sowie weitere Publikationen, v.a. des CFA Institutes.</li></ul>
--	---

## DUG 722 Finanzmanagement II

<b>Studiengang</b>	Digitalisierung & Unternehmensgründung (DUG)			
<b>Akademischer Grad</b>	B.A.			
<b>Modulbezeichnung lt. SPO</b>	Finanzmanagement II			
<b>Modulbezeichnung engl.</b>	Financial Management I			
<b>Modul Nr.</b>	DUG 722			
<b>Modul Gruppe</b>	Spezialisierungen / Kompetenzmodule			
<b>Veranstaltungssprache</b>	deutsch			
<b>Modulverantwortliche(r)</b>	Prof. Dr. Marcus Fischer			
<b>Dozent(in)</b>	Prof. Dr. Marcus Fischer			
<b>Studienabschnitt</b>	letztes Studienjahr			
<b>Semester</b>	7. Semester			
<b>Häufigkeit des Angebotes</b>	Wintersemester			
<b>Dauer</b>	1 Semester			
<b>Modultyp</b>	Wahlpflichtmodul			
<b>Verwendung des Moduls</b>	B.A. BW, B.A. DPM, B.A. DUG, B.A. SB, B.Sc. WPN			
<b>Credits nach ECTS</b>	9 ECTS			
<b>Arbeitsaufwand (h)</b>	<b>Gesamt</b>	<b>Lehrveranstaltung</b>	<b>Selbststudium</b>	<b>geplante Gruppengröße</b>
	270 Stunden	90 Stunden	180 Stunden	20 – 30 Studierende
<b>Lehrformen (SWS)</b>	<b>Gesamt</b>	<b>Seminaristischer Unterricht</b>	<b>Seminar</b>	<b>Übung</b>
	6 SWS	-	6 SWS	-
<b>Teilnahmevoraussetzungen</b>	<b>Formal:</b> Zulassung zum 6./7. Sem. gem. Zugangsvoraussetzung der SPO			
	<b>Inhaltlich:</b> Kenntnisse in Finanz- und Investitionswirtschaft			
<b>Prüfungsleistung</b>	THE (60-90 Minuten) od. Ausarb. (10-15 S.) od. Vortr.sb (45-60 Minuten) Semesterspezifische Prüfungsleistung zeigt der Studien- und Prüfungsplan			
<b>Prüfungsvorleistung</b>	-			
<b>Geht in die Endnote ein</b>	Ja			

<b>Lernergebnisse / Kompetenzen</b>	<p>Nach erfolgreicher Absolvierung des Kompetenzmodules Finanzmanagement II kennen die Studierenden neben strukturierten Formen der Unternehmensfinanzierung (bspw. Projektfinanzierung) auch insbesondere den Zusammenhang zwischen Finanz/Bilanz/ Geschäftsmodellanalyse und Finanzierungsformen. Sie verstehen Inhalte aus dem Bereich Corporate Finance (z.B. M&amp;A, Unternehmensbewertung) und können diese in das übergeordnete Thema Kapitalmarktfinanzierung einordnen.</p> <p><u>Wissen und Verstehen:</u></p> <p>Studierende verfügen über ein kritisches Verständnis der wichtigsten Corporate Finance Themen, Bewertungsmethoden bzw. M&amp;A und sind in der Lage ihr Wissen an Hand von Problemstellungen (z.B. Fallstudien) zu vertiefen. Ihr Wissen und Verstehen entspricht dem Stand der Fachliteratur.</p> <p><u>Können (Wissenserschließung)</u></p> <p>Mit dem Wissen dieses Moduls können Studierende komplexe Finanzierungs- bzw. Unternehmenssituationen, wie sie in der Praxis vorkommen, strukturieren und mit Argumenten die richtigen Fragen stellen und beantworten.</p> <p>Da die Veranstaltung auf aktuelle Geschehnisse und Entwicklungen an den Finanzmärkten Bezug nimmt, können die Studierenden relevante Informationen aus der aktuellen Nachrichtenlage (Zinsentwicklung, Börsengeschehen, Konjunkturzyklen) sammeln, bewerten und interpretieren. Daraus abgeleitete Urteile führen zu weiteren Lernprozessen. In Einzelreferaten zu abgesprochenen Themen können sie das Erlernte präsentieren und fachliche und persönliche Kompetenzen erweitern.</p> <p>Im Rahmen von Übungen werden z.B. Themen wie „Projektfinanzierung“, „Business Plan“ oder „M&amp;A“ vertieft, so dass die Studierenden hier fachbezogene Positionen und Problemlösungen formulieren und sich mit Fachvertretern (z.B. im Rahmen eines Einstellungsinterviews) über Probleme und Lösungen austauschen können.</p>
---	--

<b>Inhalte</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Wiederholung Basics (Investitionen, Bilanzanalyse, Finanzmanagement)</li><li>• Finanzierungssystematik (klassisch und alternative Möglichkeiten, Working Capital Management etc.)</li><li>• Corporate Finance (Geld und Kapitalmärkte, PE, Venture, Institutionelle Anleger, Derivate, MBO, MBI, IPO, OBO, LBO etc.)</li><li>• Projektfinanzierung Vorlesung /Übung (Erstellen eines Modells für die Finanzierung)</li><li>• M&amp;A / M&amp;A - Fallstudie</li><li>• Unternehmensbewertung (plus Übung)</li><li>• Business Plan als Basis für die Finanzierung</li></ul>
<b>Medien</b>	Tafel, Beamer mit Laptop, Flipchart
<b>Literatur</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Eayrs, Willis E. / Ernst, Dietmar / Prexl, Sebastian, Corporate Finance Training: Planung, Bewertung und Finanzierung von Unternehmen, Schäfer Poeschel 2011</li><li>• Zantow, Roger / Dinauer, Josef, Finanzwirtschaft des Unternehmens: Die Grundlagen des modernen Finanzmanagements (Pearson Studium - Economic BWL)</li><li>• von Philipp, Lütolf / Rupp, Markus, Handbuch Finanzmanagement: Bewertungen, Finanzierungen und Risikomanagement im Rahmen der wertorientierten Unternehmensführung, Pearson Verlag, 2018</li><li>• Krause, Nils, Corporate Finance, Verlag Vahlen 2019</li><li>• Staroßom, Heiko, Corporate Finance Teil 2: Finanzierung in den Lebensphasen, Springer Gabler Verlag 2012</li></ul>

#### 4.4.3 Marketing- und Vertriebsmanagement

##### DUG 623 Marketing- und Vertriebsmanagement I

<b>Studiengang</b>	Digitalisierung & Unternehmensgründung (DUG)				
<b>Akademischer Grad</b>	B.A.				
<b>Modulbezeichnung lt. SPO</b>	Marketing- und Vertriebsmanagement I				
<b>Modulbezeichnung engl.</b>	Marketing and Sales Management I				
<b>Modul Nr.</b>	DUG 623				
<b>Modul Gruppe</b>	Spezialisierungen / Kompetenzmodule 6. Semester				
<b>Veranstaltungssprache</b>	deutsch				
<b>Modulverantwortliche(r)</b>	Prof. Dr. Michael Bürker				
<b>Dozent(in)</b>	Prof. Dr. Martina Mitterhofer				
<b>Studienabschnitt</b>	letztes Studienjahr				
<b>Semester</b>	6. Semester				
<b>Häufigkeit des Angebotes</b>	Sommersemester				
<b>Dauer</b>	1 Semester				
<b>Modultyp</b>	Wahlpflichtmodul				
<b>Verwendung des Moduls</b>	B.A. BW, B.A. DPM, B.A. DUG, B.Sc. WPN				
<b>Credits nach ECTS</b>	9 ECTS				
<b>Arbeitsaufwand (h)</b>	<b>Gesamt</b>	<b>Lehrveranstaltung</b>	<b>Selbststudium</b>	<b>geplante Gruppengröße</b>	
	270 Stunden	90 Stunden	180 Stunden	20 – 30 Studierende	
<b>Lehrformen (SWS)</b>	<b>Gesamt</b>	<b>Seminaristischer Unterricht</b>	<b>Seminar</b>	<b>Übung</b>	<b>Projektarbeit</b>
	6 SWS	-	6 SWS	-	-
<b>Teilnahmevoraussetzungen</b>	<b>Formal:</b> Zulassung zum 6. Sem. gem. Zugangsvoraussetzung der SPO				
	<b>Inhaltlich:</b> Kenntnisse in Marketing und Vertrieb				
<b>Prüfungsleistung</b>	portP (Ausarb, Votr.sb) Semesterspezifische Prüfungsleistung zeigt der Studien- und Prüfungsplan				
<b>Prüfungsvorleistung</b>	portP (Ausarb, Votr.sb) Semesterspezifische Prüfungsvorleistung zeigt der Studien- und Prüfungsplan				
<b>Geht in die Endnote ein</b>	ja				

<p><b>Lernergebnisse / Kompetenzen</b></p>	<p>Studierende sind nach Abschluss des Seminars Marketing- und Vertriebsmanagement I in der Lage, aktuelle Marketingthemen insbesondere im Bereich der digitalen Marketingkommunikation selbständig aufzubereiten, kritisch zu analysieren, eigenständige Konzepte und Modelle zu entwickeln sowie professionell zu präsentieren.</p> <p><u>Wissen und Verstehen:</u></p> <p>Die Studierenden kennen die Bedeutung und Rolle der Kommunikation in Marketingmix und Markenmanagement aus den Perspektiven von Organisation/Management und Konsumenten/Stakeholdern. Sie verstehen das Wechselverhältnis mit Produkt-, Preis- und Vertriebspolitik und verfügen über ein kritisches Verständnis der Chancen und Grenzen der Kommunikationsfunktion im Marketingmanagement (Unterscheidung zwischen wahrgenommener und tatsächlicher Situation). Sie kennen den Prozess der Marketing- und Kommunikationsplanung und sind in der Lage, die Schritte und Vorgehensweise beim Aufbau einer Content-Strategie zu reflektieren (Unterscheidung zwischen Ziel-, Strategie- und Maßnahmenebene).</p> <p><u>Können (Wissenserschließung):</u></p> <p>Die Studierenden sind in der Lage, Inhalte, Formate und Maßnahmen für unterschiedliche digitale Kanäle und Medien in der Marketing- und Markenkommunikation zu entwickeln, zu präsentieren sowie schriftlich und mündlich vermitteln. Dafür können sie aktuelle Rahmenbedingungen und Entwicklungen für Marketing und Kommunikation identifizieren und einordnen. Sie sind in der Lage, den Wertschöpfungsbeitrag der Kommunikation für Produkte, Marken und Unternehmen zu bestimmen.</p> <p>In der Studien-/Projektarbeit erstellen die Studierenden in Teams eigenständig Analysen der Customer/Stakeholder Journey sowie Buyer/Stakeholder Personas und leiten daraus Content Strategien als Lösungen für aktuelle Marketingaufgaben und -probleme der Unternehmenspraxis ab. Diese erarbeiten die Studierenden unter Anleitung selbständig und festigen somit Kompetenzen in Analyse- und Planungsmethoden und Präsentationstechnik. Hierfür werden Fallstudien und ggf. geeignete Praxisprojekte angeboten.</p>
<p><b>Inhalte</b></p>	<p>Der Fokus liegt auf der Verbindung von Marketing- und Kommunikationsstrategien mit den Schwerpunkten Content Marketing, digitale Kommunikation und Integrierte Marketingkommunikation (IMC).</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Content Marketing (Begriff, Entstehung, Geschichte, Pioniere)</li> <li>• Funktionen und Wirkungsstrategien des Content Marketing</li> <li>• Content-Marketing-Planung (Schritte, Prozess, Methoden)</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kunden-/Stakeholder-Entscheidungsprozess und Customer-/Stakeholder-Journey</li> <li>• Zielgruppen und Buyer/Stakeholder-Personas</li> <li>• Content-Marketing-Ziele, Wertschöpfungsbeitrag und KPIs</li> <li>• Themen, Inhalte, Content Story, Formate im Content Marketing</li> <li>• Medien- und Kanalstrategien im Content Marketing</li> </ul>
<b>Medien</b>	<p>Beamer mit Laptop, Videos, Zoom (Online-Sessions), Flipchart, Pinnwände, Moderationskoffer, Gruppenkommunikation über Lernplattform Moodle</p>
<b>Literatur</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bruhn, M. (2012): Kommunikationspolitik. 7. Auflage. München: Vahlen.</li> <li>• Grunert, G. (2019): Methodisches Content Marketing. Wiesbaden: Springer Gabler.</li> <li>• Häusel, H.-G. &amp; Henzler, H. (2018): Buyer Personas. Freiburg, München, Stuttgart: Haufe.</li> <li>• Heinrich, S. (2017): Content Marketing. Wiesbaden: Springer Gabler.</li> <li>• Kreuzer, R. T. (2018): Praxisorientiertes Online-Marketing. 3. Vollst. Überarb. u. erw. Auflage. Wiesbaden: Springer Gabler.</li> <li>• Kroeber-Riel, W. &amp; Gröppel-Klein, A. (2013): Konsumentenverhalten. 10. Auflage. München: Vahlen.</li> <li>• Stumpf, M. (Hrsg., 2020): Die 10 wichtigsten Zukunftsthemen im Marketing. 2. Aufl. Freiburg, München, Stuttgart: Haufe.</li> <li>• Tropp, J. (2019): Moderne Marketing-Kommunikation. 3. Aufl. Wiesbaden: Springer Gabler.</li> <li>• Wesselmann, M. (Hrsg., 2020): Content gekonnt. Wiesbaden: Springer Gabler.</li> </ul> <p>weitere Literaturangaben werden in Modul bekannt gegeben</p> <p>Vertiefend werden – semesterweise wechselnd – aktuelle Marketing- und Kommunikationsliteratur aus ausgewählten Fachzeitschriften sowie einschlägige Studien in relevantem Umfang ausgewertet und genutzt (u.a. aus Zeitschriften wie Marketing Review St. Gallen, Journal of Marketing, Kommunikationsmanagement, PR Magazin, etc.).</p>

## DUG 723 Marketing- und Vertriebsmanagement II

<b>Studiengang</b>	Digitalisierung & Unternehmensgründung (DUG)				
<b>Akademischer Grad</b>	B.A.				
<b>Modulbezeichnung lt. SPO</b>	Marketing- und Vertriebsmanagement II				
<b>Modulbezeichnung engl.</b>					
<b>Modul Nr.</b>	DUG 723				
<b>Modul Gruppe</b>	Spezialisierungen / Kompetenzmodule				
<b>Veranstaltungssprache</b>	deutsch				
<b>Modulverantwortliche(r)</b>	Prof. Dr. Sandra Gronover				
<b>Dozent(in)</b>	Prof. Dr. Sandra Gronover				
<b>Studienabschnitt</b>	letztes Studienjahr				
<b>Semester</b>	7. Semester				
<b>Häufigkeit des Angebotes</b>	Wintersemester				
<b>Dauer</b>	1 Semester				
<b>Modultyp</b>	Wahlpflichtmodul				
<b>Verwendung des Moduls</b>	B.A. BW, B.A. DPM, B.A. DUG, B.Sc. WPN				
<b>Credits nach ECTS</b>	9 ECTS				
<b>Arbeitsaufwand (h)</b>	<b>Gesamt</b>	<b>Lehrveranstaltung</b>	<b>Selbststudium</b>	<b>geplante Gruppengröße</b>	
	270 Stunden	90 Stunden	180 Stunden	35 Studierende	
<b>Lehrformen (SWS)</b>	<b>Gesamt</b>	<b>Seminaristischer Unterricht</b>	<b>Seminar</b>	<b>Übung</b>	<b>Projektarbeit</b>
	6 SWS	4 SWS	2 SWS	-	
<b>Teilnahmevoraussetzungen</b>	<b>Formal:</b> Zulassung zum 6./7. Sem. gem. Zugangsvoraussetzung der SPO				
	<b>Inhaltlich:</b> Kenntnisse in Marketing- und Vertrieb				
<b>Prüfungsleistung</b>	portP (Ausarb, Klausur) od. Ausarb 10-15 Seiten Semesterspezifische Prüfungsleistung zeigt der Studien- und Prüfungsplan				
<b>Prüfungsvorleistung</b>	Semesterbegleitender Vortrag (15-25 Minuten) Semesterspezifische Prüfungsvorleistung zeigt der Studien- und Prüfungsplan				
<b>Geht in die Endnote ein</b>	ja				



<p><b>Lernergebnisse / Kompetenzen</b></p>	<p>Studierenden sind nach Abschluss des Marketing- und Vertriebsmanagement II in der Lage, aktuelle Marketing- und Vertriebsthemen selbständig aufzubereiten, kritisch zu analysieren, teilweise eigenständige Strukturen/Modelle zu entwickeln sowie professionell zu präsentieren.</p> <p><u>Wissen / Verstehen</u></p> <p>Die Studierenden kennen Veränderungen durch die Digitalisierung im Bereich Kommunikation, Vertrieb und Preissetzung. Sie sind in der Lage aktuelle Entwicklungen und Trends im Bereich Marketing und Vertrieb zu verstehen, sowie sich ihrer Bedeutung für die Praxis Bewusst zu sein.</p> <p><u>Können / Wissenserschließung</u></p> <p>Studierende können die Veränderung der digitalen Transformation in den Bereichen Kommunikation, Vertrieb und Preissetzung einordnen und eigenständige Problemlösungen erarbeiten. Hierfür werden Fallstudien und ggf. geeignete Praxisprojekte angeboten. Diese erarbeiten die Studierenden unter Anleitung selbständig und verfestigen somit Kompetenzen im Bereich Projektmanagement und Präsentationstechnik, sowie die Fähigkeit Modelle eigenständig weiterzuentwickeln. Studierende erarbeiten sich selbständig Trends im Rahmen der Digitalisierung und / oder des Nachhaltigkeitsmanagements.</p>
<p><b>Inhalte</b></p>	<p>Inhaltlich stehen aktuelle Marketing- und Vertriebsthemen im Vordergrund. Wobei hier Wert auf die Analyse von aktueller Fachliteratur gelegt wird. Diese Fachbeiträge passen thematisch zu den folgenden Überbegriffen:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Digitales Marketing</li> <li>• KI im Marketing</li> <li>• Vertriebsmanagement</li> <li>• Nachhaltigkeitsmarketing</li> </ul>
<p><b>Medien</b></p>	<p>Beamer mit Laptop, Internet, Gruppenkommunikation über Moodle falls von den Gruppen gewünscht;</p>
<p><b>Literatur</b></p>	<p>Kotler, P., Keller, K., Opresnik, M (2015): Marketing-Management: Konzepte, Instrumente, Unternehmensfallstudien, Person;</p> <p>Biesel, Hame, (2018): Vertrieb und Marketing in der digitalen Welt, Springer;</p> <p>Gentsch (2018): Künstliche Intelligenz für Sales, Marketing und Service, Springer</p> <p>Insbesondere themenbezogene Vertiefungsliteratur - semesterweise wechselnd – aus ausgewählten Fachzeitschriften (u.a. aus Zeitschriften wie Marketing Review St. Gallen, Journal of Marketing, Sales Management Review etc.)</p>

#### 4.4.4 Organisationskonzepte/Personalmanagement

##### DUG 624 Organisationskonzepte

<b>Studiengang</b>	Digitalisierung & Unternehmensgründung (DUG)
<b>Akademischer Grad</b>	B.A.

<b>Modulbezeichnung lt. SPO</b>	Organisationskonzepte
<b>Modulbezeichnung engl.</b>	Organisational Concepts
<b>Modul Nr.</b>	DUG 624
<b>Modul Gruppe</b>	Spezialisierungen / Kompetenzmodule 6. Semester

<b>Veranstaltungssprache</b>	deutsch
<b>Modulverantwortliche(r)</b>	Prof. Dr. Burkhard Jaeger
<b>Dozent(in)</b>	Prof. Dr. Burkhard Jaeger

<b>Studienabschnitt</b>	6. Semester
<b>Semester</b>	Sommersemester
<b>Häufigkeit des Angebotes</b>	1 Semester
<b>Dauer</b>	Wahlpflichtmodul
<b>Modultyp</b>	6. Semester
<b>Verwendung des Moduls</b>	B.A. BW, B.A. DPM, B.A. DUG, B.Sc. WPN

<b>Credits nach ECTS</b>	9 ECTS			
<b>Arbeitsaufwand (h)</b>	<b>Gesamt</b>	<b>Lehrveranstaltung</b>	<b>Selbststudium</b>	<b>geplante Gruppengröße</b>
	270 Stunden	90 Stunden	180 Stunden	20 – 40 Studierende

<b>Lehrformen (SWS)</b>	<b>Gesamt</b>	<b>Seminaristischer Unterricht</b>	<b>Seminar</b>	<b>Übung</b>	<b>Projektarbeit</b>
	6 SWS	-	6 SWS	-	-

<b>Teilnahmevoraussetzungen</b>	<b>Formal:</b> Zulassung zum 6. Sem. gem. Zugangsvoraussetzung der SPO. Das Modul „Organisationskonzepte“ kann grundsätzlich nur gewählt werden, wenn aus dem Themenfeld „Organisationskonzepte / Personalmanagement“ auch das Kompetenzmodul „Personalmanagement“ belegt wird.
	<b>Inhaltlich:</b> Kenntnisse in Organisation und Personal
<b>Prüfungsleistung</b>	Klausur (90-120 Minuten) Semesterspezifische Prüfungsvorleistung zeigt der Studien- und Prüfungsplan
<b>Prüfungsvorleistung</b>	Keine

<b>Geht in die Endnote ein</b>	Ja
<b>Lernergebnisse / Kompetenzen</b>	<p>Nach erfolgreicher Absolvierung des Kompetenzmoduls haben die Studierenden ein umfassendes Verständnis von modernen Aufbauorganisationen und Geschäftsprozessen im Kontext von Digitalisierung.</p> <p><u>Wissen und Verstehen:</u></p> <p>Absolventinnen und Absolventen können neue Organisationskonzepte erklären und deren jeweilige Vor- und Nachteile erläutern. Sie entwickeln ein grundsätzliches Verständnis von Prozessmanagement und seinen praktischen Anwendungsmöglichkeiten</p> <p><u>Können (Wissenserschließung):</u></p> <p>Die Studierenden haben ein grundlegendes Verständnis für die Querschnittsfunktion Organisation im Unternehmen erworben und können ihr Wissen von Beispielen aus der Industrie anwenden. Dabei wurde im Rahmen der Veranstaltung die Bedeutung organisatorischen Wirkens im Hinblick auf die unternehmerische Zielerreichung gezielt hervorgehoben. Die Studierenden haben wesentliche Gestaltungsmöglichkeiten und Methoden erlernt, die für eine Organisation im Zusammenhang mit der Digitalisierung in Frage kommen können.</p>
<b>Inhalte</b>	<p>Das Modul vermittelt die theoretischen Grundlagen der Organisationslehre und -methodik. Als Einstieg dient die allgemeine Systemtheorie, um grundsätzliches Wissen über Strukturen und Prozesse zu erlangen. Hierauf aufbauend steht im Kontext praktischer Beispiele die Vermittlung von Kenntnissen und Fertigkeiten über die Analyse- und Gestaltungsmethodik hinsichtlich der Organisationsentwicklung. Stichpunktartig aufgelistet sind dies:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Die Unternehmung als sozio-technisches und offenes System</li> <li>• Merkmale der Organisation</li> <li>• Aufbauorganisation mittels klassischer Aufgabenanalyse und -synthese zur Stellenbildung</li> <li>• Aufbaugestaltung und Unternehmensstrukturierung</li> <li>• Wahl der Organisationsform</li> <li>• Ablauforganisation mittels Systemanalyse, -planung, -einführung und -kontrolle</li> <li>• Prozessmerkmale, -arten und -ziele</li> <li>• Prüfung der Übertragbarkeit traditioneller Gestaltungsgrundsätze auf die Erfordernisse einer zeitgemäßen Organisation</li> <li>• Geschäftsprozessmanagement</li> <li>• Projektmanagement und virtuelle Organisation</li> </ul>
<b>Medien</b>	Laptop, Beamer, Overhead-Projektor, Tafel, Skriptum

<b>Literatur</b>	<p>Bühner, Rolf: Betriebswirtschaftliche Organisationslehre, Oldenbourg-Verlag, 10. Auflage, 2004;</p> <p>Kieser, Alfred / Wagenbach Peter: Organisation, Schäffer-Poeschel-Verlag, 6. Auflage, 2010;</p> <p>Scherm, Ewald / Pietsch, Gotthard: Organisation, Oldenbourg-Verlag, 1. Auflage, 2007;</p> <p>Schulte-Zurhausen, Manfred: Organisation, Vahlen-Verlag, 5. Auflage, 2010;</p> <p>Vahs, Dietmar: Organisation, Schäffer-Poeschel-Verlag, 7. Auflage, 2009</p>
------------------	---

## DUG 724 Personalmanagement

<b>Studiengang</b>	Digitalisierung & Unternehmensgründung (DUG)			
<b>Akademischer Grad</b>	B.A.			
<b>Modulbezeichnung lt. SPO</b>	Personalmanagement			
<b>Modulbezeichnung engl.</b>	Personnel Management			
<b>Modul Nr.</b>	DUG 724			
<b>Modul Gruppe</b>	Spezialisierungen / Kompetenzmodule			
<b>Veranstaltungssprache</b>	deutsch			
<b>Modulverantwortliche(r)</b>	Prof. Dr. Valentina Speidel			
<b>Dozent(in)</b>	Prof. Dr. Valentina Speidel			
<b>Studienabschnitt</b>	letztes Studienjahr			
<b>Semester</b>	7. Semester			
<b>Häufigkeit des Angebotes</b>	Wintersemester			
<b>Dauer</b>	1 Semester			
<b>Modultyp</b>	Wahlpflichtmodul			
<b>Verwendung des Moduls</b>	B.A. BW, B.A. DPM, B.A. DUG, B.Sc. WPN, B.Sc. WPN, B.Sc. WPN,			
<b>Credits nach ECTS</b>	9 ECTS			
<b>Arbeitsaufwand (h)</b>	<b>Gesamt</b>	<b>Lehrveranstaltung</b>	<b>Selbststudium</b>	<b>geplante Gruppengröße</b>
	270 Stunden	90 Stunden	180 Stunden	30 – 60 Studierende
<b>Lehrformen (SWS)</b>	<b>Gesamt</b>	<b>Seminaristischer Unterricht</b>	<b>Seminar</b>	<b>Übung</b>
	6 SWS	-	6 SWS	
<b>Teilnahmevoraussetzungen</b>	<b>Formal:</b> Zulassung zum 6./7. Sem. gem. Zugangsvoraussetzung der SPO Das Modul „Personalmanagement“ kann grundsätzlich nur gewählt werden, wenn aus dem Themenfeld „Organisationskonzepte / Personalmanagement“ auch das Kompetenzmodul „Organisationskonzepte“ absolviert wird.			
	<b>Inhaltlich:</b> Kenntnisse in Organisation und Personal			

<b>Prüfungsleistung</b>	portP (Vort.sb, 30 Minuten, Klausur 60 Minuten) je 50% Portfolioprüfung bestehend aus einem semesterbegleitenden Vortrag 30 Minuten und einer Klausur 60 Minuten, Gewichtung je 50 %
<b>Prüfungsvorleistung</b>	-
<b>Geht in die Endnote ein</b>	ja
<b>Lernergebnisse / Kompetenzen</b>	<p><u>Wissen und Verstehen</u></p> <p>Die Studierenden sind in der Lage, die strategischen Handlungsfelder des Personalmanagements zu reflektieren. Die Studierenden kennen die Vielfalt der personalwirtschaftlichen Instrumente und können entsprechend der strategischen Ausrichtung des Personalmanagements über deren effizienten Einsatz entscheiden.</p> <p><u>Können (Wissenserschließung)</u></p> <p>Die Studierenden haben ein vertieftes Verständnis der neuen Rolle von Personal als Business-Partner des Managements und wissen durch welche Maßnahmen diese Rolle gelebt wird. Sie definieren ein Selbstbild über den Beruf Personaler und können konkrete personalpolitische Konzepte entsprechend den individuellen unternehmerischen Rahmenbedingungen und den künftigen Anforderungen der Arbeitswelt 4.0 entwickeln.</p>
<b>Inhalte</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Entwicklungen und Trends im Personalmanagement</li> <li>• Personalgewinnung, Bedeutung von Social Media, Einfluss des demografischen Wandels</li> <li>• Personal- und Führungskräfteentwicklung / Digital Leaders</li> <li>• Internationales Personalmanagement</li> <li>• Diversity, Compliance, Corporate Social Responsibility, Wertewandel</li> <li>• Work-Life-Balance der Beschäftigten / Betriebliches Gesundheitsmanagement / Salutogene Führung</li> <li>• Gender Mainstreaming</li> <li>• Vergütungsmanagement</li> <li>• flexible Arbeitszeitmodelle</li> <li>• Zusammenarbeit mit den Arbeitnehmervertretungen</li> <li>• Interne und externe Personalfreisetzung</li> </ul>
<b>Medien</b>	Tafel, Beamer mit Laptop, Flipchart
<b>Literatur</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• DGFP (Hrsg.): Internationales Personalmanagement gestalten: Perspektiven, Strukturen, Erfolgsfaktoren, Praxisbeispiele, Bielefeld: Bertelsmann, 2012</li> <li>• DGFP (Hrsg.): Megatrends: Zukunftsthemen im Personalmanagement analysieren und bewerten, Bertelsmann Verlag, 2012</li> <li>• DGFP (Hrsg.): Compliance und Personalmanagement, Bielefeld: Bertelsmann, 2011</li> <li>• Werther, Simon / Bruckner, Laura: Arbeit 4.0 aktiv gestalten, Springer-Verlag, 2018</li> </ul>

#### 4.4.5 Operations & Supply Chain Management

##### DUG 627 Operations & Supply Chain Management I

<b>Studiengang</b>	Digitalisierung & Unternehmensgründung (DUG)				
<b>Akademischer Grad</b>	B.A.				
<b>Modulbezeichnung lt. SPO</b>	Operations & Supply Chain Management I				
<b>Modulbezeichnung engl.</b>	Operations & Supply Chain Management I				
<b>Modul Nr.</b>	DUG 627				
<b>Modul Gruppe</b>	Spezialisierungen / Kompetenzmodule 6. Semester				
<b>Veranstaltungssprache</b>	deutsch				
<b>Modulverantwortliche(r)</b>	Prof. Dr. Philipp Michaeli				
<b>Dozent(in)</b>	Prof. Dr. Philipp Michaeli				
<b>Studienabschnitt</b>	letztes Studienjahr				
<b>Semester</b>	6. Semester				
<b>Häufigkeit des Angebotes</b>	Sommersemester				
<b>Dauer</b>	1 Semester				
<b>Modultyp</b>	Wahlpflichtmodul				
<b>Verwendung des Moduls</b>	B.A. BW, B.A. DPM, B.A. DUG, B.Sc. WPN				
<b>Credits nach ECTS</b>	9 ECTS				
<b>Arbeitsaufwand (h)</b>	<b>Gesamt</b>	<b>Lehrveranstaltung</b>	<b>Selbststudium</b>	<b>geplante Gruppengröße</b>	
	270 Stunden	90 Stunden	180 Stunden	20 - 40 Studierende	
<b>Lehrformen (SWS)</b>	<b>Gesamt</b>	<b>Seminaristischer Unterricht</b>	<b>Seminar</b>	<b>Übung</b>	<b>Projektarbeit</b>
	6 SWS	3 SWS	-	3 SWS	-
<b>Teilnahmevoraussetzungen</b>	<b>Formal:</b> Zulassung zum 6. Sem. gem. Zugangsvoraussetzung der SPO				
	<b>Inhaltlich:</b> Kenntnisse über die Grundlagen von Produktion, Logistik und Dienstleistungen.				
<b>Prüfungsleistung</b>	Klausur (90-120 Minuten), THE (90 Minuten) od. Ausarb (10-15 Seiten) Semesterspezifische Prüfungsleistung zeigt der Studien- und Prüfungsplan				
<b>Prüfungsvorleistung</b>					
<b>Geht in die Endnote ein</b>	ja				

<p><b>Lernergebnisse/ Kompetenzen</b></p>	<p>Nach erfolgreicher Absolvierung des Kompetenzmoduls Operations &amp; Supply Chain Management verstehen die Studierenden die Zusammenhänge von Operations und Supply Chain Management und können die wesentlichen Methoden zur Gestaltung von inner- und außerbetrieblichen Liefer- und Wertschöpfungsketten einordnen und anwenden.</p> <p><u>Wissen und Verstehen:</u></p> <p>Das Kompetenzmodul Operations &amp; Supply Chain Management I bietet ein breites elementares Basiswissen und vertiefende Kenntnisse in den Themengebieten Fabrik der Zukunft, Produktionsbetrieb &amp; -planung sowie digitale Transformation der Produktion. Das aus dem Modul erlernte Wissen bietet den Studierenden eine wichtige Basis, um Zusammenhänge und Interdependenzen auch in den Fachgebieten Controlling, Vertrieb, Marketing, Wirtschaftsinformatik und Finanzmanagement zu verstehen. Sie kennen die angewendeten Methoden sowie Hilfsmittel und erhalten einen Einblick in die Standard IT Systeme und Organisationsformen im Themengebiet Produktion. Sie sind in der Lage, Zusammenhänge und Interdependenzen vor allem entlang der Wertschöpfungs- und Lieferketten sowie im innerbetrieblichen Umfeld zu erkennen und zu verstehen.</p> <p><u>Können (Wissenserschließung):</u></p> <p>Die Studierenden erlangen grundlegende Handlungskompetenzen zur Gestaltung und zur operativen Durchführung von Produktions- und Logistikaufgaben in fertigen Unternehmen, im Handel, bei Logistik- bzw. Einkaufsdienstleistungen und in der Beratung.</p> <p>Die Studierenden sind in der Lage, abgegrenzte Fallstudien und spezielle Fragestellungen eigenständig oder in Teamarbeit zu bearbeiten und Lösungsvorschläge zu präsentieren. Die Studierenden können insbesondere strategische und operative Aufgaben in der Produktion bzw. im SCM selbstständig bearbeiten.</p>
<p><b>Inhalte</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Trends in der Produktion: Trendraster, Megatrends, Produktion der Zukunft</li> <li>• Grundlagen der Produktionswirtschaft: Bedeutung der Produktion, Treiber der Produktion, Produktionstypologie, Produktionsziele, Produktionsfaktoren</li> <li>• Strategie und Struktur der Produktion: Aufbau- und Ablauforganisation, Wertschöpfungsmodelle, Produktionsstrategien</li> <li>• Fabrikplanung: Planungsauslöser, Planungsebenen, Planungsphasen, Planungstechnologien</li> <li>• Fertigungs- &amp; Montagesysteme: Aufbau der Systeme, Produktionsprinzipien, Analyseverfahren, Arbeitsplanung</li> <li>• Ganzheitliche Produktionssysteme: Entwicklung der Systeme, Aufbau GPS, KPIs</li> </ul>



	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Digitale Transformation der Produktion: Industrielle Revolutionen, Reifegradmodelle, Digitale Produktionssysteme</li> </ul>
<b>Medien</b>	<p>Tafel, Beamer mit Laptop, Flipchart, Film, Planspiele</p> <p>Lehrmethode: Seminar mit Fallstudien, Studienarbeiten, Präsentationen, Exkursionen und Planspiele</p>
<b>Literatur</b>	<p><b>Grundlagen:</b></p> <p>Horx, Tristan et al. (Hrsg.): Megatrend-Dokumentation. Zukunftsinstitut, Kelkheim 2018.</p> <p>Kummer, Sebastian (Hrsg.): Grundzüge der Beschaffung, Produktion und Logistik. 4. Aufl., Pearson Studium 2018. ISBN: 978-3-868-94287-3.</p> <p>Bauernhansl, Thomas (Hrsg.): Fabrikbetriebslehre 1; Management in der Produktion. Springer Vieweg, Berlin 2020. ISBN (eBook): 978-3-662-44538-9.</p> <p>Grabner, Thomas: Operations Management; Auftragserfüllung bei Sach- und Dienstleistungen. Springer Gabler, 4. Aufl., Wiesbaden 2019. ISBN (eBook): 978-3-658-23131-6.</p> <p>Wiendahl, Hans-Peter; Wiendahl, Hans-Herrmann: Betriebsorganisation für Ingenieure. Hanser, 9. Aufl., München 2019. ISBN (eBook): 978-3-446-46061-4.</p> <p>Bracht, Uwe et al.: Digitale Fabrik; Methoden und Praxisbeispiele. Springer Vieweg, 2. Aufl., Berlin 2018. ISBN: 978-3-662-55782-2.</p> <p>Grundig, Claus-Gerold: Fabrikplanung; Planungssystematik – Methoden – Anwendungen. Hanser, 7. Aufl., München 2021. ISBN: 978-3-446-46751-4.</p>

## DUG 727 Operations & Supply Chain Management II

<b>Studiengang</b>	Digitalisierung & Unternehmensgründung (DUG)			
<b>Akademischer Grad</b>	B.A.			
<b>Modulbezeichnung lt. SPO</b>	Operations & Supply Chain Management II			
<b>Modulbezeichnung engl.</b>	Operations & Supply Chain Management II			
<b>Modul Nr.</b>	DUG 727			
<b>Modul Gruppe</b>	Spezialisierungen / Kompetenzmodule			
<b>Veranstaltungssprache</b>	deutsch			
<b>Modulverantwortliche(r)</b>	Prof. Dr. Alexander Kumpf			
<b>Dozent(in)</b>	Prof. Dr. Alexander Kumpf			
<b>Studienabschnitt</b>	letztes Studienjahr			
<b>Semester</b>	7. Semester			
<b>Häufigkeit des Angebotes</b>	Wintersemester			
<b>Dauer</b>	1 Semester			
<b>Modultyp</b>	Wahlpflichtmodul			
<b>Verwendung des Moduls</b>	B.A. BW, B.A. DPM, B.A. DUG, B.Sc. WPN			
<b>Credits nach ECTS</b>	9 ECTS			
<b>Arbeitsaufwand (h)</b>	<b>Gesamt</b>	<b>Lehrveranstaltung</b>	<b>Selbststudium</b>	<b>geplante Gruppengröße</b>
	270 Stunden	90 Stunden	180 Stunden	20 – 40 Studierende
<b>Lehrformen (SWS)</b>	<b>Gesamt</b>	<b>Seminaristischer Unterricht</b>	<b>Seminar</b>	<b>Übung</b>
	6 SWS	2 SWS	-	4 SWS
<b>Teilnahmevoraussetzungen</b>	<b>Formal:</b> Zulassung zum 6./7. Sem. gem. Zugangsvoraussetzung der SPO			
	<b>Inhaltlich:</b> Kenntnisse in Material- und Fertigungswirtschaft			
<b>Prüfungsleistung</b>	Klausur (90-120 Minuten) od. portP (Ausarb, Klausur) od. portP (Votr.sb, Klausur) Semesterspezifische Prüfungsleistung zeigt der Studien- und Prüfungsplan			
<b>Prüfungsvorleistung</b>	keine			
<b>Geht in die Endnote ein</b>	ja			

<p><b>Lernergebnisse / Kompetenzen</b></p>	<p>Nach erfolgreicher Absolvierung des Kompetenzmoduls Logistik können die Studierenden die Zusammenhänge der inner- und außerbetrieblichen Liefer- und Wertschöpfungsketten analysieren und sind in der Lage wesentliche Methoden zur Gestaltung sowie zur operativen Durchführung von Beschaffung- und Logistikaufgaben einzuordnen und anzuwenden.</p> <p><u>Wissen und Verstehen:</u></p> <p>Das Kompetenzmodul „Operations &amp; Supply-Chain-Management II“ bietet ein elementares Basiswissen und vertiefende Kenntnisse im Themengebiet der innerbetrieblichen und außerbetrieblichen Logistik sowie der Gestaltung, der Planung, der Steuerung und der Überwachung der betrieblichen Logistik. Das aus dem Modul erlernte Wissen bietet den Studierenden eine wichtige Basis, um Zusammenhänge und Interdependenzen auch in den Fachgebieten Controlling, Vertrieb, Marketing, Wirtschaftsinformatik und Finanzmanagement zu beschreiben, zu untersuchen und zu diskutieren. Sie können die angewendeten Methoden sowie Hilfsmittel anwenden und erhalten einen Einblick in die Standard-IT-Systeme und in die Organisationsformen im Themengebiet Materialwirtschaft, Logistiksysteme und Liefernetzwerke sowie der Lean Management Philosophie. Die Studierende erlernen die theoretischen Grundlagen und Berechnungsalgorithmen zur Planung, Gestaltung, Steuerung, Überwachung und Optimierung der Materialwirtschaft, der Logistiksysteme und der Liefernetzwerke. Die Lehrveranstaltung befasst sich mit aktuellen Themen und Trends der Wertschöpfungsketten und Liefernetzwerke sowie der internen und externen Logistik, wobei der Fokus u.a. auf Nachhaltigkeit, Digitalisierung (insb. Automatisierung) und Globalisierung liegt.</p> <p><u>Können (Wissenserschließung):</u></p> <p>Die Studierende erlangen grundlegende Handlungskompetenzen zur Gestaltung und zur operativen Durchführung von Beschaffungs-, Produktions-, Distributions- und Logistikaufgaben in produzierenden Unternehmen, im Handel, bei Logistikdienstleistern und in der Beratung. Sie sind in der Lage, abgegrenzte Fallstudien und spezielle Fragestellungen eigenständig oder in Teamarbeit zu bearbeiten, Lösungskonzepte zu auszuarbeiten und diese zu präsentieren.</p>
<p><b>Inhalte</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Materialwirtschaft: Rollierende Kapazitätsplanung, Materialflussplanung und –steuerung, Maschinenbelegungsplanung, Produktionsplanung und –steuerung (PPS), Terminplanung, Netzplantechnik, Logistikcontrolling mit Kennzahlensystem, Bestandsmanagement</li> <li>• Operative Logistik: Prozesse der operativen Logistik, Prozessbeschreibung, -optimierung und -management</li> <li>• Distributionslogistik: Verteil- und Lagerstrukturen, Verkehrsnetzwerke, Kombinierte Verkehre, Transportoptimierung, Logistikdienstleister Aufgaben und Funktionen, In- und Outsourcing, xPL Dienstleister, Incoterms</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Logistiksysteme: Grundlagen, Ladehilfsmittel, Fördermittel, Verkehrsmittel, Lagertechnik, Handhabungstechnik, Kommissionier-, Sortier- und Verteilsysteme, Umschlagsysteme, Informations- und Steuerungssysteme</li> <li>• Lean Management Methoden: Grundlagen, Philosophie, Verschwendungsarten, Analysemethoden (z.B. Wertstromanalyse, Spagetti-Diagramm), Grundprinzipien, Umsetzungskonzepte (z.B. Kanban), Anwendungsbeispiele</li> <li>• Aktuelle Themen und Trends in den Wertschöpfungs- und Lieferketten: u.a. Nachhaltigkeit, Digitalisierung, Globalisierung, Anforderungen und Auswirkungen, Konzepte und Umsetzungsbeispiele</li> </ul> <p>Lehrmethode: Seminar mit Fallstudien, Studienarbeiten, Präsentationen, Exkursionen und Planspiele</p>
<b>Medien</b>	Tafel, Beamer mit Laptop, Flipchart, Film
<b>Literatur</b>	<p><b>Grundlagen:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Kummer, Sebastian; Grün, Oskar; Jammerneegg, Werner: Grundzüge der Beschaffung, Produktion und Logistik. Pearson, München; 2019</li> <li>• Schulte, Christof: Logistik. Vahlen Verlag, München 2017</li> <li>• Hompel, Michael: Materialflusssysteme, Förder- und Lagertechnik. Springer-Verlag, Berlin Heidelberg, 2007</li> <li>• Zsifkovits, Helmut E.: Logistik. UVK Verlagsgesellschaft mbH, 2018</li> <li>• Kummer, Sebastian; Schramm, Hans-Joachim; Sudy, Irene: Internationales Transport- und Logistikmanagement, Facultas-Verlang, Wien; 2009</li> </ul> <p><b>Weiterführend:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Grundmann, Wolfgang: Operations Research; Formeln und Methoden. Teubner, Stuttgart, Leipzig, Wiesbaden, 2002;</li> <li>• Lasch, Rainer Quantitative Logistik-Fallstudien; Aufgaben und Lösungen zu Beschaffung, Produktion und Distribution. Springer Gabler Verlag, Wiesbaden 2021;</li> <li>• Pfohl, Hans-Christian: Logistiksysteme, Betriebswirtschaftliche Grundlagen, Springer-Verlag, Berlin Heidelberg, 2018;</li> </ul> <p><b>Online:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Bundesverband Materialwirtschaft, Einkauf und Logistik e.V.: <a href="http://www.bme.de">www.bme.de</a>;</li> <li>• Bundesvereinigung Logistik e.V.: <a href="http://www.bvl.de">www.bvl.de</a>;</li> <li>• Logistik heute: <a href="http://www.logistik-heute.de">www.logistik-heute.de</a>;</li> <li>• Deutsche Logistik-Zeitung: <a href="http://www.dvz.de">www.dvz.de</a>;</li> <li>• Logistik heute: <a href="http://www.logistik-heute.de">www.logistik-heute.de</a>;</li> <li>• Verkehrsrundschau: <a href="http://www.verkehrsrundschau.de">www.verkehrsrundschau.de</a>;</li> </ul>

#### 4.5 Bachelorarbeit

##### Bachelorarbeit

<b>Studiengang</b>	Digitalisierung & Unternehmensgründung (DUG)					
<b>Akademischer Grad</b>	B.A.					
<b>Modulbezeichnung lt. SPO</b>	Bachelorarbeit					
<b>Modulbezeichnung engl.</b>						
<b>Modul Nr.</b>						
<b>Modul Gruppe</b>	Bachelorarbeit					
<b>Veranstaltungssprache</b>	deutsch					
<b>Modulverantwortliche(r)</b>	Studiengangleiter(in)					
<b>Betreuer</b>	diverse					
<b>Studienabschnitt</b>	letztes Studienjahr					
<b>Semester</b>	6./7. Semester					
<b>Häufigkeit des Angebotes</b>	Anmeldezeitpunkte siehe Bekanntgabe Aushang					
<b>Dauer</b>	Vier Monate					
<b>Modultyp</b>	Wahlpflichtmodul					
<b>Verwendung des Moduls</b>	B.A. BW, B.A. DPM, B.A. DUG, B.A. SB, B.Sc. WPN					
<b>Credits nach ECTS</b>	12 ECTS					
<b>Arbeitsaufwand (h)</b>	<b>Gesamt</b>	<b>Lehrveranstaltung</b>	<b>Selbststudium</b>	<b>geplante Gruppengröße</b>		
	360 Stunden	0 Stunden	360 Stunden			
<b>Lehrformen (SWS)</b>	<b>Gesamt</b>	<b>Seminaristischer Unterricht</b>	<b>Seminar</b>	<b>Übung</b>	<b>Praktikum</b>	<b>Projektarbeit</b>
		-			-	-
<b>Teilnahmevoraussetzungen</b>	<b>Formal:</b> Das Thema der Bachelorarbeit wird frühestens zu Beginn des sechsten Semesters ausgegeben. (§ 12 Abs. 2 SPO)					
	<b>Inhaltlich:</b>					
<b>Prüfungsleistung</b>	Bachelorarbeit					
<b>Prüfungsvorleistung</b>	keine					
<b>Bewertung der Prüfungsleistung</b>	endnotenbildend					
<b>Bestehenserblich</b>	ja					

<b>Qualifikationsziele / Lernergebnisse</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Die Studierenden sind in der Lage, betriebswirtschaftlich relevante Fragestellungen selbstständig innerhalb einer vereinbarten Frist theoretisch und methodisch fundiert sowie praxisbezogen zu bearbeiten und unter Beachtung der Grundsätze wissenschaftlichen Arbeitens darzustellen.</li><li>• Die Studierenden können durch Auswahl relevanter Inhalte die Fragestellung der Bachelorarbeit zusammenhängend beantworten und ggf. bewerten.</li><li>• Die Studierenden sind in der Lage, themenrelevante Literatur zielgerichtet auszuwerten. Sie können empirische Forschungsmethoden, Forschungsansätze und Forschungsinstrumente anwenden.</li><li>• Die Studierenden sind in der Lage, auf Grundlage bearbeiteter Themen Querbeziehungen zu anderen thematisch relevanten Fragestellungen herzustellen. Sie können eigene Positionen angemessen und zielorientiert vertreten.</li><li>• Die Studierenden artikulieren komplexe Zusammenhänge schlüssig und überzeugend in schriftlicher, orthographisch richtiger Form.</li></ul>
<b>Inhalte</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Auswahl/Formulierung der Themenstellung</li><li>• Auswahl relevanter Inhalte zur Themenstellung</li><li>• Operationalisierung des Themas/Gliederung</li><li>• Informationsrecherche</li><li>• Datenerhebung und -auswertung bzw. Literatur- und Quellenanalyse</li><li>• Schreiben der wissenschaftlichen Abschlussarbeit</li></ul>
<b>Art und Umfang</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Umfang ca. 30-40 Seiten reiner Text;</li><li>• weitere Angaben im Leitfaden für die Anfertigung einer Bachelorarbeit der Fakultät Betriebswirtschaft sowie von dem Betreuer/der Betreuerin</li></ul>