

Modulhandbuch Bachelorstudiengänge | Module Handbook Bachelor Programs

ABBREVIATED VERSION

- ONLY FOR ERASMUS+ EXCHANGE STUDENTS -

- International Business Management B. A. (IBM)
- Digital Business Management B. A. (DBM)
- Business IT Consulting B. Sc. (ITC)
- International Sports Management B. A. (SPM)
- International Marketing Management B. A. (MAR)
- Marketing and Event Management B. A. (MEM)
- Business Communication Management B. A. (COM)
- International Business Management B. A. PT (IBM PT)

Copyright accadis Hochschule Bad Homburg

Der Inhalt aller Seiten dieses Dokuments ist urheberrechtlich geschützt und darf nicht verändert werden. Der Inhalt darf nur zur persönlichen Information verwendet werden. Ohne ausdrückliche, schriftliche Zustimmung des Verfassers ist jegliche weitergehende Verwendung, insbesondere Veröffentlichung, jede Form der gewerblichen Nutzung, sowie die Weitergabe an Dritte - auch in Teilen oder in überarbeiteter Form - untersagt. | The content of all pages of this document protected by copyright law and may not be altered. All contents are for personal information purposes only. Without the express written consent of the author, any further use, in particular publication, duplication, any form of commercial use, as well as the transfer to third parties - also in parts or in modified form - is prohibited.

Dozenten und Anzahl Präsenzstunden sind abhängig von Verfügbarkeit und Gruppengröße. Alle Angaben unter Vorbehalt von Änderungen | Lecturers and number of contact hours are dependent upon availability and size of student group. All data is subject to change

Bezüglich der Besonderheiten bzw. Abweichungen des Teilzeitprogramms – vor allem was die Anzahl der Präsenzstunden und zusätzliche Online-Äquivalente betrifft – sei auf das *Vorlesungsverzeichnis (Part-Time; PT)* des Teilzeitstudiums sowie auf das Dokument *„Studium neben dem Beruf – berufsbegleitendes Studium im Rahmen von Blended Learning: Leitlinien für Studierende und Dozenten“* verwiesen.

Inhalt | Content

1 BASISMODULE CORE MODULES	4
MAN 101 INTERNATIONAL MANAGEMENT I	5
MAN 201 INTERNATIONAL MANAGEMENT II	6
FIN 101 BUSINESS PLANNING	7
FIN 102 RECHNUNGSWESEN	8
FIN 103 FINANZWIRTSCHAFT	9
MAR 101 INTERNATIONALES MARKETING	10
EAL 101 WIRTSCHAFTSRECHT	11
EAL 102 ECONOMICS	12
2 SPEZIALISIERUNGSMODULE SPECIALIZATION MODULES	13
FIN 201 PRODUKTIONSMANAGEMENT	14
FIN 202 INTERNATIONALES RECHNUNGSWESEN	15
FIN 203 PROZESSMANAGEMENT	16
FIN 204 KAPITALMARKTORIENTIERTE UNTERNEHMENSFÜHRUNG	17
DIG 201 DIGITALE STRATEGIEN UND GESCHÄFTSMODELLE	18
DIG 202 GLOBAL DIGITAL TRANSFORMATION AND SOCIETY	20
DIG 203 CYBERSECURITY UND COMPLIANCE	21
DIG 204 EINFÜHRUNG IN DIE INFORMATIK	22
DIG 205 AGILE SOFTWAREENTWICKLUNG	23
DIG 206 BASICS OF PROGRAMMING LANGUAGES AND CODING WITH PYTHON	24
SPM 202 EINFÜHRUNG IN DIE SPORTÖKONOMIE	25
SPM 203 SPORTMARKETING	26
SPM 204 SPORT UND FINANZEN	27
SPM 205 SPORTVEREINS- UND PERSONALMANAGEMENT	28
MAR 201 INTERNET AND SOCIAL MEDIA MARKETING	29
MAR 202 KOMMUNIKATIONSPOLITIK UND WERBUNG	30
MAR 203 MARKTFORSCHUNG, BIG DATA UND STATISTIK	31
MAR 204 EVENTMANAGEMENT I	32
MAR 205 EVENTMANAGEMENT II	33
CIM 202 MEDIENWISSENSCHAFT	34
COM 201 PRESSEARBEIT UND JOURNALISTISCHE PRAXIS	35
COM 203 INTERNE UNTERNEHMENSKOMMUNIKATION	36
COM 204 EXTERNE UNTERNEHMENSKOMMUNIKATION	37

<u>3 MÖGLICHE ZUSÄTZLICHE WAHLMODULE POTENTIAL ADDITIONAL ELECTIVES</u>		<u>38</u>
FIN 205	CONTROLLING	39
FIN 206	MERGERS AND ACQUISITIONS	40
FIN 207	ENTREPRENEURSHIP	41
FIN 208	ANWENDUNGSORIENTIERTE MATHEMATIK	42
EAL 201	MACROECONOMICS	43
SPM 206	SPORTHANDEL	44
SPM 208	SPORT UND GESUNDHEIT	45
SPM 209	SPORTRECHT UND COMPLIANCE	46
MAN 202	CHANGE MANAGEMENT	47
MAR 206	VERTRIEBSMANAGEMENT	48
<u>3 LEADERSHIP AND FUTURE SKILLS</u>		<u>49</u>
FUS 101	FUTURE SKILLS I	50
FUS 201	FUTURE SKILLS II	51
FUS 202	FUTURE SKILLS III	52
LEA 303	LEADERSHIP SKILLS IV	53
<u>4 PROJEKTE, AUSLANDSSTUDIUM, ÄQUIVALENZSTUDIUM, THESIS PROJECTS, SEMESTER ABROAD, INTERNATIONAL TRIMESTER, THESIS</u>		<u>54</u>
MAN 309	BEHAVIORAL ECONOMICS	55
FIN 303	INVESTING AND TRADING	56
MAR 303	THE POWER OF SOCIAL TECHNOLOGY	57
MAN 307	ORGANIZATION DEVELOPMENT	58
MAN 309	BEHAVIOURAL ECONOMICS (EAL 306)	60
MAR 304	CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY	61
PRO 303	INTERNATIONAL RESEARCH PROJECT	62
PRO 305	STARTUP-BUSINESS SIMULATION	63
EAL 305	INTERNATIONAL MACROECONOMICS AND ECONOMIC POLICY	64
PRO 101	BETREUTE PRAXISARBEIT I	65
PRO 201	BETREUTE PRAXISARBEIT II	66
PRO 202	CONSULTING-PROJEKT	67
PRO 301	PROJEKTSTUDIUM	68
PRO 302	BACHELOR THESIS	70
PRO 509	CONSULTING AND RESEARCH PROJECT	71
<u>5 FREMDSPRACHEN FOREIGN LANGUAGES</u>		<u>72</u>

1 Basismodule | Core Modules

MAN 101 International Management I

ECTS-Credits: 5

Language of instruction: English

Learning Objectives/Outcome

Students are familiar with a broad range of issues facing today's managers. Students understand the main management models/concepts and their historical development, they can define and detail the four management tasks and basic strategy frameworks. In addition to that students are able to apply organizational structures to situation and context of companies. They can interpret individual and group behavior and know the basic tools of HR management.

Content

- Management History and Concepts
- Ethics and Social Responsibility in Management
- Management tasks: Planning, Leading, Organizing, Controlling
- Basic strategy frameworks
- Foreign Market Entry
- Organization: Structures, Concepts, Theories, Corporate Cultures

Prerequisites -

Methodology Lectures, indep. study based on literature and exercises, small-group work, case studies

Reading List and Other Learning Resources

Current recommended reading will be provided in advance of the module.

MAN 201 International Management II

ECTS-Credits: 5

Language of instruction: English

Learning Objectives/Outcome

The students have a deep understanding of the essence of strategy. They can transfer that knowledge to business cases and apply relevant strategy frameworks. Additionally, they can design and implement structures and processes to foster innovation and a respective culture. Beyond that students understand the characteristics of E-business and can interpret that business segment in relation to strategy and innovation topics. Finally, students understand the challenges of working with colleagues from different cultural backgrounds – focusing on cultural differences between European cultures and major trading partners, such as the USA and various Asian countries.

Content

- The Essence of Strategy
- Innovation Strategy and Types of Innovation
- Digital Business
- Cross Cultural Behavior

Prerequisites International Management I

Methodology Lectures, indep. study based on literature and exercises, small-group work, case studies

Reading List and Other Learning Resources

Current recommended reading will be provided in advance of the module.

FIN 101 Business Planning

ECTS-Credits: 5

Language of instruction: German

Lernziel

Die Studierenden besitzen einen ersten Einblick in die unterschiedlichen funktionalen Bereiche eines Unternehmens. Sie berücksichtigen die Interdependenzen zwischen diesen Bereichen und sind so in der Lage, im Rahmen einer beispielhaften Unternehmensneugründung zu betriebswirtschaftlich optimalen Entscheidungen zu gelangen. Sie können wesentliche Elemente eines Business Plans erstellen. Darüber hinaus können sie grundlegende Funktionen von Microsoft Office, insbesondere Excel, sicher und zielführend bedienen.

Inhalt

- Business Plan und Business Planning mit Blick auf:
 - Geschäftsmodell und Zielsystem
 - Marktanalyse und Marketing
 - Gestaltung der Wertschöpfung
 - Rechnungswesen
 - Investition und Finanzierung

Voraussetzung(en) -

Lehrmittel/Methode Vorlesung, Selbststudium anhand von Literatur und Übungen, Kleingruppenarbeit, Fallbeispiele

Weiterführende Literatur

Aktuelle Literaturempfehlungen erhalten Sie vor Beginn der Vorlesungen in diesem Modul.

FIN 102 Rechnungswesen

ECTS-Credits: 5

Language of instruction: German

Lernziel/Outcome

Die Studierenden verstehen die Grundlagen des internen und externen Rechnungswesens. Sie können betriebliche Fragestellungen auf Basis der Kostenrechnung lösen, insbesondere durch Verständnis der Voll- und Teilkosten als Ist- und Plan-kostenrechnung. Darüber hinaus sind die Studierenden in der Lage, einen Jahresabschluss auf Basis des HGB zu lesen und zu interpretieren. Sie kennen die Grundlagen des Controlling.

Inhalt

- Grundlagen der Finanzbuchhaltung
- Grundlagen der Kosten- und Leistungsrechnung
- Mathematische Grundlagen
- Vollkostenrechnung (VKR) und Teilkostenrechnung (TKR)
- Systeme einfacher Plankostenrechnung
- Grundlagen der Bilanzierung
- Gewinn- und Verlustrechnung (GVR)
- Bilanzierung im Einzelabschluss

Voraussetzung(en) -

Lehrmittel/Methode Vorlesung, Selbststudium anhand von Literatur und Übungen, Kleingruppenarbeit, Fallbeispiele

Weiterführende Literatur

Aktuelle Literaturempfehlungen erhalten Sie vor Beginn der Vorlesungen in diesem Modul.

FIN 103 Finanzwirtschaft

ECTS-Credits: 5

Language of instruction: German

Lernziel/Outcome

Die Studierenden kennen und nutzen geeignete Instrumente, um Investitions- und Finanzierungsentscheidungen fundiert treffen zu können. Als Basis dazu verstehen sie die grundlegenden Konzepte der Zielgröße des Shareholder Value.

Inhalt

- Grundlagen und Shareholder Value-Ansatz
- Investitionsentscheidungen bei Sicherheit und Unsicherheit
- Bestimmung des risikoadäquaten Kalkulationszinssatzes mittels des CAPM
- Finanzplanung
- Finanzierungsformen
- Finanzierungspolitik

Voraussetzung(en) Rechnungswesen I

Lehrmittel/Methode Vorlesung, Selbststudium anhand von Literatur und Übungen, Kleingruppenarbeit, Fallbeispiele

Weiterführende Literatur

Aktuelle Literaturempfehlungen erhalten Sie vor Beginn der Vorlesungen in diesem Modul.

MAR 101 Internationales Marketing

ECTS-Credits: 5

Language of instruction: German

Lernziel/Outcome

Die Studierenden sind mit der Konzeption des Marketings als einer marktorientierten Unternehmensführung vertraut. Sie können nationale und globale Marketingprobleme erkennen, analysieren und lösen und sind in die Lage, die Instrumente des Marketing-Mix zur Erlangung der unternehmerischen Ziele einzusetzen. Darüber hinaus beherrschen sie Basiskompetenzen des Marketing wie das Design von Umfragen und Fragebögen sowie die Berechnung von optimalen Preispunkten.

Inhalt

- Grundlagen: Wettbewerb, Unternehmertum und Marketing, Konsumentenverhalten
- Marketingstrategie, Positionierung und Segmentierung
- Globalisierte Märkte
- Produkt- und Qualitätsmanagement
- Preismanagement
- Vertriebsmanagement
- Kommunikationsmanagement
- Dienstleistungsmarketing (von 4P zu 7P zu 3E)
- Marktforschungsgrundlagen

Voraussetzung(en) -

Lehrmittel/Methode Vorlesung, Selbststudium anhand von Literatur und Übungen, Kleingruppenarbeit, Fallbeispiele

Weiterführende Literatur

Aktuelle Literaturempfehlungen erhalten Sie vor Beginn der Vorlesungen in diesem Modul.

EAL 101 Wirtschaftsrecht

ECTS-Credits: 5

Language of instruction: German

Lernziel/Outcome

Die Studierenden besitzen einen Überblick, welche Rechtsbereiche im Rahmen der Betriebswirtschaft von besonderer Bedeutung sind. Sie kennen wesentliche Bestimmungen des Privat-, Handels-, Arbeits-, und Wettbewerbsrechts sowie des gewerblichen Rechtsschutzes und können für Standardfälle eine fundierte Einschätzung abgeben. Dadurch sind sie in der Lage, Beratungsbedarf zu erkennen und mit Juristen in einen qualifizierten Dialog zu treten. Darüber hinaus kennen die Studierenden die Grundlagen der Steuerlehre und die Steuerarten, die aus Unternehmenssicht eine Abgabepflicht auslösen. Sie können aus konkreten ökonomischen Sachverhalten die steuerlichen Konsequenzen ableiten und quantifizieren.

Inhalt

- Grundlagen des Privatrechts
- Grundlagen des Handelsrechts
- Grundlagen des Individualarbeitsrechts
- Grundlagen des Wettbewerbsrechts
- Schutz von geschäftlichen Bezeichnungen, Marken, Werktiteln und Geschäftsgeheimnissen
- Grundlagen des Steuerrechts:

Lehrmittel/Methode Vorlesung, Selbststudium anhand von Literatur und Übungen, Kleingruppenarbeit, Fallbeispiele

Voraussetzungen -

Weiterführende Literatur

Aktuelle Literaturempfehlungen erhalten Sie vor Beginn der Vorlesungen in diesem Modul.

EAL 102 Economics

ECTS-Credits: 5

Lang. of instruction: English (tutorial in German)

Learning Objectives/Outcome

The students acknowledge economic interdependence. On the one hand that acknowledgement is based on their understanding of the principal microeconomic concepts, theories and frameworks. Students realize how management decisions are made within an environment characterized by different market forms. On the other hand students understand the economic measurement tools and are able to knowledgeably evaluate those questions focal to an economy (i.e. production, growth and employment) and how these are impacted by economic policy at a national, European and global level.

Content

- Foundations of the Market Mechanism
- Market versus State?
- Market, Competition, and Market Power
- Competition, Economic Growth, and Business Fluctuations

Prerequisites -

Methodology Lectures, indep. study based on literature and exercises, small-group work, case studies

Reading List and Other Learning Resources

Current recommended reading will be provided in advance of the module.

2 Spezialisierungsmodule | Specialization Modules

FIN 201 Produktionsmanagement

ECTS-Credits: 5

Language of instruction: German

Lernziel/Outcome

Der Studierende ist mit dem güterwirtschaftlichen Prozess in Industrie- und Handelsunternehmen sowie den Grundlagen der Logistik und Materialwirtschaft vertraut. Aufgrund seiner Kenntnis von Produktions- und Kostenfunktionen kann der Studierende angemessene Produktionsentscheidungen treffen: Er kann die Produktionsplanung durchführen sowie die dazugehörige Materialwirtschaft und Logistik organisieren.

Inhalt

- Prozesse in güterflussorientierten Bereichen (Industrie, Handel und Logistikdienstleister), Planung, Steuerung und Kontrolle
- Grundlagen der Materialwirtschaft als Querschnittsfunktion
- Produktion
- Beschaffung
- Grundlagen der Distribution und Entsorgung
- Grundlagen der Logistik als Querschnittsfunktion
- Produktions- und Kostentheorie

Voraussetzung(en) -

Lehrmittel/Methode Vorlesung, Selbststudium anhand von Literatur und Übungen, Kleingruppenarbeit, Fallbeispiele

Weiterführende Literatur

Aktuelle Literaturempfehlungen erhalten Sie vor Beginn der Vorlesungen in diesem Modul.

FIN 202 Internationales Rechnungswesen

ECTS- Credits: 5

Language of instruction: German

Lernziel/Outcome

Die Studierenden verstehen die Unterschiede zwischen der HGB-Bilanzierung und der Internationalen Bilanzierung nach IAS/IFRS. Sie kennen die unterschiedliche Zielsetzung vor dem Hintergrund differenzierender Kulturkreise und Rechtssysteme sowie die Geschäftsvorgänge eines Unternehmens in einem IAS Jahresabschluss und verstehen die Grundlagen der Konzernbilanzierung. So können sie selbstständig einen Konzernabschluss aus Einzelabschlüssen ableiten.

Inhalt

- Einführung in das Internationale
- Grundlagen der International Financial Reporting Standards
- Grundlagen der Erstellung konsolidierter Jahresabschlüsse
- Vollkonsolidierung
- Schuldenkonsolidierung
- Quotenkonsolidierung
- Equity-Methode

Voraussetzung(en) Rechnungswesen

Lehrmittel/Methode Vorlesung, Selbststudium anhand von Literatur und Übungen, Kleingruppenarbeit, Fallbeispiele

Weiterführende Literatur

Aktuelle Literaturempfehlungen erhalten Sie vor Beginn der Vorlesungen in diesem Modul.

FIN 203 Prozessmanagement

ECTS-Credits: 5

Language of instruction: German

Lernziel/Outcome

Die Studierenden verstehen den Begriff 'Prozess'. Sie wissen, wie Prozesse geplant, an Unternehmensstrategie und -organisation angepasst, neu gestaltet oder optimiert werden können. Sie unterscheiden dabei verschiedene Ebenen, Phasen und Methoden der Prozessmodellierung und können diese in einem Workflow-Managementsystem abbilden. Sie wissen, welche Informationssysteme für ein effizientes Prozessmanagement zur Verfügung stehen und können diese situationsbedingt auswählen.

Inhalt

- Von der Funktions- zur Prozessorientierung
- Prozessmanagement: Konzeption, Rollen und Beteiligte, organisatorische Einbindung
- Phasen des Prozessmanagements
- Geschäftsprozess, Workflow und Workflow-Management
- Ebenen, Phasen und Methoden der Prozessmodellierung
- Arten von Informationssystemen und ihre Anwendungsbereiche in Unternehmen
- IT-Systeme zur Unterstützung der Prozesse
- Auswahl von Informationssystemen

Voraussetzung(en) -

Lehrmittel/Methode Vorlesung, Selbststudium anhand von Literatur und Übungen, Kleingruppenarbeit, Fallbeispiele

Weiterführende Literatur

Aktuelle Literaturempfehlungen erhalten Sie vor Beginn der Vorlesungen in diesem Modul.

FIN 204 Kapitalmarktorientierte Unternehmensführung

ECTS-Credits: 5

Language of instruction: German

Lernziel/Outcome

Die Studierenden kennen die wesentlichen Anforderungen kapitalmarktorientierter Unternehmensführung. Dazu besitzen sie einen Überblick über den heute in der Wirtschaft zentral diskutierten Themenbereich der Corporate Governance und über deren Konsequenzen für die Unternehmensführung. Darüber hinaus können die Studierenden die Methoden der Unternehmensbewertung, schwerpunktmäßig nach dem Gesamtbewertungsverfahren, anwenden. Sie sind in der Lage, selbstständig die Bewertung von Unternehmen bzw. Unternehmensteilen vorzunehmen und wissen, unter welchen Bedingungen die einzelnen Verfahren zu einem identischen Unternehmenswert gelangen, wobei sie die Konsequenzen der Einbeziehung von Steuern auf der Unternehmens- und Gesellschafterebene berücksichtigen können.

Inhalt

- Ökonomische Grundlagen der Corporate Governance
- Deutscher Corporate Governance Kodex und Praxis der Corporate Governance in Deutschland
- Einführung in die Unternehmensbewertung
- Gesamtbewertungsverfahren
- Economic Value Added (EVA)-Konzept
- Multiplikatorverfahren

Voraussetzung(en) Finanzwirtschaft

Lehrmittel/Methode Vorlesung, Selbststudium anhand von Literatur und Übungen, Kleingruppenarbeit, Fallbeispiele

Weiterführende Literatur

Aktuelle Literaturempfehlungen erhalten Sie vor Beginn der Vorlesungen in diesem Modul.

SUS 101 Sustainability Management

ECTS-Credits: 5

Language of instruction: German

Lernziel/Outcome

Die Studierenden kennen die drei Säulen der Nachhaltigkeit und können diese auf verschiedene Problemstellungen übertragen. Sie verstehen Nachhaltigkeitskonzepte und erfassen die Bedeutung dieser als wichtigste Entwicklung der Wertschöpfung in Unternehmen. Die Studierende sind mit den existierenden Nachhaltigkeitsbewertungen sowie Innovationen im Bereich Nachhaltigkeit vertraut und können deren Anwendungsgebiete erläutern.

Inhalt

- 3-Säulen Modell der Nachhaltigkeit
- Sustainable Development Goals der Vereinten Nationen
- Nachhaltige Wertschöpfungskette
- Logistik: Grundlagen der Logistik als Querschnittsfunktion unter Berücksichtigung von nachhaltigem Wirtschaften
- Materialwirtschaft: Grundlagen der Materialwirtschaft als Querschnittsfunktion unter Berücksichtigung von nachhaltigen Umgang mit Ressourcen
- Beschaffung
- Grundlagen der Distribution und Entsorgung

Voraussetzung(en) -

Lehrmittel/Methode Vorlesung, Selbststudium anhand von Literatur und Übungen, Kleingruppenarbeit, Fallbeispiele

Weiterführende Literatur

tbd

DIG 201 Digitale Strategien und Geschäftsmodelle

ECTS-Credits: 5

Language of instruction: German

Lernziel/Outcome

Die Studierenden kennen die Besonderheiten digitaler Geschäftsmodelle und können Frameworks und Konzepte zu deren Analyse anwenden. Darüber hinaus sind sich die Studierenden auch der unverändert gültigen ökonomischen Grundlagen bewusst und können daher sicher in der Gemengelage von attraktiven Geschäftsideen und zweifelhaftem Hype agieren. Des Weiteren sind sich die Studierenden bewusst, welche Herausforderungen bei der Umsetzung digitaler Strategien in einem traditionellen Unternehmensumfeld zu erwarten sind.

Inhalt

- Historische Einordnung technologischer Entwicklungen
- Charakteristika digitaler Geschäftsmodelle
- Frameworks und Konzepte zur Systematisierung digitaler Geschäftsmodelle und Strategien
- Digitale Vorreiter und Schwergewichte
- B2B Anwendungen/Entwicklungen im digitalen Zeitalter
- Auswirkung der Digitalisierung auf die Unternehmenssteuerung
- Herausforderung bei der Implementierung digitaler Strategien

Voraussetzung(en) Business Planning, International Management I

Lehrmittel/Methode Vorlesung, Selbststudium anhand von Literatur und Übungen, Kleingruppenarbeit, Fallbeispiele

Weiterführende Literatur

Aktuelle Literaturempfehlungen erhalten Sie vor Beginn der Vorlesungen in diesem Modul.

DIG 202 Global Digital Transformation and Society

ECTS-Credits: 5

Language of instruction: German

Learning Objectives/Outcome

Students are aware of the multiple dimensions, in which the increasing digitalization impacts economy and society. On the one hand, students understand the consequences for the global and national economy – including power and dominance (e.g. digital MNCs vs. the nation state) and the so-called digital divide. On the other hand, students are aware of the various digital challenges potentially affecting the psychological and physical well-being of the individual and its position in the society. Students are therefore able to critically analyze digital developments and carry out a holistic cost-benefit assessment that is aware of and considers social implications.

Content

- The six stages of digital transformation
- Digitalization and the global economy
- Impact of data and communication in the digital age on the individual and the society
- Further current trend topics and challenges of digitalization and society

Prerequisites Internationales Management I, Economics

Methodology Lectures, indep. study based on literature and exercises, small-group work, case studies

Reading List and Other Learning Resources

Current recommended reading will be provided in advance of the module.

DIG 203 Cybersecurity und Compliance

ECTS-Credits: 5

Language of instruction: German

Lernziel/Outcome

Die Studierenden sind mit den grundlegenden Herausforderungen von IT-Sicherheit und daraus resultierender Anforderungen an IT-Governance und Compliance vertraut. Sie können daher kritische Situationen im Bereich technischer Risiken, externer Angriffe und Verbraucherschutz erkennen und die entsprechenden Maßnahmen einleiten. Darüber hinaus können sie Governancestrukturen, Datenverarbeitungsprozesse und Risikomanagement implementieren, um kritische Situationen – soweit möglich – zu vermeiden bzw. Risiken zu verringern.

Inhalt

- Grundlagen von IT-Architektur, Netzwerkstrukturen, Rechnern und Datenträgern in einer digitalisierten Welt
- Grundlagen der Computersicherheit
- Zusammenspiel von Corporate Governance und IT-Governance
- Datensicherheit und technische Risiken
- Datensicherheit und externe Angriffe
- Datensicherheit und Verbraucherschutz
- Compliance im Umfeld der Erhebung, Speicherung und Verwendung von Daten

Voraussetzung(en) -

Lehrmittel/Methode Vorlesung, Selbststudium anhand von Literatur und Übungen, Kleingruppenarbeit, Fallbeispiele

Weiterführende Literatur

Aktuelle Literaturempfehlungen erhalten Sie vor Beginn der Vorlesungen in diesem Modul.

DIG 204 Einführung in die Informatik

ECTS-Credits: 5

Language of instruction: German

Lernziel/Outcome

Die Studierenden kennen die klassischen Teilbereiche der Praktischen, Technischen, Thoretischen sowie der Angewandten Informatik. Sie wissen, wie Informationen dargestellt und interpretiert werden. Die Studierenden verstehen die grundlegenden Algorithmen und Datenstrukturen der Informatik sowie die verschiedenen Betriebssysteme und Rechnernetze. Darüberhinaus ist den Studierenden die Architektur eines Computers bekannt.

Inhalt

- Historie und Begriffsbestimmung, Differenzierung der Teilbereiche nach klassischer Art
- Darstellung, Speicherung und Interpretation von Informationen
- Programme und ihre Anwendungsbereiche
- Technische Kommunikation
- Grammatiken und Chomsky-Hierarchie
- Datenstrukturen und Algorithmen
- Betriebssysteme: Überblick, Unterschiede und Entwicklung
- Rechnernetze und Protokolle
- Computerarchitektur
- Berechenbarkeitstheorie, Komplexitätstheorie

Voraussetzung(en) -

Lehrmittel/Methode Vorlesung, Selbststudium anhand von Literatur und Übungen, Kleingruppenarbeit, Fallbeispiele

Weiterführende Literatur

Aktuelle Literaturempfehlungen erhalten Sie vor Beginn der Vorlesungen in diesem Modul.

DIG 205 Agile Softwareentwicklung

ECTS-Credits: 5

Language of instruction: German

Lernziel/Outcome

Die Studierenden kennen die einzelnen Phasen des Softwareentwicklungs-Prozesses sowie die Anforderungen und Herausforderungen, die mit der Entwicklung von Software verbunden sind. Sie verstehen den Unterschied zwischen traditionellen Vorgehensmodellen und den agilen Ansätzen. Sie wissen was Agilität bedeutet, worin Stärken und Schwächen davon liegen und welche verschiedenen Modelle es gibt. Insbesondere sind die Studierenden fähig Scrum in Projekten anzuwenden, da sie mit dem Konzept, der Rollenverteilung und den Kommunikationsgrundlagen vertraut sind. Auch Alternativen zu Scrum wie zum Beispiel Kanban sind ihnen bekannt.

Inhalt

- Softwareentwicklungs-Prozess – Ablauf, Phasen, Herausforderungen und Anforderungen
- Klassische Vorgehensmodelle der Softwareentwicklung (Wasserfallmodell, V-Modell, Spiralmodell, Rational Unified Process)
- Agilität – Begriffsbestimmung und Grundlagen, Ziele, Vor- und Nachteile und Abgrenzung zu klassischen Vorgehensmodellen
- Agile Manifesto
- Agile Softwareentwicklung mit Scrum und Kanban

Voraussetzung(en) -

Lehrmittel/Methode Vorlesung, Selbststudium anhand von Literatur und Übungen, Kleingruppenarbeit, Fallbeispiele

Weiterführende Literatur

Aktuelle Literaturempfehlungen erhalten Sie vor Beginn der Vorlesungen in diesem Modul.

DIG 206 Basics of Programming Languages and Coding with Python

ECTS-Credits: 5

Language of instruction: English

Learning Objective/Outcome

The students have a good overview about the different programming languages and understand how programming languages are related to each other. The students have a basic insight into the structure and functionality of the programming language Python. They can design, program, test and use simple programs themselves. Thus, they are able to support the digital everyday life by automation of activities meaningfully.

Content

- Formal basics such as data structures and different expressions – general structure and components
- Overview of existing programming languages and development of programming languages
- Dealing with Python shell and interpreter, understanding of expressions, variables, data types like „lists“, „dictionaries“, „strings“
- Definition of own functions to perform calculations and queries
- Automation of file handling and compression
- Programmatic work with Word, Excel and PDF files
- Programmatic work with emails
- Programmatic editing of images

Prerequisites -

Methodology

Lectures, indep. study based on literature and exercises, small-group work, case studies

Reading List

Current recommended reading will be provided in advance of the module.

SPM 202 Einführung in die Sportökonomie

ECTS-Credits: 5

Language of instruction: German

Lernziel/Outcome

Die Studierenden besitzen einen Überblick über die Gegenstände, Fragestellungen, Themen, Konzepte und Forschungsmethoden der Sportökonomie und kennen die zugrunde liegenden Organisationsformen von Sportorganisationen. Die Studierenden besitzen ein besonderes Verständnis der sportökonomischen Leistungsprozesse und -faktoren und können daher zwischen Profit- und Nutzenmaximierung unterscheiden.

Inhalt

- Grundlagenwissen in der sportbezogenen Mikroökonomie
- Organisationsformen im Sport
- Leistungsprozesse in der Sportökonomie
- Sportindustrie und Sportförderung

Voraussetzung(en) Economics

Lehrmittel/Methode Vorlesung, Selbststudium anhand von Literatur und Übungen, Kleingruppenarbeit, Fallbeispiele

Weiterführende Literatur

Aktuelle Literaturempfehlungen erhalten Sie vor Beginn der Vorlesungen in diesem Modul.

SPM 203 Sportmarketing

ECTS-Credits: 5

Language of instruction: German

Lernziel/Outcome

Die Studierenden verstehen es, den Sportmarkt und dessen Wertschöpfungskette systematisch zu strukturieren. Sie unterscheiden die Dimensionen „Marketing von Sport“ und „Marketing mit Sport“ und sind in der Lage, Sportmarketing strategisch und operativ in einen Managementprozess zu überführen. Sie beherrschen die Grundlagen professioneller Planung und Durchführung von Sportveranstaltungen. Das Finanzierungs- und Kommunikationsinstrument Sponsoring verstehen sie sowohl aus Sicht der gesponserten Sportorganisation als auch aus Unternehmenssicht. Zudem wissen die Studierenden das Sponsorship in die Kommunikationspolitik des Unternehmens zu integrieren.

Inhalt

- Sport-Branding – Markenmanagement im Sport
- Grundlagen des Sportmarketings
- Marketing von Sport und Marketing mit Sport
- Sportmarketing als strategischer und operativer Managementprozess
- Sportsponsoring Management
- Angewandtes Sportmarketing
- Veranstaltungsmanagement und Marketing im Sport

Voraussetzung(en) Internationales Marketing

Lehrmittel/Methode Vorlesung, Selbststudium anhand von Literatur und Übungen, Kleingruppenarbeit, Fallbeispiele

Weiterführende Literatur

Aktuelle Literaturempfehlungen erhalten Sie vor Beginn der Vorlesungen in diesem Modul.

SPM 204 Sport und Finanzen

ECTS-Credits: 5

Language of instruction: German

Lernziel/Outcome

Die Studierenden verstehen die Besonderheiten von Rechnungslegung und Controlling bei Sportvereinen. Darauf aufbauend können sie aufzeigen, welche Voraussetzungen professionelle Sportorganisationen erfüllen müssen, um an einem geregelten Ligabetrieb (exemplarisch DFL) teilnehmen zu dürfen. Darüber hinaus kennen sie die Grundlagen des Steuerrechts sowie relevante Besonderheiten im Zusammenhang mit Sportvereinen, insbesondere das Thema Gemeinnützigkeit, so dass sie Beratungsbedarf erkennen und mit Fachleuten in eine qualifizierte Diskussion treten können. Außerdem sind den Studierenden die Grundlagen des Facility Management bekannt, sie können daher die wirtschaftlichen Kenngrößen des Betriebs einer Sportanlage bewerten.

Inhalt

- Besonderheiten von Sportvereinen bzgl. Finanzierungsoptionen, Rechnungslegung und Controlling
- Steuern im Sportbereich
- Lizenzierungsordnung der DFL

Voraussetzung(en) Rechnungswesen

Lehrmittel/Methode Vorlesung, Selbststudium anhand von Literatur und Übungen, Kleingruppenarbeit, Fallbeispiele

Weiterführende Literatur

Aktuelle Literaturempfehlungen erhalten Sie vor Beginn der Vorlesungen in diesem Modul.

SPM 205 Sportvereins- und Personalmanagement

ECTS-Credits: 5

Language of instruction: German

Lernziel/Outcome

Die Studierenden kennen die Unterschiede und die jeweiligen wesentlichen Herausforderungen im Vereinsmanagement von Breitensportvereinen und Proficlubs und können daher in beiden Bereichen wertstiftend agieren. Darüber hinaus kennen die Studierenden auch die wesentlichen personalwirtschaftlichen Aspekte eines Sportvereins. Sie können die gängigen Methoden der Personalwirtschaft im professionellen Sportumfeld anwenden und kennen die Strukturen der Personalbeschaffung.

Inhalt

- Management von Breitensportvereinen
- Management von Profisportclubs
- Sportpersonal

Voraussetzung(en) International Management I

Lehrmittel/Methode Vorlesung, Selbststudium anhand von Literatur und Übungen, Kleingruppenarbeit, Fallbeispiele

Weiterführende Literatur

Aktuelle Literaturempfehlungen erhalten Sie vor Beginn der Vorlesungen in diesem Modul.

MAR 201 Internet and Social Media Marketing

ECTS-Credits: 5

Language of instruction: English

Learning Objectives/Outcome

The students understand the modern concepts as well as different techniques and practices of Internet Marketing and Social Media Marketing. In terms of Social Media, they can apply different types of tools and their specialties to reach marketing objectives. Further, they can manage basic strategic processes for creating successful Internet and Social Media Marketing campaigns. Last but not least, they are aware of ethical boundaries and guidelines applicable to Internet marketing techniques.

Content

- Historical analysis of Internet and Social Media Marketing, its place in the Marketing Mix, current trends in CRM, expectations of 21st Century customers in relation to previous generations
- Search Engines and Search Engine Optimization (SEO)
- Paid-placement marketing
- Other types of social media techniques (basics): Affiliate | Email | Mobile Marketing
- Social Media or Viral Marketing
- Influencer Marketing
- Overall ethical considerations

Prerequisites Internationales Marketing

Methodology Lectures, indep. study based on literature and exercises, small-group work, case studies

Reading List and Other Learning Resources

Current recommended reading will be provided in advance of the module.

MAR 202 Kommunikationspolitik und Werbung

ECTS-Credits: 5

Language of instruction: German

Lernziel/Outcome

Die Studierenden können die Werbung innerhalb des Marketing-Mix von Unternehmen einordnen und besitzen ein Verständnis für die marketingstrategischen Grundlagen der Kommunikation – insbesondere die Positionierung als übergeordnete Marktstrategie. Sie kennen die relevanten Kommunikationsinstrumente bzw. Werbeformen und Werbeträger. Die Studierenden kennen die einzelnen Phasen der Werbeplanung und können den Prozess von der Analyse über die Entwicklung bzw. Gestaltung der Werbebotschaft und die Mediaplanung bis zur Messung der Kommunikationswirkung steuern.

Inhalt

- Markenführung
- Marketingkommunikation
- Werbeplanung

Voraussetzung(en) Internationales Marketing

Lehrmittel/Methode Vorlesung, Selbststudium anhand von Literatur und Übungen, Kleingruppenarbeit, Fallbeispiele

Weiterführende Literatur

Aktuelle Literaturempfehlungen erhalten Sie vor Beginn der Vorlesungen in diesem Modul.

MAR 203 Marktforschung, Big Data und Statistik

ECTS-Credits: 5

Language of instruction: German

Lernziel/Outcome

Die Studierenden verstehen den Marktforschungsprozess und seine Bedeutung im Marketing. Sie sind vertraut mit quantitativen und qualitativen Methoden der Beschaffung von Primär- und Sekundärdaten. Sie können mit Hilfe traditioneller Marktforschung sowie durch Nutzung von Big Data Informationen für Marketingentscheidungen gewinnen. Für einen einfachen Untersuchungsgegenstand können sie eine angemessene Methodik entwerfen, die Ergebnisse statistisch auswerten sowie die Erkenntnisse interpretieren.

Inhalt

- Marktforschung: Definition, Abgrenzung, Begriffe und Aufgaben
- Statistische Methoden
- Big Data

Voraussetzung(en) Internationales Marketing

Lehrmittel/Methode Vorlesung, Selbststudium anhand von Literatur und Übungen, Kleingruppenarbeit, Fallbeispiele

Weiterführende Literatur

Aktuelle Literaturempfehlungen erhalten Sie vor Beginn der Vorlesungen in diesem Modul.

MAR 204 Eventmanagement I

ECTS-Credits: 5

Language of instruction: German or English

Learning Objectives/Outcome

The students know the purpose of event management and are familiar with the principles of professional and safe planning, organization, implementation and monitoring of success-oriented events. They are competent in presenting the organization of the event as a systematic management process and are able to derive stringent strategies therefrom.

Content

- Occasions for and Types of different Events
- Cost Determination and Budget Planning
- Involving external Service Providers
- Shaping and arriving at an Agreement

Prerequisites -

Methodology Lectures, indep. study based on literature and exercises, small-group work, case studies

Reading List and Other Learning Resources

Current recommended reading will be provided in advance of the module.

MAR 205 Eventmanagement II

ECTS-Credits: 5

Language of instruction: German (or English)

Lernziel/Outcome

Die Studierenden sind mit verschiedenen Arten von Events vertraut und können die theoretischen Eventgrundlagen unter branchenspezifischen Rahmenbedingungen anwenden. Insbesondere können die Studierenden Planungsprozesse, Teilnehmermanagement und Kommunikationsmaßnahmen auf unterschiedliche Zielgruppen abstimmen. Darüber hinaus verstehen die Studierenden die besondere Bedeutung von funktionalen Spezialthemen des Eventmanagements wie Eventsicherheit oder Eventpsychologie.

Inhalt

- Aufarbeitung von Grundlagen des Eventmanagements anhand von Beispielen und Trendthemen
- Inklusion und Barrierefreiheit
- Nachhaltigkeit und Eventmanagement
- Eventpsychologie
- Eventinfrastruktur und Eventsicherheit

Voraussetzung(en) Eventmanagement I

Lehrmittel/Methode Vorlesung, Selbststudium anhand von Literatur und Übungen, Kleingruppenarbeit, Fallbeispiele

Weiterführende Literatur

Aktuelle Literaturempfehlungen erhalten Sie vor Beginn der Vorlesungen in diesem Modul.

CIM 202 Medienwissenschaft

ECTS-Credits: 5

Language of instruction: German

Lernziel/Outcome

Ausgehend von einem Grundverständnis der Kommunikationswissenschaften besitzen die Studierenden ein Verständnis für den Gegenstand der Medienwissenschaften sowie einen strukturierten Überblick über Geschichte, Ästhetik und Beschaffenheit relevanter Medien. Sie wissen um die gesellschaftliche und wirtschaftliche Bedeutung der Medien und können sich auch unter ethischen Gesichtspunkten kritisch mit diesen auseinandersetzen. Darüber hinaus können sie theoretische Ansätze anwenden, um ausgewählte Medien kritisch zu analysieren.

Inhalt

- Merkmale der Kommunikation und Anwendungsbereiche der Kommunikationswissenschaft
- Die Medien als Unternehmensorganisation und als gesellschaftliche Institution
- Primärmedien
- Druckmedien.
- Bedeutung analoger Medien
- Bedeutung digitaler Medien
- Medien und Gesellschaft
- Das Medium als Analysegegenstand anhand ausgewählter Theorien
- Kreativwirtschaft
- Markante Merkmale der Medienbranche und der Kreativwirtschaft:

Voraussetzung(en) -

Lehrmittel/Methode Vorlesung, Selbststudium anhand von Literatur und Übungen, Kleingruppenarbeit, Fallbeispiele

Weiterführende Literatur

Aktuelle Literaturempfehlungen erhalten Sie vor Beginn der Vorlesungen in diesem Modul.

COM 201 Pressearbeit und Journalistische Praxis

ECTS-Credits: 5

Language of instruction: German

Lernziel/Outcome

Die Studierenden besitzen sie einen Überblick über die Grundlagen und Methoden der Pressearbeit und des Journalismus. Sie kennen die Medienlandschaft und gehen sicher mit den verschiedenen journalistischen Formen um. Darüber hinaus verstehen sie die Grundlagen journalistischen Schreibens wie Recherche, Umgang mit Quellen und richtige Zitierweise. Sie können Texte redigieren und journalistische Texte verschiedener Gattungen unterscheiden und schreiben.

Inhalt

- Öffentlichkeit und öffentliche Meinung, Medienlandschaft in Deutschland
- Einführung in den Journalismus
- Schreiben und Redigieren
- Interview | Unterhaltung
- Grundlagen und Formen der Pressearbeit

Voraussetzung(en) -

Lehrmittel/Methode Vorlesung, Selbststudium anhand von Literatur und Übungen, Kleingruppenarbeit, Fallbeispiele

Weiterführende Literatur

Aktuelle Literaturempfehlungen erhalten Sie vor Beginn der Vorlesungen in diesem Modul.

COM 203 Interne Unternehmenskommunikation

ECTS-Credits: 5

Language of instruction: German

Lernziel/Outcome

Die Studierenden kennen die Ziele und Aufgaben der Internen Unternehmenskommunikation. Sie sind mit dem Spektrum der kommunikativen Möglichkeiten vertraut, wissen um die Besonderheit der Kommunikation in Zeiten von Digitalisierung und Social Media und haben die Idee verinnerlicht, dass Unternehmenskommunikation heute nur noch integriert gedacht und gelebt werden kann. Sie wissen, dass es auf die situative Zusammenstellung des passenden Kommunikationsmix und Formatportfolio ankommt und kennen die potentielle strategische Bedeutung der internen Kommunikation. Die Studierenden wissen, dass intern heute zugleich extern bedeutet und Mitarbeiter die besten Botschafter und Influencer sind. Sie wissen um die Notwendigkeit des detailgenauen Einsatzes von Sprache, der zeitkritischen Relevanz von Veröffentlichungen und der Dringlichkeit, als interne Kommunikatoren nicht nur die Botschaften der Geschäftsleitung zu übersetzen und in eine Form zu gießen, sondern diese auch beratend zu unterstützen.

Inhalt

- Definition, Ausrichtung, Ziele und Aufgaben der Internen Unternehmenskommunikation
- Organisatorische Verortung der Internen Kommunikation
- Kommunikationsmedien, -kanäle, -instrumente, -formate, -maßnahmen, kampagnen (Wording und Verständnis)
- Paradigmenwechsel in der Kommunikation durch Digitalisierung und Social Media
- Medienspektrum und Formatportfolio
- Aktuelle Trends der Kommunikation
- KPIs in der Internen Unternehmenskommunikation

Voraussetzung(en) -

Lehrmittel/Methode Vorlesung, Selbststudium anhand von Literatur und Übungen, Kleingruppenarbeit, Fallbeispiele

Weiterführende Literatur

Aktuelle Literaturempfehlungen erhalten Sie vor Beginn der Vorlesungen in diesem Modul.

COM 204 Externe Unternehmenskommunikation

ECTS-Credits: 5

Language of instruction: German

Lernziel/Outcome

Die Studierenden wissen um die strategische Bedeutung der integrierten Koordination aller Kommunikationsanstrengungen eines Unternehmens in Zeiten von Käufermärkten und Informationsüberlastung. Aufbauend auf ihrer profunden Kenntnis der Geschäftsprozesse der internen und externen Unternehmenskommunikation sind sie in der Lage, diese zukunftsorientiert und, auf die Dynamik der Umwelten ausgerichtet, aufeinander abzustimmen, damit eine strategische Positionierung des Unternehmens im Kommunikationswettbewerb möglich wird.

Inhalt

- Externe Unternehmenskommunikation
- Integrierte Unternehmenskommunikation
- Change- und Krisenmanagement
- Die Elemente des Zusammenhalts – Corporate & Co.
- Die Herausforderungen der Globalisierung
- Social Media und Web 2.0

Voraussetzung(en) -

Lehrmittel/Methode Vorlesung, Selbststudium anhand von Literatur und Übungen, Kleingruppenarbeit, Fallbeispiele

Weiterführende Literatur

Aktuelle Literaturempfehlungen erhalten Sie vor Beginn der Vorlesungen in diesem Modul.

3 Mögliche zusätzliche Wahlmodule | Potential additional Electives

FIN 205 Controlling

ECTS-Credits: 5

Language of instruction: English or German

Learning Objectives/Outcome

Students understand the major targets and the role of Controlling within an organization. They can distinguish the overall Controlling mission from the tasks of specific Controlling fields. They can manage the various steps from information procurement over report creation to analysis and interpretation of Controlling reports. They are familiar with the typical instruments of operative and strategic controlling and they understand the approach of Value Based Controlling.

Content

- Definitions and basics of Controlling
- Controlling process and information management
- Operative Controlling
- Strategic Controlling
- Value Based Controlling

Prerequisites Rechnungswesen

Methodology Lectures, indep. study based on literature and exercises, small-group work, case studies

Reading List and Other Learning Resources

Current recommended reading will be provided in advance of the module.

FIN 206 Mergers and Acquisitions

ECTS-Credits: 5

Language of instruction: English

Learning Objectives/Outcome

Students understand strategic and financial motives for M&A transactions. They are familiar with the specific challenges of these transactions regarding strategic management, finance, personnel, legal, and accounting. Students are able to apply their prior knowledge from these disciplines in order to structure, analyze and evaluate a specific transaction. They can assess roles and impacts of M&A transactions in a globalized road.

Content

- Merger waves and recent M&A trends
- Types and definitions: mergers and acquisitions, horizontal versus vertical M&As, hostile vs. friendly takeovers, M&A professionals
- Legal framework and antitrust
- M&A strategy
- Valuation
- Deal closing and integration

Prerequisites Finanzwirtschaft

Methodology Lectures, indep. study based on literature and exercises, small-group work, case studies

Reading List and Other Learning Resources

Current recommended reading will be provided in advance of the module.

FIN 207 Entrepreneurship

ECTS-Credits: 5

Language of instruction: German

Lernziel/Outcome

Die Studierenden können Ideen strukturell erarbeiten und validieren. Hierbei werden Konzepte wie Design Thinking und Lean Startup angewendet, um in kleinen Schritten erfolgreich zu sein oder schnell und günstig einen falschen Weg zu erkennen. Die Geschäftsideen können prägnant und transparent dargestellt werden, sowohl schriftlich wie auch mündlich. Pitches in verschiedener Form können gegeben werden und die wichtigsten Sachverhalte können übersichtlich dargestellt werden. Durch substantielle Eigenleistung erarbeiten Studierende Geschäftskonzepte selbstständig für sich wie auch für den gesamten Kurs, u.a. die Idee, die Strategie, die Umsetzung wie auch grundlegende Basisinformationen wie die Rechtsform, die relevanten Steuern und die notwendigen Sozialabgaben.

Inhalt

- Entrepreneurship und Unternehmertum: Beispiele, Definitionen, Terminologie
- Design Thinking
- Business Model Canvas: Der Businessplan auf einer Seite
- Lean Startup
- Rechtsform, Steuern und Sozialversicherungen
- Pitching in verschiedenen Formen (z. B. Elevator, Battle, Pitchbook)
- Finanzierung (Funding und Finanzplanung)

Voraussetzung(en) Business Planning

Lehrmittel/Methode Vorlesung, Selbststudium anhand von Literatur und Übungen, Kleingruppenarbeit, Fallbeispiele

Weiterführende Literatur

Aktuelle Literaturempfehlungen erhalten Sie vor Beginn der Vorlesungen in diesem Modul.

FIN 208 Anwendungsorientierte Mathematik

ECTS-Credits: 5

Language of instruction: German

Lernziel/Outcome

Die Studierenden kennen den Funktionsbegriff und die verschiedenen Arten von Funktionen und ihre Anwendung. Sie können Mathematik praktisch anwenden, indem sie mathematische Methoden zur Modellierung funktionaler Abhängigkeiten nutzen. Die Studierenden beherrschen elementare Verfahren zur expliziten Bestimmung von Lösungen. Sie wenden Wahrscheinlichkeitsrechnung und Statistik an und kennen verschiedene statistische Tools. Die Studierenden haben ein Verständnis für lineare Optimierung und können entsprechende Berechnungen durchführen.

Inhalt

- Lineare Algebra
- Funktionsbegriff: Elementare reelle Funktionen sowie komplexwertige Funktionen
- Differentialgleichungen und Anwendungshintergrund
- Geometrie und ihre Anwendung (Stetigkeit, Differenzierbarkeit, Integrierbarkeit)
- Stochastik und ihre Anwendung, Hypothesentests, rechnergestützte Auswertung statistischer Verfahren
- Statistik: Regressionsanalyse, Verteilungen und Zeitreihenanalysen
- Lineare Optimierung

Voraussetzung(en) -

Lehrmittel/Methode Vorlesung, Selbststudium anhand von Literatur und Übungen, Kleingruppenarbeit, Fallbeispiele

Weiterführende Literatur

Aktuelle Literaturempfehlungen erhalten Sie vor Beginn der Vorlesungen in diesem Modul.

EAL 201 Macroeconomics

ECTS-Credits: 5

Language of instruction: English

Learning Objectives/Outcome

The students acknowledge fundamental macroeconomic interdependence. They understand the economic measurement tools and are able to knowledgeably evaluate those questions focal to an economy (i.e. production, growth and employment) and how these are impacted by economic policy at a national, European and global level. Students are thereby in the position to recognize the interdependencies between the macroeconomic framework and corporate activity and to consequently draw appropriate conclusions for entrepreneurial strategy.

Content

- The importance of the macroeconomic environment for corporations
- Measuring economic activity
- Corporations, growth and employment
- Economic policy at a national and European level
- World economic order and economic policy

Prerequisites Economics I: Microeconomics

Methodology Lectures, indep. study based on literature and exercises, small-group work, case studies

Reading List and Other Learning Resources

Current recommended reading will be provided in advance of the module.

SPM 206 Sporthandel

ECTS-Credits: 5

Language of instruction: English

Lernziel/Outcome

Die Studierenden verstehen die wesentlichen Herausforderungen eines Sportartikelherstellers bezüglich Absatz und Beschaffung. Sie kennen die Merkmale unterschiedlicher Handelsformen und können passende Vertriebs- und Sortimentspolitik betreiben. Beschaffungsseitig sind die Studierenden in der Lage, Beschaffungsstrategien an der Unternehmensstrategie auszurichten, sie kennen die Besonderheiten von Einkaufsorganisationen, können einen Outsourcing-Entscheidungsprozess moderieren und sind mit den wesentlichen Besonderheiten vertraut, die beim Bezug aus Schwellenländern eine Rolle spielen.

Inhalt

- Schwerpunktthemen der Handelsbetriebslehre
- Einkauf und Beschaffung
- E-Procurement
- Beschaffungsstrategien, Make or Buy-Entscheidung
- Einkauf und Target Costing
- Lieferantenmanagement, Supply-Chain, Bedarfsprognosen
- Efficient Consumer Response
- Global Sourcing in Schwellenländern

Voraussetzung(en) -

Lehrmittel/Methode Vorlesung, Selbststudium anhand von Literatur und Übungen, Kleingruppenarbeit, Fallbeispiele

Weiterführende Literatur

Current recommended reading will be provided in advance of the module.

SPM 208 Sport und Gesundheit

ECTS-Credits: 5

Language of instruction: German

Lernziel/Outcome

Die Studierenden können Zusammenhänge zwischen Sport und Gesundheit im Bezug auf Prävention, Therapie und Rehabilitation darlegen. Zudem können die Studierenden die ökonomischen Konsequenzen eines präventiven Gesundheitsverhaltens abschätzen und den Herausforderungen, die sich daraus für das betriebliche Gesundheitsmanagement ergeben, entgegen. Die Studierenden kennen die aktuellen Trends im zweiten und dritten Gesundheitsmarkt (z. B. Wellnesstourismus, Wearables) und können daher Marktchancen identifizieren.

Inhalt

- Gesundheit und Bewegung/Sport
- Gesundheit und Betrieb: Betriebliches Gesundheitsmanagement
- Gesundheit und Tourismus

Voraussetzung(en) -

Lehrmittel/Methode Vorlesung, Selbststudium anhand von Literatur und Übungen, Kleingruppenarbeit, Fallbeispiele

Weiterführende Literatur

Aktuelle Literaturempfehlungen erhalten Sie vor Beginn der Vorlesungen in diesem Modul.

SPM 209 Sportrecht und Compliance

ECTS-Credits: 5

Language of instruction: German

Lernziel/Outcome

Die Studierenden wissen, welche Rechtsbereiche im Sport Management von besonderer Bedeutung sind und welche sportspezifischen Aspekte berücksichtigt werden müssen. Die Studierenden sind dadurch in der Lage, juristische Fragestellungen und Beratungsbedarf zu erkennen, um mit Juristen entsprechend in Dialog treten zu können. Darüber hinaus sind den Studierenden die Grundzüge von Compliance und die größten Risiken für Fehlentwicklungen im (inter-)nationalen Sport vertraut. Sie haben einen Überblick über mögliche Ursachen sowie über Beispiele für Prävention und Good Governance und wissen daher, welche Instrumente zum Gegensteuern eingesetzt werden können.

Inhalt

- Verbandsrecht und Sportorganisationen
- Medien und Wettbewerbsrecht – Auswirkungen für Sportler
- Arbeitsrecht: Rechtsbeziehungen zwischen Sportler, Verein, Verband und Veranstalter, Transfervereinbarung
- Gesellschaftsrecht: Errichtung und Eintragung eines Vereins (e.V.), Gemeinnützigkeit, Fördergesellschaften bei Sportverbänden, Ausgliederung von Lizenzabteilungen
- Vertragsrecht: Sponsoringverträge, Vermarktungsverträge
- Ziele und Methoden von Compliance, Interessenkonflikte und Korruptionsrisiken im internationalen Sport
- Vertiefung einzelner Risikobereiche:
- Beispiele für Präventionsmaßnahmen und Good Governance im Sport
- Anti-Doping-Regeln
- Transgender

Voraussetzung(en) -

Lehrmittel/Methode Vorlesung, Selbststudium anhand von Literatur und Übungen, Kleingruppenarbeit, Fallbeispiele

Weiterführende Literatur

Aktuelle Literaturempfehlungen erhalten Sie vor Beginn der Vorlesungen in diesem Modul.

MAN 202 Change Management

ECTS-Credits: 5

Language of instruction: English

Learning Objectives/Outcome

The students understand the relevance of change management and are familiar with common pitfalls and hurdles in change or transition processes. They can master the entire repertoire of change management processes and instruments and – knowing success factors and being able to analyze change situation – students can apply the appropriate measures.

Content

- Introduction and Definitions
- Change Management Diagnosis
- Change Management Process
- Management of Change Projects
- Corporate Development
- Implications for the 21st Century

Prerequisites -

Methodology Lectures, indep. study based on literature and exercises, small-group work, case studies

Reading List and Other Learning Resources

Current recommended reading will be provided in advance of the module.

MAR 206 Vertriebsmanagement

ECTS-Credits: 5

Language of instruction: German

Lernziel/Outcome

Die Studierenden wissen um die Bedeutung des Vertriebs- und Verkaufsmanagements, eingebettet in eine ganzheitliche Vertriebsstrategie. Ausgestattet mit einem guten Verständnis verschiedener Vertriebskanäle kennen sie die wesentlichen Stellhebel und Ansatzpunkte zur Vertriebssteuerung und können daher systematisch und entscheidungsorientiert vertriebliche Gestaltungskonzepte entwickeln, beurteilen und optimieren.

Inhalt

- Grundlagen des Vertriebs (Vertriebsstrategie und -kanäle)
- Mitarbeiter in Vertrieb, Verkauf und Außendienst
- Verkäufer und Verkaufstraining
- Verkaufsgespräch und Argumentation
- Führung im Vertriebsmanagement
- Digitalisierungstrends im Vertrieb
- Vergütungssysteme in Vertrieb und Verkauf: Anforderungen, Systeme
- Verkaufsplanung und Kontrolle: Aufgaben und Verkaufsprozess, Kundenselektion, Planungsschritte, Verkaufscontrolling
- Operatives Verkaufscontrolling

Voraussetzung(en) -

Lehrmittel/Methode Vorlesung, Selbststudium anhand von Literatur und Übungen, Kleingruppenarbeit, Fallbeispiele

Weiterführende Literatur

Aktuelle Literaturempfehlungen erhalten Sie vor Beginn der Vorlesungen in diesem Modul.

3 Leadership and Future Skills

FUS 101 Future Skills I

ECTS-Credits: 5

Unterrichtssprache: German

Lernziel/Outcome

Die Studierenden verstehen Unternehmen ganzheitlich und wissen, wie man sich in den Unternehmenskontext einfügt. Sie kennen verschiedene Geschäftsmodelle und können diese mit Hilfe des GSLP-Ansatz (gesamtheitlicher systematischer Lösungsentwicklungsprozess) analysieren. Sie wissen um die Bedeutung der Vision und Mission sowie des Unternehmensleitbildes und hinterfragen die Aktivitäten von Unternehmen kritisch. Darüber hinaus werden soziale Kompetenzen gefördert, indem kontinuierlich Themen rund um Kommunikation, Teamarbeit und Verhalten adressiert werden. Die Studierenden beherrschen sowohl das selbstständige Strukturieren und Formulieren von Redetexten als auch das überzeugende und stimmige Vortragen derselben. Sie kennen die theoretischen Grundlagen und Hilfsmittel der Rhetorik und sind in der Lage, selbstständig Präsentationen zu erstellen und diese effektiv und effektiv zu halten.

Inhalt

- Unternehmensphilosophie, Mission, Vision, Leitbild
- Analytical Skills | Integrierte Unternehmensführung
- Social Skills
- Digital Skills
- Wissenschaftliches Arbeiten

Voraussetzung(en) -

Lehrmittel/Methode Vorlesung, Selbststudium anhand von Literatur und Übungen, Kleingruppenarbeit, Fallbeispiele

Weiterführende Literatur

Aktuelle Literaturempfehlungen erhalten Sie vor Beginn der Vorlesungen in diesem Modul.

FUS 201 Future Skills II

ECTS-Credits: 5

Unterrichtssprache: German

Lernziel/Outcome

Die Studierenden verstehen Prozesse im Unternehmenskontext und können anhand verschiedener Unternehmens- und Umfeldanalysen Strategien für die weitere Unternehmenstätigkeit ableiten. Sie sind in der Lage, eine Risikoanalyse durchzuführen sowie verschiedene Szenarien zu erstellen und zu bewerten. Die Studierenden lernen wie Kalkulationen und Szenarien technisch umgesetzt werden können und haben ein Verständnis für die Systematik von Excel und vergleichbaren Tools.

Inhalt

- Ganzheitlicher Ansatz
- Analytical Skills – Strategieentwicklung und Entwicklung von Handlungsalternativen
- Digital Skills – technische Umsetzung im Rahmen eines Analyseberichts

Voraussetzung(en) -

Lehrmittel/Methode Vorlesung, Selbststudium anhand von Literatur und Übungen, Kleingruppenarbeit, Fallbeispiele

Weiterführende Literatur

Aktuelle Literaturempfehlungen erhalten Sie vor Beginn der Vorlesungen in diesem Modul.

FUS 202 Future Skills III

ECTS-Credits: 5

Unterrichtssprache: German

Lernziel/Outcome

Die Studierenden kennen verschiedene Projektmanagement-Ansätze und wenden diese gezielt an. Sie sind mit dem Qualitätsmanagement vertraut und kennen die wichtigsten Grundprinzipien daraus. Sie sind in der Lage diese Themen in den Unternehmenskontext zu übertragen und über den Tellerrand zu blicken. Darüber hinaus werden soziale Kompetenzen gefördert, indem moralische und ethische Fragen diskutiert werden. Die Studierenden lernen kritische Gespräche zu führen und wissen, wie man konstruktiv kommuniziert.

Inhalt

- Analytical Skills – Projektmanagement und Qualitätsmanagement
- Social Skills – Konfliktmanagement und Konstruktives Kommunizieren, Selbstmarketing
- Digital Skills – technische Umsetzung von Projektmanagement und Automatisierung von Routinen

Voraussetzung(en) -

Lehrmittel/Methode Vorlesung, Selbststudium anhand von Literatur und Übungen, Kleingruppenarbeit, Fallbeispiele

Weiterführende Literatur

Aktuelle Literaturempfehlungen erhalten Sie vor Beginn der Vorlesungen in diesem Modul.

LEA 303 Leadership Skills IV

ECTS-Credits: 8

Unterrichtssprache: German

Lernziel/Outcome

Die Studierenden können eine neue Geschäftsidee ganzheitlich entwickeln. Sie verstehen die aufeinander abzustimmenden funktionalen Zusammenhänge und wissen um die für Unternehmensgründungen zentrale Bedeutung eines einzigartigen, neuen oder erweiterten Kundennutzens. Darüber hinaus können die Studierenden für eine Geschäftsidee einen Businessplan erstellen und daraus den Finanzbedarf für die Start-Up-Phase des Unternehmens ermitteln. Auf dieser Basis sind die Studierenden in der Lage, einer Investorenjury ihre Geschäftsidee überzeugend zu präsentieren.

Des Weiteren können die Studierenden ihre Methodenkompetenz auch im wissenschaftlichen Umfeld anwenden. Sie beherrschen die methodischen und formalen Regeln zur Erstellung einer Bachelor Thesis.

Inhalt

- Entwicklung einer Geschäftsidee
- Identifizierung der USP bzw. des Alleinstellungsmerkmals und des daraus resultierenden Kundennutzens
- Erarbeitung und systematische Formulierung eines Businessplans
- Investorenpitch: Präsentation des Businessplans zur Akquise der erforderlichen Finanzmittel
- Wissenschaftliche Methodenkompetenz: Die Bachelor Thesis vorbereitende und begleitende Kolloquien zum wissenschaftlichen Arbeiten

Voraussetzung(en) Leadership Skills III

Lehrmittel/Methode Vorlesung, Selbststudium anhand von Literatur und Übungen, Kleingruppenarbeit, Fallbeispiele

Weiterführende Literatur

Aktuelle Literaturempfehlungen erhalten Sie vor Beginn der Vorlesungen in diesem Modul.

4 Projekte, Auslandsstudium, Äquivalenzstudium, Thesis | Projects, Semester Abroad, International Trimester, Thesis

MAN 309 Behavioral Economics

ECTS-Credits: 5

Language of instruction: English

Learning Objectives/Outcome

Students are familiar with the basic ideas about Behavioral Economics and are able to relate it to the historical development of the economic science. They can define the pitfalls of the current main stream economics. Students can (re)design experiments to test the economic behavior of humans. In addition, they are able to suggest solutions based on the ideas of behavioral Economics for contemporary problems in the society.

Content

- Economic history, rational choice theory
- Type I and type II thinking
- Selected behavioral economics concepts and experiments
- Irrational behavior in the financial world, bubbles

Prerequisites International Management I, Economics

Methodology Lectures, indep. study based on literature and exercises, small-group work, case studies

Reading List and Other Learning Resources

Current recommended reading will be provided in advance of the module.

FIN 303 Investing and Trading

ECTS-Credits: 5

Language of instruction: English

Learning Objectives/Outcome

Students are familiar with the topic of value assessment, trading and investing. They know how assets become more or less valuable over time. The students know how one can invest in assets in the short-term and long-term perspective and what factors need to be considered with different investment options. They can develop and evaluate specific investment goals and strategies. Additionally, the students gain practical experience how to use specific trading platforms.

Content

- Valuation of an asset
- Financial investment instruments (stocks, bonds, derivatives) and their evaluation
- Individual Investor Profile Questionnaire
- Trading Platforms and Options
- Options of long-term investing
- Value of money or wealth in relation to pursuit of happiness, health, purpose in life

Prerequisites International Management I, Economics

Methodology Lectures, indep. study based on literature and exercises, small-group work, case studies

Reading List and Other Learning Resources

Current recommended reading will be provided in advance of the module.

MAR 303 The Power of Social Technology

ECTS-Credits: 5

Language of instruction: English

Learning Objectives/Outcome

Students are familiar with the principles and practices of social technology, in addition to concepts of: social media applications, internet activism, weightless economies, crowdsourcing, digital identity, data mining and analysis, profiling, cyber politics, cyber warfare and privacy. They have a strong understanding as to why social networks help to not only create a sense of community, but also how these networks foster social change and commerce. Students are able to apply techniques how data is mined and monitored from social media sites and they can create a social media campaign for the purpose of creating "social good".

Content

- The information society embracing social technology
- Social networks connecting with our 'lost' community
- Social technologies providing platforms for content creation, distribution, commerce and consumption
- Privacy
- Information politics, subversion and warfare
- Leveraging the power of new social technology to create social good

Prerequisites -

Methodology Online lectures, indep. study based on literature and exercises, small-group work, case studies

Reading List and Other Learning Resources

Current recommended reading will be provided in advance of the module.

MAN 307 Organization Development

ECTS-Credits: 5

Language of instruction: English

Learning Objectives/Outcome

Students are able to broadly articulate an answer to the question “What is Organization Development?” and be familiar with multiple definitions of OD that currently exist. They are familiar with the historical development of the OD field and how it differs from other management concepts and practices (e.g. consulting, HR management, learning and development). Students can posit the need for Organization Development in an organization with evidence. Students are familiar with and understand the OD process. They are broadly familiar with concepts of Organizational Change and change management, and particularly as it pertains to OD. Students can successfully apply the OD model to situations that arise in firms, including understanding individual, team and firm-wide interventions. Students are also aware of the skills needed to be an OD practitioner.

Content

- Definition and History of Organization Development
- Core values and ethical considerations In Organization Development
- Organizational change
- Organization Development Models
- Interventions: Individual, Team and Organizational Wide
- International/Global Perspectives on Organization Development
- The Organization Development Practitioner
- The future of Organization Development

Prerequisites -

Methodology Lectures, indep. study based on literature and exercises, small-group work, case studies

Reading List and Other Learning Resources

Current recommended reading will be provided in advance of the module.

MAN 308 Human Resource Management - Theory to Practice

ECTS-Credits: 5

Language of instruction: English

Learning Objectives/Outcome

Regardless of size, sector or location, employees are an organisation's most important resource and to remain competitive in today's global market managers need to appreciate the added value of effective Human Resource Management (HRM). This module will take students through the 'employee life cycle' in an organisation, from recruitment through to reward, and from performance management through to learning and development. At each stage of the employee life cycle students will spend time considering the underlying theory that informs best practice HRM before applying this knowledge to practical examples to develop their skills as effective managers of the future.

Content

- Introduction to HRM
- Contextualising HRM: The role of organisational strategy and culture
- Equality and Diversity
- Recruitment and Selection
- Learning and Development
- Performance Management
- Reward and Recognition
- Absence Management
- The future of HRM:
 - Technology and Artificial Intelligence: Threat or opportunity?
 - Covid-19 and new ways of working

Prerequisites International Management I

Methodology Lectures, indep. study based on literature and exercises, small-group work, case studies

Reading List and Other Learning Resources

Torrington, D., Hall, L., Taylor, S., and Atkinson, C. (2020) Human Resource Management. 11th Edition. Harlow: Pearson. Further reading material will be provided in class.

MAN 309 Behavioural Economics (EAL 306)

ECTS-Credits: 5

Language of instruction: English

Learning Objectives/Outcome

Students are familiar with the basic ideas about Behavioural Economics and are able to relate it to the historical development of the economic science. They can define the pitfalls of the current main stream economics. Students can (re)design experiments to test the economic behavior of humans. In addition, they are able to suggest solutions based on the ideas of behavioral Economics for contemporary problems in the society.

Content

- Economic history, rational choice theory
- Type I and type II thinking
- Selected behavioral economics concepts and experiments
 - Endowment effect
 - Loss aversion
 - Framing
 - Myopic loss aversion
 - Prospect theory
 - Time inconsistency
 - Nudging
- Irrational behavior in the financial world, bubbles

Prerequisites International Management I, Economics

Methodology Lectures, indep. study based on literature and exercises, small-group work, case studies

Reading List and Other Learning Resources

Schiller, R. J.: Irrational Exuberances, Princeton university Press, 2016.

Thaler, R. H. / Sunstein C.: Nudge, Yale University Press, 2008.

Ariely, D.: Predictably Irrational, Harper, 2010.

Thaler R. H, Misbehaving: The Making of Behavioral Economics, Norton, 2016

Kahneman, D.: Thinking, Fast and Slow, Farrar, Straus & Giroux Inc, 2013.

Kahneman, D. / Tversky, A.: Choices, Values, and Frames, Cambridge University Press, 2000.

Various articles and various Youtube videos (like Richard Thaler: <https://www.youtube.com/watch?v=D9Uk-YsjQsl> and Dan Ariely: <https://www.youtube.com/user/danariely>)

MAR 304 Corporate Social Responsibility

ECTS-Credits: 5

Language of instruction: English

Learning Objectives/Outcome

Students are familiar with the definition of corporate social responsibility by the United Nations as “a management concept whereby companies integrate social and environmental concerns in their business operations and interactions with their stakeholders”. They know the scope of this definition and how this can be applied to practice. Students can critically evaluate consumer behaviour and are aware of who to buy from. In addition, the students understand that corporate social responsibility becomes a strong differentiating factor for businesses and appreciate it as both an obligation and a business opportunity. After this module, students understand the general concepts of corporate social responsibility, including its definitions and theories, as well as its implementation and evaluation. They are able to discuss social responsibility initiatives from a sponsorship and marketing perspective, highlighting the impact of these initiatives on consumer perceptions.

Content

- Introduction to CSR – what is CSR and why is it important?
- Sustainable development – history, sustainable development goals, fair trade movement
- Definitions and theories of CSR (economic responsibility, legal responsibility, ethical responsibility, philanthropic responsibility, sustainability)
- Implementing and evaluating CSR
- CSR as a marketing tool – case studies
- Creating a competitive advantage – case studies
- Challenges of CSR

Prerequisites -

Methodology Lectures, indep. study based on literature and exercises, small-group work, case studies

Reading List and Other Learning Resources

Current recommended reading will be provided in advance of the module.

PRO 303 International Research Project

ECTS-Credits: 5

Language of instruction: English

Learning Objectives/Outcome

The students are able to independently conduct research. They can develop a meaningful research question and identify and apply appropriate research methods. They can link general business administration concepts into the research context and are able to profit from working together in small groups. Finally, they can present their results in a clear, precise and well structured research paper.

Content

- General research practices and scope of research
- Research topics are based on the research focus of the university
- Selecting appropriate literature from international sources such as journal articles
- Data analysis and data interpretation
- Reporting the documentation and preparing the results for the presentation

Prerequisites Leadership Skills I to II

Methodology Kick-off workshop, small-group work, consulting via online portal by the lecturer

Reading List and Other Learning Resources

Selected current articles based on topic

PRO 305 Startup-Business Simulation

ECTS-Credits: 5

Language of instruction: English

Outcome

The students understand the requirements for the development of a startup company. In a Business Simulation, they generate ideas and a business model canvas for a startup company within a given task area. They are able to prepare a business plan and negotiate it for funding with investors. After the market entry they manage their company depending on changing market and dynamic competitive environments. By scenario thinking, the students develop a sense for managerial interrelationships. The students can select and implement strategies to achieve targets and understand what kind of decisions are to be made in the different functional areas of the company and what general entrepreneurial consequences can occur as a result over several periods. By working together in groups, they understand the effectiveness of decision-making in a team.

Content

- Kick Off-Simulation
- Founding - Period 0
- Management by the teams – Period 1-6
- Review-Meetings

Prerequisites Business Planning, International Management I + II, Leadership Skills

Teaching material/Method "TOPSIM - Startup" - material, regular meetings and tutorings, small group work, self study.

Weiterführende Literatur

Current recommended reading will be provided in advance of the module.

EAL 305 International Macroeconomics and Economic Policy

ECTS-Credits: 5

Language of instruction: English

Learning Objectives/Outcome

Students are able to follow and participate in current debates around the multiple crises of the European economies. Students understand the fundamental aspects of macroeconomic theory and economic policy and can apply them to the current situation in Europe. In particular, the students have a deep understanding of potential costs and benefits attached to the formation of a monetary union. This enables them to grasp and discuss the roots and consequences of the so-called "Euro-crisis". In this context, the recent developments due to the Covid19-pandemic and its impact on European economic policies will play a prominent role as well.

Content

- Review of Macroeconomic Theory: models and empirics in Macroeconomics
- International Macroeconomics
- Economics of monetary unions
- Economic Policy in Europe: Understanding the European Crises

Prerequisites Economics

Methodology Lectures, indep. study based on literature and exercises, small-group work, case studies

Reading List and Other Learning Resources

Current recommended reading will be provided in advance of the module.

PRO 101 Betreute Praxisarbeit I

ECTS-Credits: 15

Language of instruction: German

Lernziel/Outcome

Die Studierenden können betriebswirtschaftliche Grundlagen im Praxiskontext anwenden. Sie haben Problemlösungskompetenz erworben, da sie in der Lage sind, entlang einer strukturierten Problemlösungsvorgehensweise zu arbeiten. Dabei können sie Projekte effizient über Meilensteinpläne und Projektzwischenberichte steuern. Darüber hinaus können die Studierenden Projektberichte nach den formalen Grundsätzen wissenschaftlicher Arbeiten verfassen.

Inhalt

- Anwendung der BWL-Grundlagen im Unternehmenskontext

Voraussetzung(en) Business Planning

Lehrmittel/Methode Workshops und Einzelbetreuung durch accadis-Dozenten im Online-Portal

Weiterführende Literatur

Aktuelle Literaturempfehlungen erhalten Sie vor Beginn der Vorlesungen in diesem Modul.

PRO 201 Betreute Praxisarbeit II

ECTS-Credits: 15

Language of instruction: German

Lernziel/Outcome

Die Studierenden können Inhalte aus ihren Vertiefungsbereichen im Praxiskontext anwenden. Sie haben ihre Problemlösungskompetenz erweitert und können entlang einer umfassenderen und Detailperspektiven deutlicher beleuchtenden strukturierten Problemlösungsvorgehensweise arbeiten. Dabei können sie Projekte effizient über Meilensteinpläne und Projektzwischenberichte steuern. Darüber hinaus können die Studierenden Projektberichte nach den formalen Grundsätzen wissenschaftlicher Arbeiten verfassen.

Inhalt

- Analytische Problembearbeitung, Aufgliederung der Problemstellung, Branchen- bzw. spezialisierungsrelevante Themen aus einer wählbaren betrieblichen Funktion
- Projektmanagement und Problemlösungskompetenz

Voraussetzung(en) Spezialisierungsmodule des 2. bis 4. Trimesters

Lehrmittel/Methode Workshops und Einzelbetreuung durch accadis -Dozenten im Online-Portal

Weiterführende Literatur

Vertiefungsliteratur abhängig vom jeweiligen Thema

PRO 202 Consulting-Projekt

ECTS-Credits: 10

Language of instruction: German

Lernziel/Outcome

Die Studierenden können im Team eine unternehmerische Problemstellung aus ihrer funktionalen oder branchenspezifischen Vertiefung systematisch bearbeiten. Dabei verfügen sie über Consulting-Skills, so dass sie in der Lage sind, eine komplexe Fragestellung analytisch korrekt in Teilprobleme bzw. Arbeitspakete herunterzubrechen, diese parallel in den Teilteams der selbst gestalteten Projektorganisation zu bearbeiten, eine geeignete Intra- und Inter-Team-Kommunikation sicherzustellen, um Reibungsverluste an den Schnittstellen zu minimieren und die Teilprojektergebnisse im Laufe der Projektdauer wieder zur optimalen Lösung für den Klienten zusammensetzen. Dazu führen sie zielgerichtete Interviews mit Klientenmitarbeitern und externen Experten, sie können primäre und sekundäre Marktrecherchen durchführen und relevante Instrumente und Frameworks aus bereits absolvierten Modulen zielsicher zur Anwendung bringen. Dabei binden sie den Klienten in ihre Recherchen und die Lösungsentwicklung angemessen ein. Schließlich können sie ihre (Teil)-Ergebnisse intern und gegenüber dem Kunden/Klienten überzeugend und effizient präsentieren.

Inhalt

- Effektive und effiziente Teamarbeit
- Analytische Problembearbeitung
- Recherche und Informationsbeschaffung:
- Ergebniskommunikation

Voraussetzung(en) Business Planning, International Management I, Leadership Skills I

Lehrmittel/Methode Wöchentliche Projektreviews und 24/7-(Online-)Betreuung durch accadis-Dozenten

Weiterführende Literatur

Vertiefungsliteratur abhängig vom jeweiligen Thema

PRO 509

Consulting and Research Project

ECTS-Credits: 10

Lang. of instruction: English

Learning Objectives/Outcome

Students can apply their adopted theoretical knowledge to a consulting situation. They have the relevant methodology and cross-functional business knowledge to analyze and develop improvement options at their command. They can develop relevant, focused, and action oriented improvement measures. They can organize implementation and change projects respectively and communicate their recommendation convincingly to client representatives.

Content

- Analyzing a complex situation in an existing international company
- Designing and developing solutions for complex challenges
- Presenting the solution in an appropriate way to the client representative

Prerequisites

Methodology Group work, workshop, phone-, or video conference with client representative

Reading List and Other Learning Resources

- According to topic and industry

PRO 301 Projektstudium

ECTS-Credits: 20

Language of instruction: German

Lernziel/Outcome

Die Studierenden können die Inhalte der vorangegangenen Module im Praxiskontext anwenden. Mit ihrem fachlichen Wissen, ihrer Methoden-/Problemlösungskompetenz und ihren Communication Skills sind sie in der Lage, selbstständig und strukturiert ein Praxisprojekt zu steuern und zu bearbeiten. Insbesondere können sie – der Chronologie der Projektbearbeitung folgend – zunächst gemeinsam mit einem Ansprechpartner im Unternehmen präzise eine projektorientierte Aufgabenstellung formulieren. Sie haben aufgrund ihres theoretischen Wissens, aber auch aus der Einsicht in die Arbeits- und Entscheidungsprozesse von Unternehmen ein tiefes Verständnis für die inhaltlichen und prozessualen Erfolgsfaktoren von Projekten gewonnen. Darüber hinaus können die Studierenden Projektberichte nach den formalen Grundsätzen wissenschaftlicher Arbeiten verfassen und Entscheidungsvorlagen souverän präsentieren.

Inhalt

- Verstehen einer unternehmerischen Aufgabenstellung sowie deren Problematisierung in theoretischer und praxisorientierter Hinsicht
- Erarbeitung eines methodenbasierten Lösungskonzeptes und dessen Überführung in einen Projektplan
- Durchführung umfangreicher Literatur- und Theorierecherchen als Grundlage für die zu erarbeitende Lösung
- Professionelle Darstellung von Lösungswegen in Telefonkonferenzen
- Umsetzung der Grundlagen des Projektmanagements hinsichtlich einer eigenverantwortlich zu lösender Aufgabenstellung
- Aufbereitung erlangter Projektresultate in einem nach wissenschaftlichen Richtlinien zu erstellender Projektbericht
- Managementorientierte Präsentation der Projektergebnisse mit anschließender Verteidigung der dargebotenen Problemlösungsansätze

Voraussetzung(en) Betreute Praxisarbeit I + II oder Consultingprojektarbeit, Leadership Skills I - III

Lehrmittel/Methode Workshops und Einzelbetreuung durch accadis -Dozenten im Online-Portal

Weiterführende Literatur

Vertiefungsliteratur abhängig vom jeweiligen Thema

PRO 302 Bachelor Thesis

ECTS-Credits: 12

Language of instruction: German

Lernziel/Outcome

Die Studierenden sind befähigt, innerhalb einer vorgegebenen Frist eine praxisorientierte oder theoretische Aufgabe aus ihrem Fachgebiet sowohl in ihren fachlichen Einzelheiten als auch in den fachübergreifenden Zusammenhängen nach wissenschaftlichen und fachpraktischen Methoden selbstständig zu bearbeiten. Darüber hinaus können die Studierenden über die Ergebnisse ihrer Untersuchungen eine formal und inhaltlich einwandfreie schriftliche Ausarbeitung erstellen.

Inhalt

Die Bachelor Thesis ist eine schriftliche, wissenschaftliche Arbeit über ein abgegrenztes Problem. Das Thema und die Aufgabenstellung sind so beschaffen, dass die Bachelor Thesis innerhalb der für die Bearbeitung vorgesehenen Frist abgeschlossen werden kann. Die Bachelor Thesis kann nicht in Form einer Gruppenarbeit erbracht werden.

Voraussetzung(en) Alle Module der Trimester 1 bis 8

Lehrmittel/Methode Einzelbetreuung durch Dozenten der accadis Hochschule

Weiterführende Literatur

Vertiefungsliteratur abhängig vom jeweiligen Thema

PRO 509

Consulting and Research Project

ECTS-Credits: 10|

Lang. of instruction: German or English

Learning Objectives/Outcome

Students can apply their adopted theoretical knowledge to a consulting situation. They have the relevant methodology and cross-functional business knowledge to analyze and develop improvement options at their command. They can develop relevant, focused, and action oriented improvement measures. They can organize implementation and change projects respectively and communicate their recommendation convincingly to client representatives.

Content

- Analyzing a complex situation in an existing international company
- Designing and developing solutions for complex challenges
- Presenting the solution in an appropriate way to the client representative

Prerequisites

- Business Planning, International Management I, Leadership Skills I

Methodology

Group work, workshop, phone-, or video conference with client representative

Reading List and Other Learning Resources

- According to topic and industry

5 Fremdsprachen | Foreign Languages

Die Fremdsprachen werden in einem gesonderten Modulhandbuch
(*Modulhandbuch Fremdsprachen Bachelorstudium*) beschrieben |
See separate Handbook for module descriptors Foreign Languages