

Modulinformationen zum Studiengang Betriebswirtschaft

Inhaltsverzeichnis

[Betriebswirtschaftslehre](#)

[Volkswirtschaftslehre](#)

[Marketing & Vertrieb](#)

[Rechnungswesen & Controlling](#)

[Beschaffung- & Produktionswirtschaft](#)

[Internationale Wirtschaft](#)

[Finanzmanagement](#)

[Recht](#)

[Unternehmensführung](#)

[Social Software](#)

[Business English](#)

[Selbstmanagement & Selbstmarketing](#)

[Management Soft Skills](#)

[Studium in der Praxis \(SIP\)](#)

[Strategische Karriereplanung](#)

[Wissenschaftliches Arbeiten](#)

[Unternehmensgründung](#)

Modulinformationen zum Studiengang Betriebswirtschaft

Betriebswirtschaftslehre (Modul-ID: 0015)

Modulverantwortlicher Experte:

Prof. Dr. Michael Negri



ECTS: 12 | Student Workload: 300 | Bearbeitungsdauer: 1 Trimester (4 Monate)

Qualifikationsziele

Nach Abschluss des Moduls...

- › kennen die Studierenden die Grundlagen des betriebswirtschaftlichen Transformationsprozesses,
- › können die Studierenden die Produktionsfaktoren unterscheiden und in ihrer Bedeutung erklären,
- › kennen die Studierenden die unterschiedlichen Rechtsformen und können sie nach verschiedenen Merkmalen (z.B. Grundkapital, Haftung, Besteuerung usw.) unterscheiden,
- › können die Studierenden die verschiedenen Leistungsprozesse in ihren Zusammenhängen erklären,
- › können die Studierenden die Art und Wirkungsweisen unterschiedlicher Besteuerungsformen unterscheiden,
- › können die Studierenden auf der Basis der Preistheorie selbständig Preis-Menge-Absatzfunktionen bilden,
- › kennen die Studierenden die wichtigsten betrieblichen Standortfaktoren und können sie selbständig in Fallstudien planen und bewerten,
- › kennen die Studierenden die wichtigsten Formen von Unternehmenszusammenschlüssen,
- › kennen die Studierenden die wichtigsten gesellschaftlichen Rahmendaten und gesetzlichen Grundlagen der Sozialpartnerschaft und der betrieblichen Mitbestimmung und Schutzbestimmungen,
- › kennen die Studierenden die klassischen Arten der Unternehmensbewertung und können an Beispielen selbständig die Ertragswertmethode anwenden.

Inhalte

- › Ökonomisches Denken
 - › Ökonomisches Prinzip
 - › Betrieb und Unternehmung
- › Produktionsfaktoren
 - › Arten
 - › Produktionsfunktion
 - › Kostenfunktion
- › Rechtsformen
 - › Überblick
 - › Personengesellschaften
 - › Kapitalgesellschaften
- › Leistungsprozesse
 - › Beschaffung
 - › Produktion
 - › Absatz
 - › Finanzierung

»» Modulinformationen zum Studiengang Betriebswirtschaft

- » Steuerarten
- » Preistheorie
- » Standorte
 - » Standortfaktoren
 - » Einflussgrößen bei der Standortwahl
 - » Besonderheiten der Standortwahl für KMU
- » Unternehmenszusammenschlüsse
 - » Kartell
 - » Konzern
 - » Interessengemeinschaft
 - » Konsortium
 - » Horizontale und vertikale Kooperationen
- » Sozialpartner
 - » Montanmitbestimmung
 - » Betriebsverfassungsgesetz
 - » Mitbestimmungsgesetz
 - » Bewertung des Unternehmens

Voraussetzung für die Vergabe von Credit Points (CP):

Das Modul schließt mit einer Klausur ab.
(Die Prüfungsform kann unter Umständen abweichen.)

Modulinformationen zum Studiengang Betriebswirtschaft

Volkswirtschaftslehre (Modul-ID: 0027)

Modulverantwortlicher Experte:

Prof. Dr. Gerald Wogatzki



ECTS: 8 | Student Workload: 200 | Bearbeitungsdauer: 2 Trimester (8 Monate)

Qualifikationsziele

Nach Abschluss des Moduls...

- › können die Studierenden gesellschaftliche Sachverhalte in einen volkswirtschaftlichen Zusammenhang stellen,
- › können die Studierenden die Zusammenhänge und Auswirkungen exemplarisch darstellen,
- › können die Studierenden den politischen Einfluss auf das Marktgeschehen exemplarisch erläutern,
- › kennen die Studierenden die Besonderheiten der europäischen Integration,
- › können die Studierenden die Bedeutung der KMU für die Volkswirtschaft erklären.

Inhalte

- › Grundlagen
 - › Grundbegriffe
 - › Verhältnis BWL/VWL
 - › Bedeutung der KMU in der VWL
- › Wirtschaftsordnungen
 - › Wirtschaftsordnungen und Gesellschaftsordnungen
 - › idealtypische Modelle der Zentralverwaltungswirtschaft und Marktwirtschaft
 - › realtypisches Modell der Sozialen Marktwirtschaft in der Bundesrepublik Deutschland
 - › Ziele der Wirtschaftspolitik
- › Theorie der Unternehmung
 - › Produktionstheorie
 - › Kostentheorie
 - › Gewinnmaximale Faktorkombination
- › Theorie des privaten Haushalts
 - › Konsumentenentscheidungen und Nutzenüberlegungen
 - › Haushaltsoptimum
 - › einzelwirtschaftliche Nachfragekurven
 - › Elastizitäten der Nachfrage
 - › Konsumfunktion
 - › Gesamtnachfragefunktion
- › Wettbewerbstheorie
 - › Übersicht über die Marktformen
 - › Monopol, Oligopol, Polypol
 - › Staatliche Einflüsse auf Marktformen
- › Kreislaufanalyse, Aufgaben der Volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung

»» Modulinformationen zum Studiengang Betriebswirtschaft

- » Kreislaufanalyse
- » Aufgaben der Volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung
- » Entstehungs-/Verwendungs- und Verteilungsrechnung, Ergänzungsrechnungen
- » Makroökonomische Modelle
 - » Klassische Theorien
 - » Keynesianische Theorie
 - » Multiplikator- und Akzeleratoranalyse
 - » IS-Kurve
 - » Geldtheorie
 - » Geldpolitik
 - » Gesamtwirtschaftliches Gleichgewicht
 - » Angebots- und nachfrageorientierte Wirtschaftspolitik
 - » Monetarismus

Voraussetzung für die Vergabe von Credit Points (CP):

Das Modul schließt mit einer Klausur ab.

(Die Prüfungsform kann unter Umständen abweichen.)

Modulinformationen zum Studiengang Betriebswirtschaft

Marketing & Vertrieb (Modul-ID: 0020)

Modulverantwortlicher Experte:

Prof. Dr. Patrick Lentz



ECTS: 12 | Student Workload: 300 | Bearbeitungsdauer: 2 Semester (8 Monate)

Qualifikationsziele

Nach Abschluss des Moduls...

- › kennen die Studierenden die grundlegenden Definitionen und Anwendungsfelder des Marketings,
- › können die Studierenden konkrete praxisorientierte Fragestellungen aus der Marketingperspektive lösen,
- › können die Studierenden das Marketing-Mix-Instrumentarium konkret anwenden,
- › beherrschen die Studierenden die grundlegenden Elemente der Marktforschung,
- › können die Studierenden eine Marketingstrategie entwickeln,
- › kennen die Studierenden die Zusammenhänge zwischen Kundenzufriedenheit und -bindung,
- › können die Studierenden die Kundenbeziehung in das unternehmerische Ziel- und Strategiesystem einordnen,
- › können die Studierenden Kundenbindungsstrategien entwickeln und kennen die Kundenbindungsinstrumente,
- › können die Studierenden konkrete Pläne und Maßnahmen zur Kundenbindung entwickeln.

Inhalte

- › Grundlagen
 - › Ursprung und Entwicklungsphasen des Marketings
 - › Grundlegende Begriffe und Definition des Marketings
- › Konzeption des Marketings
 - › Marketingziele
 - › Marketingstrategien
 - › Marketing-Mix
- › Die instrumentelle Perspektive des Marketings
 - › Produktpolitik
 - › Innovationsmanagement
 - › Management etablierter Produkte
 - › Markenmanagement
- › Preispolitik
 - › Theoretische Grundlagen der Preispolitik
 - › Ansatzpunkte zur Preisbestimmung
- › Kommunikationspolitik
 - › Budgetierung und Mediaplanung
 - › Einsatz der Kommunikationsinstrumente
 - › Gestaltung des Kommunikationsauftritts
- › Vertriebspolitik

Modulinformationen zum Studiengang Betriebswirtschaft

- ▶ Gestaltung des Vertriebssystems
- ▶ Gestaltung der Beziehungen zu Vertriebspartner
- ▶ Gestaltung der Verkaufsaktivitäten
- ▶ Grundlagen der Marktforschung
 - ▶ Prozess der Marktforschung
 - ▶ Datenerhebungsmethoden in der Marktforschung
 - ▶ Grundlegende Aspekte zur Messung und Skalierung
- ▶ Analyse der strategischen Ausgangssituation
 - ▶ Methoden der Makro-Analyse
 - ▶ Methoden der Mikro-Analyse
 - ▶ Methoden der Unternehmensanalyse
- ▶ Grundlagen des Kundenbeziehungsmanagements
 - ▶ Definitionen und Begriffe
 - ▶ Kundenzufriedenheit und Kundenbindung
 - ▶ Konfirmations-/Diskonfirmations-Paradigma
 - ▶ Unzufriedenheit von Kunden
 - ▶ Zusammenhang zwischen Zufriedenheit und Bindung
 - ▶ Phasen der Kundenbindung
 - ▶ Kundenbindung im Planungsprozess
 - ▶ Kundenbindung im Zielsystem des Unternehmens
 - ▶ Kundenbindung im Strategiesystem des Unternehmens
 - ▶ Instrumente des Kundenbindungsmanagements
 - ▶ Übersicht
 - ▶ Kundenclubs
 - ▶ Beschwerdemanagement
 - ▶ Produktbegleitende Dienstleistungen
 - ▶ Preis
 - ▶ Sonstige Instrumente

Voraussetzung für die Vergabe von Credit Points (CP):

Das Modul schließt mit einer Klausur ab.

(Die Prüfungsform kann unter Umständen abweichen.)

Modulinformationen zum Studiengang Betriebswirtschaft

Rechnungswesen & Controlling (Modul-ID: 0021)

Modulverantwortlicher Experte:
Prof. Dr. Christian von der Heyden



ECTS: 13 | Student Workload: 325 | Bearbeitungsdauer: 2 Trimester (8 Monate)

Qualifikationsziele

Nach Abschluss des Moduls...

- können die Studierenden grundlegende Buchungsarbeiten von der Eröffnungsbilanz über Buchung von Geschäftsvorfällen bis zur Schlussbilanz vornehmen,
- kennen die Studierenden die Unterschiede zwischen Buchhaltung und KLR sowie deren Ableitung aus der Buchhaltung,
- verstehen die Studierenden das Rechnungswesen als Kompass der Unternehmensentwicklung,
- beherrschen die Studierenden wichtige Möglichkeiten der Bilanzpolitik und deren Auswirkungen auf die Darstellung der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage der Unternehmen,
- kennen die Studierenden die wichtigsten Controllinginstrumente und deren Einsatz zur Unternehmenssteuerung.

Inhalte

- Buchführung
 - Aufgaben und Wesen der Buchhaltung
 - Methodik der doppelten Buchführung
 - Grundfälle finanzieller Wertbewegungen auf Bestands- und auf Erfolgskonten
- Kosten- und Leistungsrechnung
 - Kostenartenrechnung
 - Kostenstellenrechnung
 - Kostenträgerrechnung
- Kostenrechnungssysteme auf Basis von Voll- und Teilkosten
 - Istkostenrechnung
 - Normalkostenrechnung
 - Plankostenrechnung
- Jahresabschluss
 - Bilanzierungs- und Bewertungswahlrechte
 - Jahresabschlussanalyse
- Controlling
 - Grundlagen
 - Begriff
 - Einordnung
 - Bedeutung
 - Funktionen des Controllings
 - Planung

Modulinformationen zum Studiengang Betriebswirtschaft

- › Steuerung
- › Kontrolle
- › Instrumente des Controllings
 - › Ergebnisrechnung
 - › Budgetierung
 - › Kennzahlen
- › Arten des Controllings
 - › strategisches Controlling
 - › Investitionscontrolling
 - › Marketingcontrolling
 - › Vertriebscontrolling, etc.

Voraussetzung für die Vergabe von Credit Points (CP):

Das Modul schließt mit einer Klausur ab.
(Die Prüfungsform kann unter Umständen abweichen.)

Modulinformationen zum Studiengang Betriebswirtschaft

Beschaffung- & Produktionswirtschaft (Modul-ID: 0014)

Modulverantwortlicher Experte:

Prof. Dr. Thomas Salmen



ECTS: 6 | Student Workload: 150 | Bearbeitungsdauer: 1 Trimester (4 Monate)

Qualifikationsziele

Nach Abschluss des Moduls...

- kennen die Studierenden die Teilgebiete der Beschaffungswirtschaft und Produktionsplanung (Lagerhaltung, Losgrößenbestimmung, Reihenfolgeplanung, Maschinenbelegungsplanung),
- können die Studierenden Prozessketten bilden und optimieren,
- können die Studierenden Methoden und Modelle der Logistik und Produktionswirtschaft zur Lösung von Problemen anwenden,
- können die Studierenden die Integration der Teilgebiete zu einem System der betrieblichen Gesamtplanung nachvollziehen und aktiv vornehmen.

Inhalte

- Teilbereiche der Beschaffungswirtschaft
- Beschaffungsorganisation
- Beschaffungsprozesse
- Beschaffungssysteme
- Lieferantenauswahl und -bewertung
- Teilbereiche der Produktionsplanung
- Lagerhaltung und Losgröße
- Reihenfolgeplanung
- Materialwirtschaft
- Integrierte Ansätze der Produktionswirtschaft
- Produktionsplanung in der Praxis
- Hierarchische Produktionsplanung

Voraussetzung für die Vergabe von Credit Points (CP):

Das Modul schließt mit einer Klausur ab.

(Die Prüfungsform kann unter Umständen abweichen.)

Modulinformationen zum Studiengang Betriebswirtschaft

Internationale Wirtschaft (Modul-ID: 0018)

Modulverantwortlicher Experte:

David Pearson

ECTS: 6 | Student Workload: 150 | Bearbeitungsdauer: 1 Trimester (4 Monate)

Qualifikationsziele

Nach Abschluss des Moduls...

- › kennen die Studierenden die Gebiete des internationalen Rechts,
- › kennen die Studierenden die Spezifika und Spielregeln des internationalen Managements und Marketings,
- › kennen die Studierenden die Rahmenbedingungen der EU als „internationalem Binnenmarkt“,
- › können die Studierenden die Chancen und Risiken der Globalisierung für den deutschen Mittelstand abwägen und kennen relevante Internationalisierungsstrategien,
- › kennen und verstehen die Studierenden ausgewählte interkulturelle Problemstellungen in der Außenwirtschaft.

Inhalte

- › Einführung
 - › Grundbegriffe und Bedeutung
 - › Welthandel
 - › Handelspolitik
 - › Außenhandel und EU-Binnenmarkt
 - › Institutionen im Außenhandel
 - › Erscheinungsformen
 - › Grundformen
 - › Sonderformen
- › Rechtliche Rahmenbedingungen
 - › Außenwirtschaftsrecht
 - › Zollwesen
 - › Internationales Kaufvertragswesen
- › Transport im Außenhandel
 - › Allgemeines
 - › Spezielle Verkehre wie See, Luft, Binnenschifffahrt, Eisenbahn, Straße
 - › Gebrochene Güterverkehre
- › Wertpapiere und Dokumente im Außenhandel
 - › Arten und Funktionen
 - › Versandpapiere
 - › Versicherungspapiere
 - › Handels- und Zollpapiere

»» Modulinformationen zum Studiengang Betriebswirtschaft

- » Lagerhaltungspapiere
- » Außenhandelskalkulation
 - » Lieferbedingungen
 - » Schemata der Kalkulation
 - » Indizierung
- » Außenhandelsmarketing
 - » Auslandsmarktkalkulation und -strategie
 - » Vorbereitung von Auslandsgeschäften
- » Außenhandelsrisiken
 - » Risiko und Risikoarten
 - » Versicherungsarten im Außenhandel
- » Auslandszahlungsverkehr
 - » Internationale Zahlungsverkehrsabwicklung
 - » Zahlungsbedingungen
 - » Dokumenteninkasso und Dokumentenakkreditive
- » Ausgewählte Finanzierungsformen
 - » Kurz-, mittel- und langfristige Außenhandelsfinanzierung

Voraussetzung für die Vergabe von Credit Points (CP):

Das Modul schließt mit einer Klausur ab.

(Die Prüfungsform kann unter Umständen abweichen.)

Modulinformationen zum Studiengang Betriebswirtschaft

Finanzmanagement (Modul-ID: 0017)

Modulverantwortlicher Experte:

Prof. Dr. Gerald Wogatzki



ECTS: 5 | Student Workload: 125 | Bearbeitungsdauer: 2 Semester (8 Monate)

Qualifikationsziele

Nach Abschluss des Moduls...

- › kennen die Studierenden die Aufgaben des Finanzmanagements,
- › können die Studierenden die finanzwirtschaftlichen Entscheidungskriterien nennen und unterscheiden,
- › kennen die Studierenden die Finanzierungsproblematik des Mittelstandes und können Lösungsvorschläge diskutieren,
- › können die Studierenden Finanzierungsformen für den Mittelstand nach Kosten-, Risiko- und Steueraspekten unterscheiden und fallweise anwenden,
- › können die Studierenden den Ratingprozess beschreiben und Möglichkeiten zur Ratingverbesserung benennen.

Inhalte

- › Grundlagen des Finanzmanagements
 - › Begriff
 - › Aufgaben
 - › Finanzplanung
 - › Finanzkontrolle
 - › Finanzsteuerung
 - › Finanzwirtschaftliche Entscheidungskriterien
 - › Unabhängigkeit
 - › Liquidität
 - › Rentabilität
 - › Sicherheit
 - › Shareholder Value
 - › Finanzierungsmöglichkeiten im Überblick
 - › Kurz-, mittel- und langfristige Finanzierung
 - › Außen- und Innenfinanzierung
 - › Eigen-, Fremd- und Zwischenfinanzierung
- › Finanzierung mittelständischer Unternehmen: Empirische Befunde
 - › Eigenkapitalausstattung
 - › Finanzierungsstruktur
 - › Bevorzugte Finanzierungsinstrumente
 - › Die Verbesserung des Ratings
 - › Vorteile eines guten Ratings

»» Modulinformationen zum Studiengang Betriebswirtschaft

- » Ratingkriterien
- » Internes vs. externes Rating
- » Ratingprozess
- » Möglichkeiten der Ratingverbesserung
- » Finanzierungsmöglichkeiten für den Mittelstand
 - » Aufstellen von Finanz- und Kapitalplänen
 - » Nutzen neuer und alternativer Anlage- und Finanzierungsformen
 - » Aufnahme von Teilhabern
 - » Nutzen von Fördermitteln

Voraussetzung für die Vergabe von Credit Points (CP):

Das Modul schließt mit einer Klausur ab.

(Die Prüfungsform kann unter Umständen abweichen.)

Modulinformationen zum Studiengang Betriebswirtschaft

Recht (Modul-ID: 0023)

Modulverantwortlicher Experte:

Prof. Dr. Meike Probst-Klosterkamp



ECTS: 12 | Student Workload: 300 | Bearbeitungsdauer: 2 Semester (8 Monate)

Qualifikationsziele

Nach Abschluss des Moduls...

- beherrschen die Studierenden Grundkenntnisse der wirtschaftlich relevanten Teile des Bürgerlichen Rechts – Allgemeiner Teil/Schuldrecht/Sachenrecht,
- können die Studierenden diese Kenntnisse im allgemeinen Wirtschaftsleben anwenden,
- erwerben die Studierenden Kenntnisse der Grundstrukturen des Handelsrechts, Wettbewerbs- und Kartellrechts sowie Arbeitsrechts,
- werden die Studierenden in die Lage versetzt, diese Kenntnisse im Selbststudium für die Praxis zu vertiefen,
- können die Studierenden selbständig arbeitsrechtliche Fälle fachkundig bewerten.

Darüber hinaus

- können die Auswirkungen des deutschen Steuerrechts auf Personen- und Kapitalgesellschaften aufzeigen und beurteilen,
- können das System der direkten Besteuerung von Unternehmen darstellen,
- können das System der indirekten Besteuerung darstellen,
- können das Steuerverfahrensrecht darstellen,
- können die Zusammenhänge zwischen Steuerrecht und Wahl der Unternehmensrechtsform aufzeigen,
- kennen die Grundlagen der Steueroptimierung und können sie nachvollziehen.

Inhalte

- Wirtschaftsrecht
 - Grundlagen des Wirtschaftsrecht
 - Grundlagen des bürgerlichen Rechts
 - Grundbegriffe: Grundsatz der Vertragsfreiheit/Rechtsfähigkeit/Handlungsfähigkeit/Deliktsfähigkeit/Abstraktionsprinzip
 - Lehre vom Rechtsgeschäft: Begriff der Rechtsgeschäfte/Willenserklärung/Verträge/Vertretung/Bedingte und befristete Rechtsgeschäfte/Fristen, Termine und Verjährung/Allgemeine Geschäftsbedingungen, Exkurs: Juristische Methodik
 - Fehlerhafte Rechtsgeschäfte: Geschäftsunfähigkeit/Formmangel/Anfechtung/Sonstige Nichtigkeitsgründe
 - Schuldverhältnis/Leistungsstörungen/Beendigung von Schuldverhältnissen/Beteiligung Dritter am Vertrag, Exkurs: Elektronische Willenserklärung und e-Commerce

Modulinformationen zum Studiengang Betriebswirtschaft

- ▶ Vertragliche Schuldverhältnisse
 - ▶ Kaufvertrag
 - ▶ Sicherungsrechte und -geschäfte
 - ▶ Finanzierungs- und Kreditgeschäfte
 - ▶ Werk- und Werklieferungsvertrag
 - ▶ Dienstvertrag
 - ▶ Miet- und Pachtvertrag
 - ▶ Lizenzvertrag
- ▶ Gesetzliche Schuldverhältnisse
 - ▶ Ungerechtfertigte Bereicherung
 - ▶ Unerlaubte Handlungen
 - ▶ Geschäftsführung ohne Auftrag
- ▶ Grundbegriffe des Sachenrechts
 - ▶ Eigentum und Besitz
 - ▶ Eigentumserwerb an beweglichen Sachen
 - ▶ Eigentumsschutz
 - ▶ Eigentümer-Besitzer-Verhältnis
 - ▶ Eigentumserwerb an Grundstücken
- ▶ Grundzüge des Handelsrechts
 - ▶ Kaufmann, Vertretung des Kaufmanns, Hilfspersonen des Kaufmanns
 - ▶ Firma
 - ▶ Unternehmensformen (näher in Betriebswirtschaftslehre)
 - ▶ Handelsregister
 - ▶ Allgemeine Regeln für Handelsgeschäfte
 - ▶ Handelskauf und Handelsgeschäfte
- ▶ Grundzüge des Wettbewerbsrechts und gewerblicher Rechtsschutz
 - ▶ Unlauterer Wettbewerb
 - ▶ Kartellverbot und -kontrolle
 - ▶ Gewerbliche Schutzrechte und Urheberrechtsschutz
- ▶ Arbeitsrecht
 - ▶ Grundzüge des Arbeitsrechts
 - ▶ Verfassungsrechtliche Grundlagen
 - ▶ Begründung des Arbeitsverhältnisses
 - ▶ Inhalte des Arbeitsverhältnisses
 - ▶ Beendigung des Arbeitsverhältnisses
 - ▶ Urlaub-Krankheit-Entgeltfortzahlung
 - ▶ Berufsbildungsgesetz
 - ▶ Kollektives Arbeitsrecht
 - ▶ Individualrecht
- ▶ Steuerrecht
 - ▶ Grundlagen des Unternehmenssteuerrechts
 - ▶ Einkommensteuergesetz
 - ▶ Körperschaftsteuergesetz
 - ▶ Gewerbesteuergesetz
 - ▶ Umsatzsteuergesetz
 - ▶ Bilanzsteuerrecht als Instrument der steuerlichen Gewinnermittlung

Modulinformationen zum Studiengang Betriebswirtschaft

- › Besteuerungsverfahren
 - › Zuständigkeit, Mitwirkungspflichten, Ermittlung- und Festsetzungsverfahren
 - › Steuerbescheid, Einspruchs- und finanzgerichtliche Verfahren
 - › Betriebsprüfung
 - › Steuerfahndung
 - › Abgabenordnung
- › Betriebswirtschaftliche, speziell steuerliche Aspekte des Unternehmenssteuerrechts mit dem Ziel der „Rechtsformoptimierung“
 - › Rechtsformenwahl
 - › Personenunternehmen
 - › Kapitalgesellschaften
 - › Mischformen
 - › Betriebsaufspaltung
 - › Umwandlungsrecht
 - › Kapitalbeschaffung
- › Betriebswirtschaftliche Steuerlehre
 - › Unternehmenssteuerrecht unter betriebswirtschaftlichen Aspekten
 - › Steuern als Kosten
 - › Steuerbelastungsvergleiche von Personen- und Kapitalgesellschaften
 - › Steuerbelastungs-Rechnungen von Kapitalgesellschaften und Gesellschaftern/Aktionären
 - › Rechtsformoptimierungen durch Rechtsformwahl und differenzierter Steuerbelastung
 - › Organschaften und Konzerne
 - › Grundzüge des Umwandlungssteuergesetzes

Voraussetzung für die Vergabe von Credit Points (CP):

Das Modul schließt mit einer Klausur ab.

(Die Prüfungsform kann unter Umständen abweichen.)

Modulinformationen zum Studiengang Betriebswirtschaft

Unternehmensführung (Modul-ID: 0025)

Modulverantwortlicher Experte:

Prof. Dr. Ingo Ballschmieter



ECTS: 13 | Student Workload: 325 | Bearbeitungsdauer: 1 Trimester (4 Monate)

Qualifikationsziele

Nach Abschluss des Moduls...

- › kennen die Studierenden die unterschiedlichen Ansätze werte- und wertorientierter Unternehmensführung, verstehen den normativen Ansatz und können ihn auch bewerten,
- › erkennen die Studierenden, dass normative Entscheidungen nicht durch das Management getroffen werden, allerdings durch sie umgesetzt werden,
- › können die Studierenden Unternehmensethik im Kontext der Globalisierung der Wirtschaft betrachten,
- › kennen die Studierenden die drei logisch voneinander abgegrenzten Aufgabenfelder der Unternehmensführung, die normative, die strategische und die operative Ebene
- › können Studierende an Beispielen mit Kennziffern strategische und operative Prozesse umsetzen
- › kennen die Studierenden die Definitionen, die Entwicklung und die Konzepte der Nachhaltigkeit, sowie die wesentlichen rechtlichen Rahmenbedingungen und Nachhaltigkeitsstandards,
- › können die Studierenden Nachhaltigkeitsmanagement im Zusammenhang von Handlungsphilosophie und Unternehmensethik einordnen,

Inhalte

- › Management
 - › Management als Querschnittsfunktion im Unternehmen (im Hinblick auf die Bereiche Planning, Organizing, Staffing, Directing, Coordinating, Reporting und Budgeting)
 - › Bedeutung nachhaltiger Unternehmensführung und Erkenntnisse der Deutschen Corporate-Governance-Grundsätze
 - › Fallstudien zu ausgewählten Management-Themen:
 - › Beschreibung und Formulierung einer Vision, einer Mission, eines Leitbildes,
 - › Existenzielle Schlüsselereignisse im Lebenszyklus der Unternehmung
 - › Strategische Wettbewerbsanalyse und Formulierung einer Strategie,
 - › Entwurf einer strategiekonformen Aufbauorganisation nach dem Kriterium „structure follows strategy“,
 - › Definition von Kapitalbeschaffung und Finanzierungsmodelle
 - › Human-Ressource-Management als Antwort auf Stakeholder-Ansätze
- › Nachhaltigkeitsmanagement
 - › Nachhaltigkeit – Einführung

Modulinformationen zum Studiengang Betriebswirtschaft

- › Definitionen und Entwicklung
- › Konzepte der Nachhaltigkeit
- › Handlungsphilosophie und Ethik
- › Wirtschaftsethik /Unternehmensethik
- › Corporate Governance
- › Rahmenbedingungen nachhaltigen Wirtschaftens
- › Rechtliche Rahmenbedingungen
- › Nachhaltigkeitsstandards
- › Nachhaltigkeitsmanagement in den Unternehmensfunktionen
- › Nachhaltiges Supply Chain Management (Ökonomie)
- › Nachhaltige Personalführung und Diversity (Social)
- › Umwelt und Ressourcen (Ecologic) – Betriebliches Umweltmanagement
- › Strategien, Methoden und Instrumente im Nachhaltigkeitsmanagement
- › Nachhaltigkeitsberichterstattung

Voraussetzung für die Vergabe von Credit Points (CP):

Das Modul schließt mit einer Klausur ab.

(Die Prüfungsform kann unter Umständen abweichen.)

Modulinformationen zum Studiengang Betriebswirtschaft

Social Software (Modul-ID: 0024)

Modulverantwortlicher Experte:
Prof. Dr. Manfred Leisenberg



ECTS: 6 | Student Workload: 150 | Bearbeitungsdauer: 2 Trimester (8 Monate)

Qualifikationsziele

Nach Abschluss des Moduls...

- › verstehen die Studierenden die grundlegende Funktion von Kommunikationsprotokollen, die Architektur von Kommunikationsnetzen, die wichtigsten Verfahren der Programmierung und Grundlagen von relationalen Datenbanken,
- › kennen die Studierenden Prinzipien, Grundlagen und Konzepte der Social Software und der Social Media Optimization (SMO) und können diese erarbeiten,
- › können die Studierenden Funktion von technischen Social-Software-Systemen verstehen und praktisch beherrschen,
- › sind die Studierenden in der Lage, kommerzielle Anwendungen und Perspektiven von Social und Mobile Media für das Management zu erarbeiten,
- › können die Studierenden SMO-Regeln verstehen und bezüglich der strategischen und taktischen Umsetzung praktisch beherrschen,
- › sind die Studierenden in der Lage, die Herausforderungen neuer Kommunikationsmittel für Unternehmen zu benennen.

Inhalte

- › Social Software
 - › Einführung: Social Software & Kommunikationsnetze in Unternehmen
 - › Einordnung: Social Software in Wirtschaftsinformatik und Informationstechnologie (IT)
 - › Protokolle & Schichtenmodelle in der IT
 - › Architektur von Kommunikationsnetzen, einschließlich Cloud-Architekturen
 - › Ausgewählte Fragen zu Programmierung und relationalen Datenbanken
- › Die Social-Software-Werkzeuge
 - › Weblogs und Microblogs
 - › Wikis
 - › RSS- Feeds und Tagging
 - › Podcasts und Videocasts
 - › Soziale Netze
- › Social Software im Unternehmen
 - › Social Media Optimisation
 - › Social Media Monitoring und Social Network Analysis
 - › Social Media Marketing einschließlich Suchmaschinen-, Mobile- und Affiliate-Marketing
 - › Marktforschung und Wettbewerbsanalyse mit Social Software
 - › Digitales Reputationsmanagement
- › Auswirkungen des Einsatzes von Social Software auf die Unternehmenskultur

Voraussetzung für die Vergabe von Credit Points (CP):

Das Modul schließt mit einer Klausur ab.
(Die Prüfungsform kann unter Umständen abweichen.)

Modulinformationen zum Studiengang Betriebswirtschaft

Business English (Modul-ID: 0016)

Modulverantwortlicher Experte:

Matt Beadle, M.A.



ECTS: 10 | Student Workload: 250 | Bearbeitungsdauer: 2 Semester (8 Monate)

Qualifikationsziele

Nach Abschluss des Moduls...

- haben sich die Studierenden Fachwissen des Wirtschaftsenglisch erarbeitet,
- verfügen die Studierenden über Sprechkompetenz und Hörverständnis der englischen Sprache,
- sind die Studierenden in der Lage englisches Fachvokabular anzuwenden,
- können die Studierenden fachspezifische Texte lesen, verstehen und wieder geben
- kennen die Studierenden Aspekte der interkulturellen Gemeinsamkeiten und Unterschiede der Kulturen und Gewohnheiten,
- kennen die Studierenden aktuelle internationale Entwicklungen in Politik und Gesellschaft.

Inhalte

- Globalisation (small talk, business contacts, company/industry description)
 - Company Structure (describing organigrammes, heirachy, department names, job titles etc)
 - SME (makeup and structure of various legal company forms)
 - Money (personal and professional finance, basic banking terminology, profit/loss)
 - Describing trends (describing graphs, stock market language)
 - Meetings (required paperwork, meeting culture, meeting language)
 - International Trade (shipping terms, quotas and tariffs, protectionism, EU language, import/export language)
 - Marketing (market research, target groups, marketing techniques)
 - Advertising (The marketing mix, The 4 P's , AIDA – advert analysis)
 - Modern advertising (endorsement, product placement, viral advertising, the internet as an advertising tool)
 - Retailing (retail language, chains, franchising, single outlet retailers)
 - Takeovers and mergers (basic takeover language, diverse strategies, pros/cons)
 - Insurance (identifying various types of insurance – house, car, personal liability, term, endowment etc)
 - Supply Chain Management (logistics language, techniques)
 - Business Communication I (business letters – enquiry, offer, order, complaint)
 - Business Communication II (e-mails, reports, white papers)
 - Human Resources (relevant language, strategies, training, work-life balance)
 - Business Strategies (risk, speculation, morals, ethics)
 - Intercultural Studies (stereotypes, management styles, sales differences, cultural differences)
 - Customer Service (call centres, telephone techniques, related letters)
 - Negotiating (negotiating tactics, related language, collaborative negotiating)

Modulinformationen zum Studiengang Betriebswirtschaft

- › Debating Skills (expressing opinions, disagreeing, agreeing)
- › Business Communication III (taking part in meetings, chairing meetings)
- › Business Communication IV (Telephone training, calling, answering, taking messages, leaving messages, international telephone alphabet)
- › The future of Business (e-commerce, m-commerce, environmental factors, emerging nations)
- › Presentation Skills (preparation, use of media, related language, fielding questions, quoting sources, explaining graphics)
- › English Language Country Intercultural Awareness
 - › Political Systems
 - › Social Networks
 - › Modern History
 - › National Holidays
 - › Manners and Stereotypes
- › Grammar
 - › The present tenses (simple, continuous, perfect)
 - › The past tenses (simple, continuous, perfect)
 - › The future tenses (will, going to, present continuous)
 - › The passive voice
 - › Countables and uncountables
 - › Comparatives and Superlatives
 - › Modal verbs
 - › Word Order
 - › Conditional sentences

Voraussetzung für die Vergabe von Credit Points (CP):

Das Modul schließt mit einer Klausur ab.

(Die Prüfungsform kann unter Umständen abweichen.)

Modulinformationen zum Studiengang Betriebswirtschaft

Selbstmanagement & Selbstmarketing (Modul-ID: 0010)

Modulverantwortlicher Experte:

Prof. Dr. Walter Niemeier



ECTS: 5 | Student Workload: 125 | Bearbeitungsdauer: 1 Trimester (4 Monate)

Qualifikationsziele

Nach Abschluss des Moduls...

- › sind die Studierenden in der Lage, ihre Zeit effizient und effektiv zu planen und zu realisieren,
- › kennen die Studierenden typische Zeitfallen und wissen, wie sie ihnen entgegen kommen können,
- › kennen die Studierenden den eigenen Lernstil und können ihrem individuellen Lernstil gemäß geeignete Lernmethoden und Lernformen wählen,
- › kennen die Studierenden effiziente Arbeitsmethoden und Organisationsformen der Arbeit,
- › sind die Studierenden in der Lage, persönliche Bewerbungsunterlagen im Print- und Onlineformat zielgerichtet und erfolgsorientiert zu gestalten,
- › kennen die Studierenden den Ablauf eines erfolgsversprechenden Vorstellungsgesprächs und haben dieses simuliert,
- › haben die Studierenden ein eigenes Kompetenz- und Qualifikationsprofil erstellt.

Inhalte

- › Selbstorganisation und Lernmethodik
 - › Was heißt „effizient“ und „effektiv“ zu studieren?
 - › Das Pareto-Prinzip
 - › Die Nutzwertanalyse im eigenen Studium anwenden
 - › Prioritäten setzen
 - › Zeitfallen erkennen und meiden
 - › Ziele setzen, planen, realisieren, kontrollieren
 - › Sich selbst, den Arbeitsplatz und die Arbeitsmittel organisieren
 - › Den eigenen Lernstil kennen und ihn einsetzen
 - › Verhaltensorientierte Lernmethoden
- › Bewerbungsstrategien und Erstellung von Bewerbungsunterlagen
(im berufsbegleitenden Studium an die Bedürfnisse der Studierenden anzupassen)
 - › Fremd- und Selbstbildanalyse
 - › Bewerbungsstrategien
 - › Bewerbungsverfahren
 - › Erstellung einer kompletten Bewerbungsmappe (im Print- und Onlineformat)
 - › Chancen und Möglichkeiten auf dem Arbeitsmarkt

Voraussetzung für die Vergabe von Credit Points (CP):

Das Modul schließt mit einer Berufspraktischen Übung ab.

(Die Prüfungsform kann unter Umständen abweichen.)

Modulinformationen zum Studiengang Betriebswirtschaft

Management Soft Skills (Modul-ID: 0019)

Modulverantwortlicher Experte:

Prof. Dr. Roswitha Gembris



ECTS: 7 | Student Workload: 175 Stunden | Bearbeitungsdauer: 1 Trimester (4 Monate)

Qualifikationsziele

Nach Abschluss des Moduls ...

- › kennen die Studierenden Grundlagen der Kommunikation leistungsfähigen Teams,
- › kennen sie die Möglichkeiten und Grenzen des Einsatzes und der Arbeit von Teams,
- › sind die Studierenden in der Lage, ein Team effektiv zu organisieren,
- › kennen die Studierenden die Rollenanforderungen an Teamleiter und Teammitglieder,
- › verstehen Studierende die Dynamik von Gruppen und können Konflikte managen,
- › wissen die Studierenden um die Stellschrauben der Teamentwicklung,
- › beherrschen die Studierenden Präsentations- und Moderationstechniken,
- › können die Studierenden zielgruppenorientierte Botschaften argumentieren und kommunizieren,
- › sind die Studierenden in der Lage, Diskussionen in Gruppen und Teams zu Ergebnissen führen.

Des Weiteren

- › können die Studierenden die betriebliche Notwendigkeit von Projekten begründen,
- › kennen die Studierenden die formalen und inhaltlichen Unterschiede zwischen Projekten und organisatorischen Daueraufgaben,
- › kennen die Studierenden die Methoden, Techniken und Instrumente des Projektmanagements,
- › verstehen die Studierenden, warum es innerhalb von Projektgruppen und zwischen Projekten und anderen organisatorischen Einheiten zu Spannungen kommen kann,
- › können die Studierenden formal eine Projektaufgabenstellung ziel-, zeit- und kostenorientiert planen.

Inhalte

- › Teammanagement
 - › Die Bedeutung von Teams in der Wirtschaft – Chancen und Grenzen
 - › Synergiepotenziale von Gruppen durch systematische Teamentwicklung
 - › Rollenanforderungen an Teamleiter
 - › Methoden der Teamentwicklung
 - › Grundregeln menschlicher Kommunikation
 - › Kommunikationsmittel und Kommunikationskanäle
- › Moderationstechniken
 - › Präsentieren und visualisieren
 - › Kernbotschaften und Argumentationstechniken im Vortrag
 - › Selbstpräsentation
 - › Überraschungen während des Vortrags meistern, mit dem Publikum im Kontakt sein

Modulinformationen zum Studiengang Betriebswirtschaft

- › Medieneinsatz im Vortrag
- › Gruppendiskussionen zu Ergebnissen moderieren
- › Teamdiskussionen zu Entscheidungen moderieren
- › Projektmanagement im Überblick
 - › Einführung: Begriffs- und Kontextsondierung
 - › Projektmanagement-Methodik
 - › Projektplanung
 - › Projektidee, -ziel, -auftrag
 - › Projektstruktur und Arbeitspakete
 - › Projektorganisation
 - › Alternative Organisationsmodelle
 - › Projektteambildung
- › Projektablauf
 - › Ablaufplanung
 - › Zeitplanung (Instrumente, Techniken, Hilfsmittel)
 - › Projektbudget
 - › Ressourcenplanung
 - › Budget- und Kostenplanung (Instrumente, Techniken, Hilfsmittel)
 - › Projektcontrolling
 - › Controllingparameter
 - › Auswirkungen und Grenzen
 - › Risikomanagement
 - › Kommunikations- und Konfliktmanagement
 - › Arbeiten im Projektteam

Voraussetzung für die Vergabe von Credit Points (CP):

Das Modul schließt mit einer Mündlichen Prüfung ab.

(Die Prüfungsform kann unter Umständen abweichen.)

Modulinformationen zum Studiengang Betriebswirtschaft

Studium in der Praxis (SIP) II

ECTS: 30 | Student Workload: 750 Stunden | Bearbeitungsdauer: 2 Trimester (8 Monate)

Qualifikationsziele

Nach Abschluss des Moduls ...

- ▶ sind die Studierenden in der Lage, betriebliche Einzelaufgaben in übergeordnete sachliche und organisatorische Zusammenhänge einzuordnen,
- ▶ können die Studierenden ihre im Studium erworbenen fachlichen und überfachlichen Kenntnisse und Kompetenzen in Aufgabenstellungen der betrieblichen Praxis anwenden,
- ▶ haben die Studierenden eine kritische Vergleichsfähigkeit zwischen wissenschaftlichen Modellen und Arbeitsweisen und alltagsbetrieblichen Realitäten entwickelt,
- ▶ haben die Studierenden ein oder zwei eigene Projekte betreut und im Rahmen einer schriftlichen Arbeit dargestellt und reflektiert,
- ▶ sind die Studierenden in der Lage, ein Projekt mündlich unter Verwendung geeigneter Software zu präsentieren und dieses fachlich zu diskutieren.

Inhalte

▶ Das im Studium angeeignete Wissen wenden die Studierenden während ihrer Praxisphase in einem Projekt an. Dabei sollen sie konkrete Einblicke in praktische Betriebsabläufe, Führungsstrukturen und -prozesse erlangen. Die Studierenden sollen in ihrem Bestreben, selbstorganisiert zu lernen und zu arbeiten „vor Ort“ durch anspruchsvolle, über das Maß des bisher Gelernten hinausführende Aufgaben gefordert und unterstützt werden.

Berufsbegleitendes Studium: Das im Studium angeeignete Wissen wenden die Studierenden während ihrer Praxisphase in einem Projekt an. Dabei sollen praktische Betriebsabläufe, Führungsstrukturen und -prozesse theoretisch reflektiert werden. Die Studierenden sollen in ihrem Bestreben, selbstorganisiert zu lernen und zu arbeiten „vor Ort“ durch anspruchsvolle, über das Maß des bisher Gelernten hinausführende Aufgaben gefordert und unterstützt werden.

Voraussetzung für die Vergabe von Credit Points (CP):

Das Modul schließt mit einer Praxisbezogenen Projektarbeit ab.

(Die Prüfungsform kann unter Umständen abweichen.)

Modulinformationen zum Studiengang Betriebswirtschaft

Strategische Karriereplanung (Modul-ID: 0011)

Modulverantwortlicher Experte:

Prof. Dr. Walter Niemeier



ECTS: 5 | Student Workload: 125 | Bearbeitungsdauer: 1 Trimester (4 Monate)

Qualifikationsziele

Nach Abschluss des Moduls...

- › kennen die Studierenden das eigene Profil und können entsprechende Entwicklungsschritte der Profilentwicklung definieren,
- › sind die Studierenden in der Lage, Netzwerke aufzubauen und zu pflegen,
- › wissen die Studierenden, wie sie eine konsistente Selbst-Präsentation im Internet erstellen und pflegen,
- › können die Studierenden sich Karriereziele setzen und entsprechende Strategien entwickeln.

Inhalte

- › Entwicklung eines eigenen Stärkenprofils
- › Überprüfung des Entrepreneur- und Intrapreneurprofils
- › Definition und Planung von Maßnahmen, um das eigene Profil zu stärken
- › Entwicklung einer eigenen Marktstrategie und eines persönlichen Marketingplanes mit den Komponenten:
 - › Zielmarktdefinition
 - › Vertriebs- und Absatzwege
 - › Kommunikationsplan
- › Methoden der mittel- und langfristigen Karriereplanung

Voraussetzung für die Vergabe von Credit Points (CP):

Das Modul schließt mit einer Studienarbeit/Hausarbeit ab.

(Die Prüfungsform kann unter Umständen abweichen.)

Modulinformationen zum Studiengang Betriebswirtschaft

Wissenschaftliches Arbeiten (Modul-ID: 0013)

Modulverantwortlicher Experte:

Prof. Dr. Silke Springensguth



ECTS: 6 | Student Workload: 150 Stunden | Bearbeitungsdauer: 1 Trimester (4 Monate)

Qualifikationsziele

Nach Abschluss des Moduls ...

- › kennen die Studierenden lernfördernde Faktoren,
- › können Studierende Bibliotheken nutzen und Internetrecherchen durchführen,
- › kennen die Studierenden die allg. Merkmale und die Struktur wissenschaftlicher Arbeiten und beherrschen Regeln zum Zitieren und für Quellenangaben für wissenschaftliche Arbeiten,
- › können die Studierenden wirkungsvoll Textverarbeitungssysteme anwenden, insbesondere Formatvorlagen,
- › beherrschen die Studierenden Regeln zur graphischen Gestaltung von Präsentationsfolien,
- › sind die Studierenden in der Lage, anhand vorgegebener Problemstellung die zur Beantwortung notwendige empirische Vorgehensweise zu selektieren,
- › können sich die Studierenden anhand der Forschungsproblematik die adäquate Methode zur Datenauswertung auswählen, anwenden und die Ergebnisse interpretieren.

Inhalte

- › Einführung in das wissenschaftliche Arbeiten
 - › Effektives Lernen (Empfehlungen, lernfördernde Faktoren)
 - › Informationsrecherche (Einführung in die Bibliothek, Recherche im Internet)
 - › Aufbau einer wissenschaftlichen Arbeit
 - › Layout und typographische Gestaltung von Texten (wirkungsvoller Gebrauch des Textverarbeitungssystems MS Word, insbesondere Verwendung von Formatvorlagen)
 - › Erstellen eines wissenschaftlichen Texts
 - › Präsentationstechniken
 - › Gruppenarbeit, Durchführung von Sitzungen, Protokollführung
 - › Einführung in die Wissenschaftstheorie
- › Quantitative und qualitative Methoden im Vergleich
 - › Methodologische Prämissen und Prinzipien
 - › Anwendungsbereiche
 - › Forschungsdesigns
 - › Erhebungsmethoden: Einordnung und konzeptionelle Besonderheiten
 - › Befragung/Interview
 - › Beobachtung

Modulinformationen zum Studiengang Betriebswirtschaft

- › Inhaltsanalyse
- › Quantitative Methoden der Datenanalyse
 - › Kategoriale Datenanalyse (Kreuztabellenanalyse, Odds, Odds Ratio)
 - › Lineare Regressionsanalyse (bivariat und multivariat)
 - › Varianzanalysen
 - › Signifikanztests
 - › Gütekriterien quantitativer Methoden
- › Qualitative Methoden der Datenanalyse
 - › Qualitative Inhaltsanalyse
 - › Gütekriterien qualitativer Methoden

Voraussetzung für die Vergabe von Credit Points (CP):

Das Modul schließt mit einer Studienarbeit/Hausarbeit ab.
(Die Prüfungsform kann unter Umständen abweichen.)

Modulinformationen zum Studiengang Betriebswirtschaft

Unternehmensgründung (Modul-ID: 0026)

Modulverantwortlicher Experte:

Prof. Dr. habil. Dr. h. c. Richard Merk



ECTS: 6 | Student Workload: 150 Stunden | Bearbeitungsdauer: 2 Trimester (8 Monate)

Qualifikationsziele

Nach Abschluss des Moduls ...

- › haben die Studierenden den Entrepreneur als eine bedeutende Möglichkeit der persönlichen Selbstständigkeit erkannt,
- › können die Studierenden Geschäftsideen und Unternehmenskonzepte entwickeln,
- › sind die Studierenden in der Lage einen Businessplan zu erstellen,
- › verfügen die Studierenden über die unternehmerische Kompetenz, um ein „Start up“ aus der Hochschule heraus zu gründen.
- › haben die Studierenden den Entrepreneur als eine bedeutende Möglichkeit der persönlichen Selbstständigkeit erkannt,
- › können die Studierenden Geschäftsideen und Unternehmenskonzepte entwickeln,
- › sind die Studierenden in der Lage einen Businessplan zu erstellen,
- › verfügen die Studierenden über die unternehmerische Kompetenz, um ein „Start up“ aus der Hochschule heraus zu gründen.

Inhalte

- › Aufbau des Businessplans
 - › Executive Summary
 - › Idee und Produkt
 - › Personen und Team
 - › Kunden und Konkurrenz, Märkte und Marketing
 - › Organisation und Vertrieb
 - › Risiken und Gegenmaßnahmen
 - › Finanzplanung und Finanzierung
- › Erstellen eines Businessplans
 - › Zentrale Anforderungen an einen Businessplan
- › Vorgehen bei der Erstellung eines Businessplans

Voraussetzung für die Vergabe von Credit Points (CP):

Das Modul schließt mit einer Studienarbeit/Hausarbeit ab.
(Die Prüfungsform kann unter Umständen abweichen.)