
**Modulhandbuch des Studiengangs
Betriebswirtschaft
(Bachelor of Arts)
Campus Eisenach**

Studienrichtung: Handelsmanagement

ab Matrikel 2024

Inhalt

1. Modulliste	2
2. Studienplan	5
2.1 Modulübersicht der Studienrichtung	5
2.2 Übersicht der Lehrveranstaltungsstunden und Leistungspunkte	6
2.3 Übersicht der Prüfungsleistungen	7
2.4 Betriebliche Ausbildungsschwerpunkte der Studienrichtung	8
3. Modulbeschreibungen	9
3.1 Kernmodule des Studiengangs in den Theoriephasen	9
3.1.1 Fachgebiet Allgemeine Betriebswirtschaftslehre.....	9
3.1.2 Fachgebiet Volkswirtschaftslehre.....	17
3.1.3 Fachgebiet Recht.....	23
3.1.4 Fachgebiet Wirtschaftsinformatik.....	27
3.1.5 Fachgebiet Wirtschaftsmathematik/-statistik.....	31
3.1.6 Fachgebiet Rechnungswesen.....	33
3.1.7 Fachgebiet Wirtschaftsenglisch.....	37
3.1.8 Fachgebiet Arbeitstechniken und Kommunikation.....	41
3.2 Spezielle Module der Studienrichtung in den Theoriephasen	43
3.3 Praxismodule und Bachelorarbeit	63
4. Abkürzungsverzeichnis	69

1. Modulliste

Code	Modul	Semester		Stud. Workload (WL)			ECTS-LP	Prüfungsleistung*
		Beginn	Dauer	LVS	Selbststudium (in h)	WL (in h)		
E-HM-ASB-01	Einführung in die allgemeine und branchenspezifische Betriebswirtschaftslehre	1	1	110	106	216	8	Klausurarbeit
E-WT-REC-01	BGB	1	1	60	75	135	5	Klausurarbeit
E-WT-MAT-01	Wirtschaftsmathematik	1	1	60	75	135	5	Klausurarbeit
E-WT-REW-01	Buchführung	1	1	65	70	135	5	Klausurarbeit
E-WT-KAT-01	Wissenschaftliches Arbeiten / Kommunikation und Verhandlungsführung	1	2	80	55	135	5	Seminararbeit
E-WT-PRA-01	Praxisphase I (Projektarbeit I)	1	1	0	135	135	5	Projektarbeit
E-WT-ABW-02	Marketing	2	1	50	31	81	3	Klausurarbeit
E-HM-SBW-02	Spezielle Betriebswirtschaftslehre II: Beschaffungsmanagement und Warenwirtschaft	2	1	55	53	108	4	Seminararbeit oder Klausurarbeit
E-WT-MAT-02	Wirtschaftsstatistik	2	2	60	75	135	5	Klausurarbeit
E-WT-REW-02	Kosten- und Leistungsrechnung	2	1	65	70	135	5	Klausurarbeit
E-HM-PRO-01	Profilmodul I: Marktforschung	2	2	90	72	162	6	Seminararbeit oder Klausurarbeit
E-WT-VWL-01	Einführung in die VWL / Mikroökonomik	2	1	60	75	135	5	Klausurarbeit
E-WT-PRA-02	Praxisphasen II und III (Projektarbeit II)	2	2	0	270	270	10	Projektarbeit
E-WT-ABW-03	Organisation und Personalmanagement	3	1	50	31	81	3	Klausurarbeit
E-HM-SBW-03	Spezielle Betriebswirtschaftslehre III: Handelsmarketing und Konsumentenverhalten	3	1	65	70	135	5	Seminararbeit oder Klausurarbeit
E-WT-INF-01	Wirtschaftsinformatik I	3	1	50	31	81	3	Klausurarbeit

Code	Modul	Semester		Stud. Workload (WL)			ECTS-LP	Prüfungsleistung*
		Beginn	Dauer	LVS	Selbststudium (in h)	WL (in h)		
E-WT-VWL-02	Makroökonomik	3	2	60	75	135	5	Klausurarbeit
E-WT-REC-02	Handels- und Gesellschaftsrecht / Arbeitsrecht	3	2	60	75	135	5	Klausurarbeit
E-WT-ENG-01	Wirtschaftsenglisch I	3	2	70	38	108	4	Seminararbeit oder Klausurarbeit
E-WT-ABW-07	Bilanzierung, Steuern, Investition und Finanzierung	4	1	100	89	189	7	Klausurarbeit
E-HM-SBW-04	Spezielle Betriebswirtschaftslehre IV: Logistik- und Supply-Chain-Management	4	1	55	53	108	4	Seminararbeit oder Klausurarbeit
E-WT-INF-02	Wirtschaftsinformatik II	4	2	80	82	162	6	Klausurarbeit
E-HM-PRO-02	Profilmodul II: Spezielle Themen des Handelsmanagements	4	2	70	65	135	5	Seminararbeit oder Klausurarbeit
E-WT-PRA-05	Praxisphase IV (Praxisprüfung I)	4	1	0	135	135	5	Mündliche Prüfung
E-WT-ABW-08	Controlling und Unternehmensführung	5	2	100	62	162	6	Klausurarbeit
E-HM-SBW-05	Spezielle Betriebswirtschaftslehre V: Projekt-, Prozess-, Service- und Qualitätsmanagement	5	1	110	52	162	6	Seminararbeit oder Klausurarbeit
E-WT-VWL-03	Wirtschaftspolitik	5	1	60	48	108	4	Seminararbeit oder Klausurarbeit
E-WT-ENG-02	Wirtschaftsenglisch II	5	2	70	38	108	4	Seminararbeit oder Klausurarbeit
E-WT-PRA-05	Praxisphase V (Projektarbeit III)	5	1	0	135	135	5	Projektarbeit
E-HM-REC-01	Spezielle Rechts- und Wirtschaftsthemen	6	1	70	65	135	5	Seminararbeit oder Klausurarbeit
E-HM-PRO-03	Profilmodul III: Planspiel	6	1	60	48	108	4	Seminararbeit oder Klausurarbeit

Code	Modul	Semester		Stud. Workload (WL)			ECTS-LP	Prüfungsleistung*
		Beginn	Dauer	LVS	Selbststudium (in h)	WL (in h)		
E-HM-SBW-06	Spezielle Betriebswirtschaftslehre VI: Ausgewählte Aspekte der Internationalisierung und Digitalisierung	6	1	110	52	162	6	Seminararbeit oder Klausurarbeit
E-WT-PRA-06	Praxisphase VI (Praxisprüfung II)	6	1	0	135	135	5	Mündliche Prüfung
E-WT-BAR-01	Bachelorarbeit	6	1	0	324	324	12	Bachelorarbeit

*Allg. Hinweise: Eine Seminararbeit kann als schriftliche Ausarbeitung und/oder als Referat erbracht werden. Sind unterschiedliche Arten von Prüfungsleistungen in einem Modul zulässig, können diese auch kombiniert werden (Portfolioprüfung), wobei dann die Umfänge der betreffenden Prüfungsleistungen entsprechend ihres jeweiligen Anteils für die Modulnote zu reduzieren sind (§ 7 Abs. 1 DHGEPrüfO).

2. Studienplan

2.1 Modulübersicht der Studienrichtung

Fachgebiete	1. Semester	2. Semester	3. Semester	4. Semester	5. Semester	6. Semester
Allgemeine Betriebswirtschaftslehre	Einführung in die allgemeine und branchenspezifische Betriebswirtschaftslehre	Marketing	Organisation und Personalmanagement	Bilanzierung, Steuern, Investition und Finanzierung	Controlling und Unternehmensführung	
Spezielle Betriebswirtschaftslehre (studienrichtungsspezifische Inhalte)		SBWL II: Beschaffungsmanagement und Warenwirtschaft	SBWL III: Handelsmarketing und Konsumentenverhalten	SBWL IV: Logistik- und Supply-Chain-Management	SBWL V: Projekt-, Prozess-, Service- und Qualitätsmanagement	SBWL VI: Ausgewählte Aspekte der Internationalisierung und Digitalisierung
Volkswirtschaftslehre		Einführung in die VWL / Mikroökonomik	Makroökonomik		Wirtschaftspolitik	
Recht	BGB		Handels- und Gesellschaftsrecht / Arbeitsrecht			Spezielle Rechts- und Wirtschaftsthemen
Wirtschaftsinformatik			Wirtschaftsinformatik I	Wirtschaftsinformatik II		
Wirtschaftsmathematik/-statistik	Wirtschaftsmathematik	Wirtschaftsstatistik				
Rechnungswesen	Buchführung	Kosten- und Leistungsrechnung				
Wirtschaftsenglisch			Wirtschaftsenglisch I	Wirtschaftsenglisch II		
Arbeitstechniken u. Kommunikation	Wissenschaftliches Arbeiten / Kommunikation und Verhandlungsführung					
Profilmodule (studienrichtungsspezifische Inhalte)		Profilmodul I: Marktforschung		Profilmodul II: Spezielle Themen des Handelsmanagements		Profilmodul III: Planspiel
Zusatzfächer	Fakultative Zusatzmodule					
Bachelorarbeit						Bachelorarbeit
Praxismodule	Unternehmensspezifische Inhalte					
	Praxisphase I	Praxisphasen II und III		Praxisphase IV	Praxisphase V	Praxisphase VI

2.2 Übersicht der Lehrveranstaltungsstunden und Leistungspunkte

		1. Semester		2. Semester		3. Semester		4. Semester		5. Semester		6. Semester		Σ	
Fachgebiete		LVS	LP	LVS	LP										
Theorie	Alg. Betriebswirtschaftslehre	45	3	50	3	50	3	100	7	50	3	50	3	345	22
	Spezielle Betriebswirtschaftslehre	65	5	55	4	65	5	55	4	110	6	110	6	460	30
	Volkswirtschaftslehre			60	5	30	2	30	3	60	4			180	14
	Recht	60	5			30	3	30	2			70	5	190	15
	Wirtschaftsinformatik					50	3	35	2	45	4			130	9
	Wirtschaftsmathematik/-statistik	60	5	30	3	30	2							120	10
	Rechnungswesen	65	5	65	5									130	10
	Wirtschaftsenglisch					35	2	35	2	35	2	35	2	140	8
	Arbeitstechniken u. Kommunikation	30	2	50	3									80	5
	Profilmodule			30	2	60	4	30	2	40	3	60	4	220	15
	Zusatzfächer	(30)		(30)		(30)		(30)		(30)		(30)		(180)	
	Σ Theoriephase	325	25	340	25	350	24	315	22	340	22	325	20	1995	138
	Bachelorarbeit												12		12
	Σ Theorie		25		25		24		22		22		32		150
Praxis	Praxismodule		5		5		5		5		5		5		30
	Σ Praxis		5		5		5		5		5		5		30
	Σ Gesamt		30		30		29		27		27		37		180

2.3 Übersicht der Prüfungsleistungen

Fachgebiete	1. Semester		2. Semester		3. Semester		4. Semester		5. Semester		6. Semester	
	PL	D	PL	D	PL	D	PL	D	PL	D	PL	D
Allg. Betriebswirtschaftslehre	K	120	K	90	K	90	K	120	K 120			
Spezielle Betriebswirtschaftslehre			SE o. K	90	SE o. K	90	SE o. K	90	SE o. K	120	SE o. K	120
Volkswirtschaftslehre			K	90			K	90	SE o. K	90		
Recht	K	90					K	90			SE o. K	90
Wirtschaftsinformatik					K	90			K	120		
Wirtschaftsmathematik/-statistik	K	90			K	90						
Rechnungswesen	K	90	K	90								
Wirtschaftsenglisch							SE o. K	90			SE o. K	90
Arbeitstechniken u. Kommunikation			SE									
Profilmodule					SE o. K	90			SE o. K	90	SE o. K	90
Bachelorarbeit											BA	
Praxismodule	PR		PR				MP	PR		MP		

2.4 Betriebliche Ausbildungsschwerpunkte der Studienrichtung

Semester	Betriebliche Ausbildungsschwerpunkte in den Praxisphasen	Umfang*
1	<ul style="list-style-type: none"> - Kennenlernen des Unternehmens und Unternehmensumfeldes - Kennenlernen des Produkt- und Leistungsprogramms - Mitarbeit im Tagesgeschäft des Unternehmens - Mitarbeit in theoriephasenadäquaten Funktionsbereichen des Handelsunternehmens - Projektarbeit I 	18 Wochen
2	<ul style="list-style-type: none"> - Marketing und Verkauf - Warenwirtschaft - Mitarbeit in theoriephasenadäquaten Funktionsbereichen des Handelsunternehmens - Projektarbeit II (semesterübergreifend) 	10 Wochen
3	<ul style="list-style-type: none"> - Organisation (Aufbau- und Ablauforganisation) - Personalwirtschaft - Arbeitsschutz - Mitarbeit in theoriephasenadäquaten Funktionsbereichen des Handelsunternehmens - Projektarbeit II (Abschluss) 	12 Wochen
4	<ul style="list-style-type: none"> - Branchenspezifische Datenverarbeitung - Finanz- und Rechnungswesen - Investition, Finanzierung - Mitarbeit in theoriephasenadäquaten Funktionsbereichen des Handelsunternehmens (je nach Art des Unternehmens) - Praxisprüfung I 	12 Wochen
5	<ul style="list-style-type: none"> - Tätigkeitsbereiche nach Absprache sowie in bereichsübergreifenden Funktionen (eigenständiges Arbeiten in ausgewählten Funktionsbereichen) - Projektarbeit III 	10 Wochen
6	<ul style="list-style-type: none"> - Tätigkeitsbereiche nach Absprache sowie in bereichsübergreifenden Funktionen (eigenständiges Arbeiten in ausgewählten Funktionsbereichen) - Bachelorarbeit - Praxisprüfung II 	22 Wochen

* einschließlich der Urlaubsansprüche der Studierenden

3. Modulbeschreibungen

3.1 Kernmodule des Studiengangs in den Theoriephasen

3.1.1 Fachgebiet Allgemeine Betriebswirtschaftslehre

Studiengang: Betriebswirtschaft		Verwendbarkeit - Studienrichtung: Handelsmanagement		Verwendbarkeit - Fachgebiet: Allgemeine Betriebswirtschaftslehre		
Code: E-WT-ABW-02		Modulbezeichnung (deutsch/englisch): Marketing / Marketing			Modultyp: Kernmodul	
LVS: 50	Workload (h): 81	Leistungspunkte: 3	Beginn (Sem.): 2	Dauer (Sem.): 1	Fächerzahl: 1	
Voraussetzungen für die Teilnahme: Fachsemester laut Studienplan der Studienordnung gemäß § 47 Abs. 7 ThürHG				Häufigkeit des Angebots: einmal pro Jahr		
Lehrform: Vorlesung / Seminar			Modulverantwortlicher: Prof. Dr. Reinhard Herrmann			
Prüfungsart: Klausurarbeit		Prüfungsdauer (min): 90	Prüfungstermin: nach Abschluss der LV, spätestens Prüfungswoche			
Anmerkungen:						
Submodule/Fächer (falls vorhanden):						
Subcode	Name			LVS	BG	LF
Qualifikationsziele:						
<p>Den Studierenden sollen fundierte Kenntnisse vermittelt werden über</p> <ul style="list-style-type: none"> - die Marktbeziehungen von Unternehmen und Institutionen sowie die aus diesen abgeleitete Notwendigkeit einer marktorientierten Unternehmensführung mit den diesbezüglichen Aufgabenbereichen und institutionellen Besonderheiten des Marketing, - die historische Herausbildung des Marketing im Allgemeinen und die Entwicklungsphasen desselben in Deutschland im Speziellen, - die planvolle Umsetzung des Marketing über die komplex verbundenen Basiselemente einer Marketing-Konzeption, - die Systemik des Marketing, welche nicht zuletzt auf einer differenzierten Analyse der gegebenen unternehmensin- und -externen Rahmenbedingungen fußt, - Entscheidungsaspekte der Identifizierung, Operationalisierung und Integration von Marketing-Zielen, - relevante Basis-Strategien des Marketing im systemischen Kontext einer Marketing-Konzeption, - die Analyse, Planung und Anwendung einer zielgruppenspezifischen und situationsadäquaten Kombination und Koordination des im Produktgeschäft primär zur Verfügung stehenden Marketing-Instrumentariums aus Produkt- und Programm-/Sortimentspolitik, Preis- und Konditionenpolitik, Distributionspolitik und Kommunikationspolitik. <p>Die Studierenden sollen nach Abschluss des Moduls in der Lage sein,</p> <ul style="list-style-type: none"> - die Notwendigkeit einer marktorientierten Unternehmensführung nicht nur vor dem Hintergrund sich wandelnder Märkte auf lokaler und globaler Ebene zu erkennen sowie in ihrer beruflichen Praxis konsequent „vom Markt her und zum Markt hin“ zu denken und zu handeln, - die Spezifika des Marketing ihrer Branche mit den gegebenen institutionellen Besonderheiten des Marketing zu benennen, - die Basiselemente einer Marketing-Konzeption in deren komplexen und systemischen Bezugsrahmen unternehmensindividuell zu erarbeiten, - Möglichkeiten und Maßnahmen einer fundierten Situationsanalyse, die Marketingziel- und -strategienfestlegung 						

- zu erarbeiten,
- eine zielgruppenspezifische und situationsadäquate Kombination und Koordination des zur Verfügung stehenden Marketing-Instrumentariums abzuleiten,
 - Grundfragen des Marketing-Controlling im Kontext der Marketing-Konzeption zu benennen,
 - mögliche Interessenskonflikte sowie relevante fachspezifische Probleme des Marketing innerhalb und außerhalb eines Unternehmen oder einer Institution zu erkennen und zu versuchen, diese zu minimieren bzw. zu lösen.

Literatur (in der jeweils aktuellen Auflage):

Bruhn, M.: Marketing. Grundlagen für Studium und Praxis, Wiesbaden/Heidelberg/Berlin
Kotler, P./ Bliemel, F.: Marketing-Management. Analyse, Planung, Umsetzung und Steuerung, Stuttgart
Meffert, H.: Marketing. Grundlagen der Absatzpolitik, Wiesbaden/Heidelberg/Berlin

Lehrinhalte:

1. Grundlagen des Marketing
2. Marketing als Management-Konzept
3. Situationsanalyse als Basis einer Marketing-Konzeption
4. Marketing-Ziele
5. Marketing-Strategien
6. Instrumente der Marktgestaltung und Grundlagen des Käuferverhaltens
7. Produkt- und Programm-/Sortimentspolitik
8. Entgeltpolitik
9. Distributionspolitik
10. Kommunikationspolitik
11. Aktuelle Aspekte und Problembereiche des Marketing

Studiengang: Betriebswirtschaft		Verwendbarkeit - Studienrichtung: Handelsmanagement		Verwendbarkeit - Fachgebiet: Allgemeine Betriebswirtschaftslehre		
Code: E-WT-ABW-03		Modulbezeichnung (deutsch/englisch): Organisation und Personalmanagement / Organisation and Human Resource Management			Modultyp: Kernmodul	
LVS: 50	Workload (h): 81	Leistungspunkte: 3	Beginn (Sem.): 3	Dauer (Sem.): 1	Fächerzahl: 1	
Voraussetzungen für die Teilnahme: Fachsemester laut Studienplan der Studienordnung gemäß § 47 Abs. 7 ThürHG				Häufigkeit des Angebots: einmal pro Jahr		
Lehrform: Vorlesung / Seminar			Modulverantwortlicher: Prof. Dr. Claudia Niebergall			
Prüfungsart: Klausurarbeit		Prüfungsdauer (min): 90	Prüfungstermin: nach Abschluss der LV, spätestens Prüfungswoche			
Anmerkungen:						
Submodule/Fächer (falls vorhanden):						
Subcode	Name			LVS	BG	LF
Qualifikationsziele:						
Den Studierenden sollen fundierte Kenntnisse vermittelt werden über Grundlagen der Aufbau- und Prozessorganisation sowie die Funktionen und Bereiche der betrieblichen Personalwirtschaft sowie deren praktische Ausgestaltung.						
Die Studierenden sollen Verständnis über die Inhalte und Zusammenhänge erwerben über						
- die Verzahnung der Aufbauorganisation mit der Prozessorganisation in Organisationen,						
- die Verzahnung der einzelnen Aufgaben, Bereiche und Prozesse des Personalmanagements,						
- die Auswirkungen der Organisationsentscheidungen und von Entscheidungen des Personalmanagements auf die betriebliche Effektivität und Rentabilität.						
Literatur (in der jeweils aktuellen Auflage):						
Teil: Organisation						
Schreyögg, G.: Grundlagen der Organisation. Basiswissen für Studium und Praxis, Wiesbaden						
Vahs, D.: Organisation: Einführung in die Organisationstheorie und -praxis, Stuttgart						
Teil: Personalmanagement						
Bröckermann, R.: Personalwirtschaft. Lehr- und Übungsbuch für Human Resource Management, Stuttgart						
Holtbrügge, D.: Personalmanagement, Berlin						
Lehrinhalte:						
Teil: Organisation						
1. Grundlagen der Organisation: Begriffserläuterung; Ziele und Aufgaben von Organisationen						
2. Die Aufbauorganisation eines Unternehmens						
3. Die Prozessorganisation eines Unternehmens						
4. Verzahnung der Aufbauorganisation mit der Prozessorganisation in Organisationen						
Teil: Personalmanagement						

-
1. Grundlagen des Personalmanagements
 2. Personalbedarfsplanung
 3. Personalbeschaffung
 4. Personaleinsatz
 5. Personalentlohnung
 6. Personalfreisetzung

Studiengang: Betriebswirtschaft		Verwendbarkeit - Studienrichtung: Handelsmanagement		Verwendbarkeit - Fachgebiet: Allgemeine Betriebswirtschaftslehre		
Code: E-WT-ABW-07		Modulbezeichnung (deutsch/englisch): Bilanzierung, Steuern, Investition und Finanzierung / Financial Accounting, Business Taxation, Investment and Financing			Modultyp: Kernmodul	
LVS: 100	Workload (h): 189	Leistungspunkte: 7	Beginn (Sem.): 4	Dauer (Sem.): 1	Fächerzahl: 2	
Voraussetzungen für die Teilnahme: Fachsemester laut Studienplan der Studienordnung gemäß § 47 Abs. 7 ThürHG				Häufigkeit des Angebots: einmal pro Jahr		
Lehrform: Vorlesung / Übung			Modulverantwortlicher: Prof. Dr. Marcel Clermont			
Prüfungsart: Klausurarbeit		Prüfungsdauer (min): 120	Prüfungstermin: nach Abschluss der LV, spätestens Prüfungswoche			
Anmerkungen:						
Submodule/Fächer (falls vorhanden):						
Subcode	Name			LVS	BG	LF
E-WT-ABW-07.1	Investition und Finanzierung			50	4	V/Ü
E-WT-ABW-07.2	Bilanzierung und Steuern			50	4	V/Ü
Qualifikationsziele:						
<p>Den Studierenden sollen fundierte Kenntnisse vermittelt werden über</p> <ul style="list-style-type: none"> - die grundlegenden Aufgaben und betriebswirtschaftlichen Zusammenhänge bei der Planung, Durchführung und Kontrolle von Investitionen, - den stufenweisen Gesamtprozess einer betrieblichen Investition von der Idee/Anforderung bis zur Nutzung der Ergebnisse der Investition im betrieblichen Prozess, - die verschiedenen Rechnungsverfahren der Investitionsrechnung und ihre Anwendungsbedingungen, - die grundlegenden Zusammenhänge der Finanzierung eines Unternehmens sowie der Arten und Quellen der betrieblichen Finanzierungsprozesse, - die kurz- und langfristigen betrieblichen Wirkungen sowie Vor- und Nachteile verschiedener Finanzierungsarten der Außen- und Innenfinanzierung, - die Formen, Methoden und Instrumente der lang-, mittel- und kurzfristigen Finanzplanung - die Grundlagen zur Erstellung eines Jahresabschluss nach HGB, - die grundlegenden Struktur- und Bewertungsregeln zur Erstellung einer handelsrechtlichen Bilanz, - die Zusammenhänge und Unterschiede zwischen Steuerrecht und Handelsrecht, - die Struktur des Steuerrechts sowie die rechtlichen Grundlagen der Steuerarten, - die Berechnungsverfahren für wichtige Unternehmenssteuern. <p>Die Studierenden sollen nach Abschluss des Moduls in der Lage sein,</p> <ul style="list-style-type: none"> - Wirtschaftlichkeitsrechnungen für Investitionen entsprechend unterschiedlichen Aufgabenstellungen durchzuführen, - Finanzierungs- und Liquiditätspläne zu interpretieren und auszuarbeiten, - begründete Auswahlentscheidungen zu den Arten und Quellen der betrieblichen Finanzierungsmaßnahmen vorzuschlagen, - die grundlegende Struktur einer Handelsbilanz und ihrer Positionen zu erörtern, - Bewertungen grundlegender Vermögensposition in einer Handelsbilanz vorzunehmen, - Unterschiede zwischen der Bewertung in Handels- und Steuerbilanz zu erörtern, - steuerliche Berechnungen zu Standardfällen in ausgewählten Steuerarten (z.B. Einkommensteuer, Gewerbesteuer, Umsatzsteuer und Körperschaftsteuer) durchzuführen oder nachzuvollziehen, - steuerrechtliche Prozesse im Unternehmen, insbesondere in den Bereichen Einkommensteuer, Körperschaftsteuer, Umsatzsteuer und Gewerbesteuer zu bewerten und zu erklären. 						

Literatur (in der jeweils aktuellen Auflage):

Zu E-WT-ABW-07.1 (Investition und Finanzierung)

Breuer, W.: Investition I – Entscheidungen bei Sicherheit, Wiesbaden

Jahrmann, F.U.: Finanzierung, Herne/Berlin

Olfert, K.: Investition, Ludwigshafen

Olfert, K. / Reichel, C.: Finanzierung, Ludwigshafen

Zu E-WT-ABW-07.2 (Bilanzierung und Steuern)

Bornhofen, M.: Steuerlehre 1 und 2, Wiesbaden

Meyer, C. / Theile, C.: Bilanzierung nach Handels- und Steuerrecht, Herne

Roos, B.: Grundlagen der Bilanzierung, München

Lehrinhalte:

Zu E-WT-ABW-07.1 (Investition und Finanzierung)

1. Grundlagen der Investitions- und Finanzrechnung
2. Statische Investitionsrechenverfahren
3. Dynamische Investitionsrechenverfahren
4. Arten und Möglichkeiten der Finanzierung
5. Finanzplanung

Zu E-WT-ABW-07.2 (Bilanzierung und Steuern)

1. Grundlagen eines Jahresabschlusses in Deutschland
 - Gemeinsamkeiten und Unterschiede zwischen unterschiedlichen Bilanzen (Handelsbilanz, Steuerbilanz, IFRS-Konzernbilanz)
 - Grundlegende Rechtsvorschriften
2. Grundlagen der Bilanzierung nach HGB
 - Bilanzansatzvorschriften
 - Bewertungsvorschriften
 - Problematik der Periodisierung und Bilanzpolitik
3. Grundlagen der betrieblichen Steuerlehre und Abgabenordnung
 - Grundzüge und Übersicht des Steuersystems und der Steuergesetzgebung
 - Zuständigkeit der Finanzbehörden, Steuerverwaltungsakt und Fristen, Ermittlungsverfahren/Festsetzungs- und Feststellungsverfahren, Erhebungsverfahren/Rechtsbehelfsverfahren
4. Steuerarten und ihre Berechnungsprinzipien
 - Gewerbesteuer
 - Einkommensteuer
 - Körperschaftsteuer
 - Umsatzsteuer
5. Abweichende Ansatz- und Bewertungsvorschriften zwischen Handels- und Steuerbilanz

Studiengang: Betriebswirtschaft		Verwendbarkeit - Studienrichtung: Handelsmanagement		Verwendbarkeit - Fachgebiet: Allgemeine Betriebswirtschaftslehre		
Code: E-WT-ABW-08		Modulbezeichnung (deutsch/englisch): Controlling und Unternehmensführung / Managerial Accounting and Corporate Management			Modultyp: Kernmodul	
LVS: 100	Workload (h): 162	Leistungspunkte: 6	Beginn (Sem.): 5	Dauer (Sem.): 2	Fächerzahl: 2	
Voraussetzungen für die Teilnahme: Fachsemester laut Studienplan der Studienordnung gemäß § 47 Abs. 7 ThürHG				Häufigkeit des Angebots: einmal pro Jahr		
Lehrform: Vorlesung / Übung			Modulverantwortlicher: Prof. Dr. Marcel Clermont Prof. Dr. Uwe Straubel			
Prüfungsart: Klausurarbeit		Prüfungsdauer (min): 120	Prüfungstermin: nach Abschluss der LV, spätestens Prüfungswoche			
Anmerkungen:						
Submodule/Fächer (falls vorhanden):						
Subcode	Name			LVS	BG	LF
E-WT-ABW-08.1	Controlling			50	5	V/Ü
E-WT-ABW-08.2	Unternehmensführung			50	6	V/Ü
Qualifikationsziele:						
<p>Den Studierenden sollen fundierte Kenntnisse vermittelt werden über</p> <ul style="list-style-type: none"> - die Grundlagen und betrieblichen Aufgabenbereiche des Controllings und die Unterstützung der Führungsprozesse aus praktischer und theoretischer Sicht (Controlling-Konzeptionen), - allgemeine Bewertungsprinzipien eines entscheidungsorientierten Controllings, - ausgewählte Methoden und Instrumente des operativen und strategischen Controllings. - die Grundlagen der Unternehmensführung auf allen Ebenen eines Unternehmens, - die wesentlichen Inhalte und Aufgaben des strategischen und des operativen Managements, - die Möglichkeiten des Einsatzes allgemeiner und spezieller Managementtechniken für die Analyse, Planung und das Treffen von Führungsentscheidungen, - die Prozessabläufe und Vorgehensmodelle in Führungskreisläufen - den Aufbau und die Struktur verschiedener Modelle und Methoden der Unternehmensführung. <p>Die Studierenden sollen nach Abschluss des Moduls in der Lage sein,</p> <ul style="list-style-type: none"> - betriebswirtschaftliche Entscheidungsprobleme systematisch zu analysieren, Lösungsalternativen zu entwickeln und zu bewerten und Entscheidungen vorzuschlagen, - ausgewählte Methoden und Instrumente des Controllings für die entsprechenden Aufgabenstellungen auszuwählen und einzusetzen, - Führungsprozesse auf allen Unternehmensebenen systematisch zu analysieren sowie effizient und effektiv zu gestalten, - die Methoden und Techniken der strategischen und operativen Führungsprozesse zielführend anzuwenden, - zur Lösung betriebswirtschaftlicher Entscheidungsprobleme geeignete Methoden und Instrumente auszuwählen - systematisch für die Analyse einzusetzen, Lösungsalternativen zu entwickeln und zu bewerten sowie erforderliche Entscheidungsprozesse zu initiieren und durchzusetzen, - grundlegende Entwicklungen der Führungs- und Organisationstheorie zu bewerten und in den Kontext vorgegebener Szenarien einzuordnen, - die wesentlichen Auswirkungen von strategischen Entscheidungen auf Unternehmens- und auf Geschäftsfeldebene auf die betriebswirtschaftlichen Ziele und Kennzahlen zu analysieren, - moderne Ansätze unternehmensübergreifender kooperativer Geschäftsmodelle sowie von Ökosystemen zu integrieren. 						

Literatur (in der jeweils aktuellen Auflage:

Zu E-WT-ABW-08.1 (Controlling und Unternehmensführung I)

Ewert, R. / Wagenhofer, A.: Interne Unternehmensrechnung, Berlin/Heidelberg

Küpper, H.-U. / Friedl, G. / Hofmann, C. / Hofmann, Y. E. / Pedell, B.: Controlling – Konzeption, Aufgaben, Instrumente, Stuttgart

Weber, J. / Schäffer, U.: Einführung in das Controlling, Stuttgart

Zu E-WT-ABW-08.2 (Controlling und Unternehmensführung II)

Stoi, R. / Dillerup, R.: Unternehmensführung, München

Hungenberg, H. / Wulf, T.: Grundlagen der Unternehmensführung, Wiesbaden

Kreikebaum, H.: Strategisches Management, Stuttgart

Macharzina, K. / Wolf, J.: Unternehmensführung: Das internationale Managementwissen, Wiesbaden

Schreyögg, G. / Koch, J.: Grundlagen des Managements, Wiesbaden

Lehrinhalte:

Zu E-WT-ABW-08.1 (Controlling)

1. Grundlagen und Zielsetzungen des Controllings
2. Allgemeine Controlling-Instrumente zur Entscheidungsunterstützung
3. Spezifische Methoden und Instrumente des operativen Controllings
4. Spezifische Methoden und Instrumente des strategischen Controllings

Zu E-WT-ABW-08.2 (Unternehmensführung)

1. Grundlagen und Zielsetzungen der Unternehmensführung
2. Strategische Unternehmensführung
3. Kompetenzbasierte Unternehmensführung
4. Integrative Nutzung von Managementtechniken für komplexe Entscheidungssituationen
5. Ausgewählte Aspekte und Trends der Unternehmensführung

3.1.2 Fachgebiet Volkswirtschaftslehre

Studiengang: Betriebswirtschaft		Verwendbarkeit - Studienrichtung: Handelsmanagement		Verwendbarkeit - Fachgebiet: Volkswirtschaftslehre		
Code: E-WT-VWL-01		Modulbezeichnung (deutsch/englisch): Einführung in die VWL/Mikroökonomik / Introduction to Economics/Microeconomics			Modultyp: Kernmodul	
LVS: 60	Workload (h): 135	Leistungspunkte: 5	Beginn (Sem.): 2	Dauer (Sem.): 1	Fächerzahl: 1	
Voraussetzungen für die Teilnahme: Fachsemester laut Studienplan der Studienordnung gemäß § 47 Abs. 7 ThürHG				Häufigkeit des Angebots: einmal pro Jahr		
Lehrform: Vorlesung			Modulverantwortlicher: Prof. Dr. Andreas Müller			
Prüfungsart: Klausurarbeit		Prüfungsdauer (min): 90	Prüfungstermin: nach Abschluss der LV, spätestens Prüfungswoche			
Anmerkungen:						
Submodule/Fächer (falls vorhanden):						
Subcode	Name			LVS	BG	LF
Qualifikationsziele:						
<p>Den Studierenden sollen fundierte Kenntnisse vermittelt werden über</p> <ul style="list-style-type: none"> - die allgemeinen Grundlagen der Volkswirtschaftslehre, - die Motive und Bedingungen für wirtschaftlich rationales Verhalten der Wirtschaftssubjekte (Haushalte und Unternehmen), - die grundlegenden Entscheidungsprobleme der Wirtschaftssubjekte (Konsumgüterwahl, Arbeitsangebot, Sparen, Faktornachfragen, Güterangebot u.a.), - die Herleitung individueller und gesamtwirtschaftlicher Verhaltensfunktionen aus den jeweiligen mikroökonomischen Entscheidungskalkülen, - den Preisbildungs- bzw. Gleichgewichtsbildungsprozess in unterschiedlichen Marktformen. <p>Die Studierenden sollen nach Abschluss des Moduls in der Lage sein,</p> <ul style="list-style-type: none"> - gegebene Entscheidungsprobleme der Wirtschaftssubjekte mit mikroökonomischen Methoden abzubilden, - die möglichen Einflüsse der Änderung einzel- oder gesamtwirtschaftlicher Rahmenbedingungen auf das Verhalten der Wirtschaftssubjekte zu analysieren sowie - die hieraus resultierenden Effekte auf das Marktgleichgewicht zu bestimmen. 						
Literatur (in der jeweils aktuellen Auflage):						
<p>Baßeler, U. / Heinrich, J. / Utecht, B.: Grundlagen und Probleme der Volkswirtschaft, Stuttgart Bartling, H. /Luzius, F.: Grundzüge der Volkswirtschaftslehre, München Samuelson, P. / Nordhaus, W.: Volkswirtschaftslehre, München Siebert, H., Einführung in die Volkswirtschaftslehre, Stuttgart Varian, H.R.: Grundzüge der Mikroökonomik, München</p>						

Lehrinhalte:

1. Grundtatbestände der Volkswirtschaft
2. Haushaltstheorie und Nutzenmaximierung
3. Unternehmens-, Produktions- und Kostentheorie
4. Preisbildung und Marktformen
5. Spieltheorie

Studiengang: Betriebswirtschaft		Verwendbarkeit - Studienrichtung: Handelsmanagement		Verwendbarkeit - Fachgebiet: Volkswirtschaftslehre		
Code: E-WT-VWL-02		Modulbezeichnung (deutsch/englisch): Makroökonomik / Macroeconomics			Modultyp: Kernmodul	
LVS: 60	Workload (h): 135	Leistungspunkte: 5	Beginn (Sem.): 3	Dauer (Sem.): 2	Fächerzahl: 2	
Voraussetzungen für die Teilnahme: Fachsemester laut Studienplan der Studienordnung gemäß § 47 Abs. 7 ThürHG				Häufigkeit des Angebots: einmal pro Jahr		
Lehrform: Vorlesung			Modulverantwortlicher: Prof. Dr. Andreas Müller			
Prüfungsart: Klausurarbeit		Prüfungsdauer (min): 90	Prüfungstermin: nach Abschluss der LV, spätestens Prüfungswoche			
Anmerkungen:						
Submodule/Fächer (falls vorhanden):						
Subcode	Name			LVS	BG	LF
E-WT-VWL-02.1	Grundlagen der Makroökonomik			30	3	V
E-WT-VWL-02.2	Stabilitätspolitik und moderne Makroökonomik			30	4	V
Qualifikationsziele:						
Den Studierenden sollen fundierte Kenntnisse vermittelt werden über						
<ul style="list-style-type: none"> - den Wirtschaftskreislauf und die Interdependenz der Märkte, - den Aufbau der volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung, ihre wichtigsten Kennzahlen und deren Interpretation, - zentrale Erklärungsansätze für die Entstehung von Einkommen, Beschäftigung und Wirtschaftswachstum, - die aus den Erklärungsansätzen resultierenden stabilitätspolitischen Strategien, - die empirische Stabilitätspolitik in der Bundesrepublik Deutschland im Zeitverlauf, - die Hintergründe der aktuellen stabilitätspolitischen Strategiedebatte, - die kurz- und langfristigen Auswirkungen konkreter stabilitätspolitischer Maßnahmen aus Sicht der modernen Einkommens- und Beschäftigungstheorie. 						
Die Studierenden sollen nach Abschluss des Moduls in der Lage sein, auf Basis wirtschaftswissenschaftlicher Erkenntnisse						
<ul style="list-style-type: none"> - die gesamtwirtschaftlichen Konsequenzen sowie die Erfolgchancen aktueller stabilitätspolitischer Maßnahmen einzuschätzen, - sich innerhalb der aktuellen stabilitätspolitischen Strategiedebatte begründet zu positionieren. 						
Literatur (in der jeweils aktuellen Auflage):						
Baßeler, U. / Heinrich, J. / Utecht, B.: Grundlagen und Probleme der Volkswirtschaft, Stuttgart						
Blanchard, O. / Illing, G.: Makroökonomie, München						
Felderer, B. / Homburg, St.: Makroökonomik und neue Makroökonomik, Berlin/München						
Mankiw, N.G.: Makroökonomik, Stuttgart						
Lehrinhalte:						
Zu E-WT-VWL-02.1 (Grundlagen der Makroökonomik)						
1. Wirtschaftskreislauf und Volkswirtschaftliche Gesamtrechnung (VGR)						
2. Grundmodell der klassisch-neoklassischen Einkommens- und Beschäftigungstheorie						
3. Grundmodell der keynesianischen Einkommens- und Beschäftigungstheorie						

Zu E-WT-VWL-02.2 (Stabilitätspolitik und moderne Makroökonomik)

1. Stabilitätspolitik in der Bundesrepublik Deutschland
2. Moderne angebotsorientierte Makroökonomik und Stabilitätspolitik
3. Moderne nachfrageorientierte Makroökonomik und Stabilitätspolitik
4. Diskussion aktueller Politikansätze aus Sicht der modernen Makroökonomik

Studiengang: Betriebswirtschaft		Verwendbarkeit - Studienrichtung: Handelsmanagement		Verwendbarkeit - Fachgebiet: Volkswirtschaftslehre	
Code: E-WT-VWL-03		Modulbezeichnung (deutsch/englisch): Wirtschaftspolitik / Economic Policy			Modultyp: Kernmodul
LVS: 60	Workload (h): 108	Leistungspunkte: 4	Beginn (Sem.): 5	Dauer (Sem.): 1	Fächerzahl: 2
Voraussetzungen für die Teilnahme: Fachsemester laut Studienplan der Studienordnung gemäß § 47 Abs. 7 ThürHG				Häufigkeit des Angebots: einmal pro Jahr	
Lehrform: Vorlesung			Modulverantwortlicher: Prof. Dr. Andreas Müller		
Prüfungsart: Seminararbeit oder Klausurarbeit		Prüfungsdauer (min): 90	Prüfungstermin: nach Vereinbarung		
Anmerkungen:					
Submodule/Fächer (falls vorhanden):					
Subcode	Name		LVS	BG	LF
E-WT-VWL-03.1	Außenwirtschaftspolitik		30	5	V
E-WT-VWL-03.2	Finanzpolitik		30	5	V
Qualifikationsziele:					
Die Studierenden bekommen durch dieses Modul einen grundlegenden Einblick in die internationale Wirtschaftspolitik und nationale Finanzpolitik moderner Volkswirtschaften.					
Zu E-WT-VWL-03.1 (Außenwirtschaftspolitik)					
Den Studierenden sollen fundierte Kenntnisse vermittelt werden über					
<ul style="list-style-type: none"> - die unterschiedlichen Formen außenwirtschaftlicher Transaktionen, - die fundamentalen Gründe und wohlfahrtstheoretischen Konsequenzen des Außenhandels, - die zentralen Rahmenbedingungen offener Volkswirtschaften unter unterschiedlichen Wechselkursregimen (freie Wechselkurse, feste Wechselkurse, Währungsunion), - den Aufbau der Zahlungsbilanz eines Landes, - die Bedeutung der Außenwirtschaft für die Bundesrepublik Deutschland, - die Entwicklung der Globalisierung der Weltwirtschaft und ihre Folgen für die Bundesrepublik. 					
Die Studierenden sollen nach Abschluss des Moduls in der Lage sein, auf Basis wirtschaftswissenschaftlicher Erkenntnisse					
<ul style="list-style-type: none"> - den Einfluss weltwirtschaftlicher Ereignisse auf die inländische Wirtschaftsentwicklung einzuschätzen und - die binnenwirtschaftlichen Auswirkungen konkreter wirtschaftspolitischer Maßnahmen unter den Bedingungen des zunehmenden internationalen Wettbewerbs für die kurze und die lange Frist zu analysieren. 					
Zu E-WT-VWL-03.2 (Finanzpolitik)					
Den Studierenden sollen fundierte Kenntnisse vermittelt werden über					
<ul style="list-style-type: none"> - die Finanzverfassung der Bundesrepublik Deutschland und ihre zentralen finanzpolitischen Probleme, - die vielfältigen Ziele und Instrumente der modernen Finanzpolitik, - die möglichen Gründe für finanzpolitische Eingriffe des Staates (Formen des Marktversagens), - die mit der Anwendung der finanzpolitischen Instrumente einhergehenden Anreizwirkungen einschließlich ihrer Probleme (Mitnahmeeffekte, Steuerüberwälzung, Mehrbelastung etc.) - die Auswirkungen finanzpolitischer Eingriffe auf das Gleichgewicht der Märkte. 					
Die Studierenden sollen nach Abschluss des Moduls in der Lage sein, auf Basis wirtschaftswissenschaftlicher Erkenntnisse					
- aktuelle finanzpolitische Maßnahmen und Strategieansätze in der Bundesrepublik Deutschland zu analysieren					

und zu bewerten sowie
- die Möglichkeiten und Grenzen der Finanzpolitik für ausgewählte Politikfelder einzuschätzen.

Literatur (in der jeweils aktuellen Auflage):

Zu E-WT-VWL-03.1 (Außenwirtschaftspolitik)
Baßeler, U. / Heinrich, J. / Utecht, B.: Grundlagen und Probleme der Volkswirtschaft, Stuttgart
Siebert, H.: Außenwirtschaft, Stuttgart
Jarchow, H.J. / Rühmann, P.: Monetäre Außenwirtschaft I, Stuttgart
Jarchow, H.J. / Rühmann, P.: Monetäre Außenwirtschaft II, Stuttgart
Rose, K. / Sauernheimer, K.: Theorie der Außenwirtschaft, München

Zu E-WT-VWL-03.2 (Finanzpolitik)
Brümmerhoff, D.: Finanzwissenschaft, München
Fritsch, M. / Wein, Th. / Ewers, H.-J.: Marktversagen und Wirtschaftspolitik, München
Stiglitz, J.E. / Schönfelder, B.: Finanzwissenschaft, München
Zimmermann, H. / Henke, K.-D.: Finanzwissenschaft, München

Lehrinhalte:

Zu E-WT-VWL-03.1 (Außenwirtschaftspolitik)

1. Internationaler Handel aus volkswirtschaftlicher Sicht
2. Aufbau und Bestimmungsgründe der Zahlungsbilanz
3. Wechselkurse und Wechselkursbildung
4. Wirtschaftspolitik in der offenen Volkswirtschaft aus nachfragetheoretischer Sicht
5. Wirtschaftspolitik in der offenen Volkswirtschaft aus angebotstheoretischer Sicht

Zu E-WT-VWL-03.2 (Finanzpolitik)

1. Gegenstand und Fragestellungen der modernen Finanzwissenschaft
2. Grundzüge der öffentlichen Finanzwirtschaft der Bundesrepublik Deutschland
3. Effizienz von Marktssystemen und Marktversagen als Begründung finanzpolitischer Eingriffe
4. Instrumente der staatlichen Einnahmenpolitik und ihre theoretischen Wirkungen
5. Subventionen und ihre theoretischen Wirkungen
6. Aktuelle finanzpolitische Probleme aus finanzwissenschaftlicher Sicht

3.1.3 Fachgebiet Recht

Studiengang: Betriebswirtschaft		Verwendbarkeit - Studienrichtung: Handelsmanagement		Verwendbarkeit - Fachgebiet: Recht		
Code: E-WT-REC-01		Modulbezeichnung (deutsch/englisch): BGB / German Civil Code			Modultyp: Kernmodul	
LVS: 60	Workload (h): 135	Leistungspunkte: 5	Beginn (Sem.): 1	Dauer (Sem.): 1	Fächerzahl: 1	
Voraussetzungen für die Teilnahme: Fachsemester laut Studienplan der Studienordnung gemäß § 47 Abs. 7 ThürHG				Häufigkeit des Angebots: einmal pro Jahr		
Lehrform: Vorlesung / Seminar			Modulverantwortlicher: Prof. Dr. Thomas Müller			
Prüfungsart: Klausurarbeit		Prüfungsdauer (min): 90	Prüfungstermin: nach Abschluss der LV, spätestens Prüfungswoche			
Anmerkungen:						
Submodule/Fächer (falls vorhanden):						
Subcode	Name			LVS	BG	LF
Qualifikationsziele:						
<p>Den Studierenden sollen fundierte Kenntnisse vermittelt werden über</p> <ul style="list-style-type: none"> - die Bedeutung des Rechts und die Entstehung von Rechtsnormen, den Begriff des Privatrechts und dessen Abgrenzung zum öffentlichen Recht, die Systematik des bürgerlichen Rechts im Sinne eines allgemeinen Privatrechts in Abgrenzung zum Sonderprivatrecht, - das Zustandekommen von Verträgen, deren Wirksamkeitsvoraussetzungen und die rechtliche Einordnung von Willensmängeln, die Möglichkeiten zivilrechtlicher Verteidigung gegenüber einem Anspruch, die Einbeziehung und Wirksamkeit von Allgemeinen Geschäftsbedingungen, - die Rechtslage bei Unmöglichkeit, Verzögerung oder Schlechterbringung einer Leistung, die Grundzüge des Bereicherungs- und Deliktsrechts, - die Grundlagen des Sachenrechts, - die rechtlichen Möglichkeiten zur Absicherung des Gläubigers bei Zahlungsausfall des Schuldners, - die juristische Arbeitsmethode zur Lösung einschlägiger Fälle des Bürgerlichen Rechts. <p>Die Studierenden sollen nach Abschluss des Moduls in der Lage sein,</p> <ul style="list-style-type: none"> - Rechtsfragen zu den vermittelten Lehrinhalten zu beantworten, - Rechtsstreitigkeiten zu entscheiden bzw. solchen vorzubeugen, - die einschlägigen gesetzlichen Bestimmungen des bürgerlichen Rechts auf einen zu Übungs- oder Prüfzwecken geschilderten oder tatsächlichen Lebenssachverhalt aus dem Tätigkeitsbereich ihres jeweiligen Praxispartners anzuwenden, selbstständig zu prüfen, ob der Lebenssachverhalt den gesetzlichen Tatbestand der Rechtsnorm erfüllt, gegebenenfalls die sich aus dem Gesetz für den konkreten Fall ergebenden Rechtsfolgen festzustellen, - den Lösungsweg in der gebotenen Ausdrucksweise in der vorgegebenen Zeit auszuformulieren. 						
Literatur (in der jeweils aktuellen Auflage):						
<p>Brox, H. / Walker W.-D.: Allgemeiner Teil des BGB, München Brox, H. / Walker W.-D.: Allgemeines Schuldrecht, München Brox, H. / Walker W.-D.: Besonderes Schuldrecht, München Mehrings, J. / Hesse, K. / Herzog, R. / Kurtz, T.: Grundzüge des Wirtschaftsprivatrechts, München Schnauder, F.: Grundzüge des Privatrechts für den Bachelor, Heidelberg Wörlen R. / Kokemoor, A. / Lohrer, S.: Sachenrecht mit Kreditsicherungsrecht, München</p> <p>Gesetzestext (jeweils in der aktuellen Ausgabe): Bürgerliches Gesetzbuch (BGB), Textausgabe, München</p>						

Lehrinhalte:

1. Einführung in das allgemeine Privatrecht
2. Allgemeines Vertragsrecht
3. Vertragsrecht im Internet
4. Grundlagen des Schuldrechts
5. Kaufrecht
6. Weitere vertragliche Schuldverhältnisse
7. Störungen im Schuldverhältnis
8. Schadensersatzrecht
9. Grundfragen des Bereicherungsrechts
10. Grundfragen des Deliktrechts
11. Produkt- und Produzentenhaftung
12. Grundfragen des Sachenrechts
13. Kreditsicherungsrecht

Studiengang: Betriebswirtschaft		Verwendbarkeit - Studienrichtung: Handelsmanagement		Verwendbarkeit - Fachgebiet: Recht		
Code: E-WT-REC-02		Modulbezeichnung (deutsch/englisch): Handels- und Gesellschaftsrecht/Arbeitsrecht / Commercial Law and Corporate Law/Labour Law			Modultyp: Kernmodul	
LVS: 60	Workload (h): 135	Leistungspunkte: 5	Beginn (Sem.): 3	Dauer (Sem.): 2	Fächerzahl: 2	
Voraussetzungen für die Teilnahme: Fachsemester laut Studienplan der Studienordnung gemäß § 47 Abs. 7 ThürHG				Häufigkeit des Angebots: einmal pro Jahr		
Lehrform: Vorlesung / Seminar			Modulverantwortlicher: Prof. Dr. Thomas Müller			
Prüfungsart: Klausurarbeit		Prüfungsdauer (min): 90	Prüfungstermin: nach Abschluss der LV, spätestens Prüfungswoche			
Anmerkungen:						
Submodule/Fächer (falls vorhanden):						
Subcode	Name			LVS	BG	LF
E-WT-REC-02.1	Handels- und Gesellschaftsrecht			30	3	
E-WT-REC-02.2	Arbeitsrecht			30	4	
Qualifikationsziele:						
<p>Den Studierenden sollen fundierte Kenntnisse vermittelt werden über</p> <ul style="list-style-type: none"> - die Systematik und Rechtsquellen des Handels-, Gesellschafts- und Arbeitsrechts aufbauend auf den im vorangegangenen Rechtsmodul vermittelten Grundlagen des bürgerlichen Rechts, - den Kaufmannsbegriff und die einzelnen Kaufmannsarten, Inhalt und Zweck des Handelsregisters, das Firmenrecht, die Formen handelsrechtlicher Vertretung wie auch die selbständigen Hilfspersonen des Kaufmanns sowie die Handelsgeschäfte, - die Wesensmerkmale und Strukturunterschiede von Personen- und Kapitalgesellschaften in gesellschaftsrechtlicher und steuerrechtlicher Hinsicht und deren Auswirkungen auf die Rechtsformwahl, - den Gegenstand des Individualarbeitsrechts, den Begriff des Arbeitnehmers in Abgrenzung insbesondere von Selbständigen, die rechtliche Einordnung von Mängeln des Arbeitsverhältnisses und die Rechtsfolgen bei Störungen im Arbeitsverhältnis sowie die Schranken der Arbeitnehmerhaftung, Kündigungsrecht, die Grundlagen des Kollektivarbeitsrechts, insbesondere das Recht der (tarifschließenden) Koalitionen und Belegschaftsvertretungsrecht (Betriebsverfassung), - die Vorgehensweise bei der Lösung von Fällen aus den Bereichen des Handels-, Gesellschafts- und Arbeitsrechts. <p>Die Studierenden sollen nach Abschluss des Moduls in der Lage sein,</p> <ul style="list-style-type: none"> - einschlägige Sachverhalte des Handels-, Gesellschafts- und Arbeitsrechts juristisch zu erfassen und zu bewerten, - Problemlösungen unter besonderer Berücksichtigung der sich aus den behandelten Rechtsgebieten ergebenden Voraussetzungen und Rechtsfolgen zu entwickeln und Entscheidungen vorzuschlagen. 						
Literatur (in der jeweils aktuellen Auflage):						
<p>Zu E-WT-REC-02.1</p> <p>Brox, H. / Henssler, M.: Handelsrecht mit Grundzügen des Wertpapierrechts, München</p> <p>Kindler, P.: Grundkurs Handels- und Gesellschaftsrecht, München</p> <p>Koch, J.: Gesellschaftsrecht, München</p> <p>Lettl, T.: Handelsrecht, München</p> <p>Windbichler, Ch. / Bachmann, G.: Gesellschaftsrecht, München</p> <p>Wörten, R. / Kokemoor, A. / Lohrer, S.: Handelsrecht mit Gesellschaftsrecht, München</p>						

Zu E-WT-REC-02.2

Dütz, W. / Thüsing, G.: Arbeitsrecht. München
Junker, A.: Grundkurs Arbeitsrecht, München
Senne, P.: Arbeitsrecht, München
Wörten, R. / Kokemoor, A.: Arbeitsrecht, München

Gesetzestexte (jeweils in der aktuellen Ausgabe):
Bürgerliches Gesetzbuch (BGB), Textausgabe, München
Handelsgesetzbuch (HGB), Textausgabe, München
Aktiengesetz, GmbH-Gesetz (AktG, GmbHG), Textausgabe, München
Arbeitsgesetze, Textausgabe, München

Lehrinhalte:

Zu E-WT-REC-02.1: Handels- und Gesellschaftsrecht

1. Handelsrecht:

- Kaufmannsrecht
- Firmenrecht
- Besondere handelsrechtliche Vollmachten
- Selbstständige Hilfspersonen des Kaufmanns

2. Gesellschaftsrecht:

- Personengesellschaften deutschen Rechts
- Kapitalgesellschaften deutschen Rechts
- Europäische Gesellschaftsformen im Überblick
- Grundzüge des Rechts verbundener Gesellschaften

Zu E-WT-REC-02.2: Arbeitsrecht

1. Individualarbeitsrecht

2. Kollektives Arbeitsrecht

3. Grundlagen des Arbeitsprozessrechts

3.1.4 Fachgebiet Wirtschaftsinformatik

Studiengang: Betriebswirtschaft		Verwendbarkeit - Studienrichtung: Handelsmanagement		Verwendbarkeit - Fachgebiet: Wirtschaftsinformatik		
Code: E-WT-INF-01		Modulbezeichnung (deutsch/englisch): Wirtschaftsinformatik I / Business Informatics I			Modultyp: Kernmodul	
LVS: 50	Workload (h): 81	Leistungspunkte: 3	Beginn (Sem.): 3	Dauer (Sem.): 1	Fächerzahl: 1	
Voraussetzungen für die Teilnahme: Fachsemester laut Studienplan der Studienordnung gemäß § 47 Abs. 7 ThürHG				Häufigkeit des Angebots: einmal pro Jahr		
Lehrform: Vorlesung / Übung			Modulverantwortlicher: Prof. Dr. Uwe Straubel			
Prüfungsart: Klausurarbeit		Prüfungsdauer (min): 90	Prüfungstermin: nach Abschluss der LV, spätestens Prüfungswoche			
Anmerkungen:						
Submodule/Fächer (falls vorhanden):						
Subcode	Name			LVS	BG	LF
Qualifikationsziele:						
<p>Den Studierenden sollen fundierte Kenntnisse vermittelt werden über</p> <ul style="list-style-type: none"> - die Grundlagen der Wirtschaftsinformatik sowie des Informationsmanagements im betrieblichen Kontext - den Aufbau und die Struktur verschiedener Modelle und Methoden der Wirtschaftsinformatik, - relevante Strukturen, Modelle, Komponenten, Technologien und Funktionsweisen betrieblicher sowie überbetrieblicher Informations- und Anwendungssysteme - die Informationssicherheit sowie des Datenschutzes inkl. der Organisation zugehöriger Managementsysteme. <p>Die Studierenden sollen nach Abschluss des Moduls in der Lage sein,</p> <ul style="list-style-type: none"> - die Schwerpunkte der Wirtschaftsinformatik und des Informationsmanagements in und zwischen Wirtschaftseinheiten im Zusammenhang mit betriebswirtschaftlichen Betrachtungen einzuordnen und zu berücksichtigen, wobei die Integration diverser Office-Anwendungen, von Plattform- / Portal-Systemen bzw. Netzwerken sowie sonstiger Produktivitäts-Tools und -Standards moderner Arbeitswelten in typischen Unternehmensbereichen und Geschäftsprozessen gewährleistet wird, - Kernfunktionen von Office-Anwendungen sowie moderner Business-Collaboration-Plattformen produktiv selbst zu nutzen - moderne Systeme der Künstlichen Intelligenz hinsichtlich ihrer Funktionsweisen und Lernmethoden zu verstehen bzw. für betriebliche Einsatzfelder zu beurteilen - Grundlegende Anforderungen an die IT- und Informationssicherheit sowie den Datenschutz im betrieblichen Kontext zu identifizieren, zu gewährleisten und betriebswirtschaftlich zu bewerten. 						
Literatur (in der jeweils aktuellen Auflage):						
<p>Kaufmann, J. / Müller, W.: Grundkurs Wirtschaftsinformatik, Wiesbaden Krcmar, H.: Einführung in das Informationsmanagement, Berlin Heidelberg Mertens, P. et al: Grundzüge der Wirtschaftsinformatik, Berlin Weber, P. et al: Basiswissen Wirtschaftsinformatik, Wiesbaden</p>						
Lehrinhalte:						
1. Grundlagen der Wirtschaftsinformatik: Gegenstand, Ziele, Bestandteile, Einordnung						

-
2. Praktische Anwendung ausgewählter Standard-Office-Systeme, Produktivitätstools und Business-Collaboration-Plattformen im Kontext betrieblicher Informationssysteme
(Hinweis: Orientierung am Europäischem Referenzrahmen für digitale Kompetenzen (DigKomp))
 3. Grundlagen der Künstlichen Intelligenz sowie praktische Anwendung ausgewählter KI-Dienste
 4. Informationssicherheit und Datenschutz
 5. Trends und ausgewählte Aspekte der Wirtschaftsinformatik / des Informationsmanagements

Studiengang: Betriebswirtschaft		Verwendbarkeit - Studienrichtung: Handelsmanagement		Verwendbarkeit - Fachgebiet: Wirtschaftsinformatik		
Code: E-WT-INF-02		Modulbezeichnung (deutsch/englisch): Wirtschaftsinformatik II / Business Informatics II			Modultyp: Kernmodul	
LVS: 80	Workload (h): 162	Leistungspunkte: 6	Beginn (Sem.): 4	Dauer (Sem.): 2	Fächerzahl: 2	
Voraussetzungen für die Teilnahme: Fachsemester laut Studienplan der Studienordnung gemäß § 47 Abs. 7 ThürHG				Häufigkeit des Angebots: einmal pro Jahr		
Lehrform: Vorlesung / Übung			Modulverantwortlicher: Prof. Dr. Uwe Straubel / Prof. Dr. Daniel Hoppe			
Prüfungsart: Klausurarbeit		Prüfungsdauer (min): 120	Prüfungstermin: nach Abschluss der LV, spätestens Prüfungswoche			
Anmerkungen:						
Submodule/Fächer (falls vorhanden):						
Subcode	Name			LVS	BG	LF
E-WT-INF-02.1	Wirtschaftsinformatik II.1			35	4	V/Ü
E-WT-INF-02.2	Wirtschaftsinformatik II.2			45	5	V/Ü
Qualifikationsziele:						
<p>Den Studierenden sollen fundierte Kenntnisse vermittelt werden über</p> <ul style="list-style-type: none"> - die ganzheitliche Entscheidungssicht zum Informationsmanagement und zur systematischen Digitalisierung unter Verwendung grundlegender Methoden und Instrumente des Enterprise-Architecture-Managements - die Methoden und Instrumente zur betriebswirtschaftlichen Beurteilung der komplexen und ausgeprägt heterogenen Lösungs- und Gestaltungsvarianten der Informations- und Kommunikations-Landschaften, - die möglichen organisatorischen Implementierungsvarianten des Informationsmanagements in die Aufbauorganisation zur Gewährleistung des laufenden Betriebs von IT-Systemen, - die systematische Integration von Technologien, Services und Diensten der digitalen Transformation und Internet-Wirtschaft in die Geschäftsprozesse, - die Strukturierung von Datenbanken und Daten-Repositorys sowie deren funktionale Grundstrukturen, - Grundlagen, Plattformen und Ausgestaltungsmöglichkeiten des E-Business im engeren Sinne zur elektronisch gestützten Abwicklung von Einkaufs-, Verkaufs- und Marktplatzprozessen auf Basis der Internet-Technologie. <p>Die Studierenden sollen nach Abschluss des Moduls in der Lage sein,</p> <ul style="list-style-type: none"> - die strategische Beurteilung und Ausrichtung des Informationsmanagements als Führungsaufgabe und Bestandteil der Unternehmensführung umzusetzen, - die Planung, Einführung von Anwendungssystemen aus Sicht des Managements zu strukturieren, notwendige Maßnahmen zu veranlassen und zu kontrollieren sowie eine betriebswirtschaftliche Nutzenbewertung von IT-Vorhaben / -Systemen durchzuführen, - Trends hinsichtlich Technologien, Anwendungen und Methoden der Digitalisierung sowie sonstiger moderner Ausprägungen des Informationsmanagements zu identifizieren, zu bewerten und im Rahmen eigener Strategien zu positionieren, - Anwendungssysteme und Dienste typischer Branchenlösungen, Querschnittssysteme, E-Business und mobiler Anwendungssysteme hinsichtlich Struktur, Technik, Organisation, Qualität / Usability, rechtlicher und betriebswirtschaftlicher Aspekte zu durchdringen sowie analytisch u. konzeptionell im betrieblichen Kontext einzusetzen, - Datenbanken bzw. Daten-Repositorys praktisch für betriebliche Anwendungsszenarien sowie das Reporting und als Basis von Management-Informationssystemen zu nutzen, - die Einsatzmöglichkeiten und Ausgestaltungsoptionen verschiedener E-Business Plattformen (E-Procurement, E-Shop, E-Marketplace) für konkrete Anwendungsfälle beurteilen zu können, - einzelne, je Studienrichtung relevante Anwendungssysteme praktisch zu nutzen. 						

Literatur (in der jeweils aktuellen Auflage):

Gadatsch, A.: IT-Controlling : von der IT-Kosten- und Leistungsverrechnung zum Smart-Controlling, Wiesbaden
Hanschke, I.: Enterprise Architecture Management - einfach und effektiv : ein praktischer Leitfaden für die Einführung von EAM, München
Helmke, S. / Uebel, M. (Hrsg.): Managementorientiertes IT-Controlling und IT-Governance, Wiesbaden
Kaufmann, J. / Mülder, W.: Grundkurs Wirtschaftsinformatik, Wiesbaden
Kollmann, T.: E-Business, Wiesbaden
Krcmar, H.: Informationsmanagement, Berlin Heidelberg
Tiemeyer, E. (Hrsg.): Handbuch IT-Management, Konzepte, Methoden, Lösungen für die Praxis, München

Lehrinhalte:

1. Informationsmanagement als Bestandteil der Führung von Unternehmen und Einrichtungen
2. Datenbankmanagementsysteme (DBMS) – Grundlagen und ausgewählte Anwendungen
3. Typische Systeme des E-Business / der Internet-Wirtschaft und deren Integration in Wertschöpfungsketten
4. Spezielle betriebswirtschaftliche Anwendungssysteme*
5. Ausgewählte Aspekte und Trends der Wirtschaftsinformatik sowie der digitalen Transformation

* Die Auswahl der Anwendungssysteme erfolgt in Abhängigkeit der konkreten branchenspezifischen Anforderungen der jeweiligen Studienrichtungen und unter Integration möglicher Ausprägungen als Standard- bzw. Individuallösungen sowie differenzierter Betriebskonzepte (On-Premises- / Cloud-basierende Systeme):

Übersicht der studienrichtungsspezifische zuordenbaren Anwendungssysteme:

- a) Enterprise-Ressource-Management-Systeme (ERP)
- b) Enterprise-Content-Management (ECM), Dokumentenmanagement (DMS), Elektronische Archivsysteme
- c) E-Procurement-Systeme, Supplier-Chain-Management (SCM)
- d) Anwendungssysteme im Finanzwesen, Rechnungswesen, Personalmanagement
- e) E-Commerce-Systeme / elektronische Marktplätze
- f) Customer-Relationship-Management-Systeme (CRM)
- g) Management-Information-Systeme (MIS), Business-Intelligence-Systeme
- h) Web-Portal-Lösungen, Web-Content-Management-Systeme (WCMS)

3.1.5 Fachgebiet Wirtschaftsmathematik/-statistik

Studiengang: Betriebswirtschaft		Verwendbarkeit - Studienrichtung: Handelsmanagement		Verwendbarkeit - Fachgebiet: Wirtschaftsmathematik/-statistik		
Code: E-WT-MAT-01		Modulbezeichnung (deutsch/englisch): Wirtschaftsmathematik / Business Mathematics			Modultyp: Kernmodul	
LVS: 60	Workload (h): 135	Leistungspunkte: 5	Beginn (Sem.): 1	Dauer (Sem.): 1	Fächerzahl: 1	
Voraussetzungen für die Teilnahme: Fachsemester laut Studienplan der Studienordnung gemäß § 47 Abs. 7 ThürHG				Häufigkeit des Angebots: einmal pro Jahr		
Lehrform: Vorlesung / Übung			Modulverantwortlicher: Prof. Dr. Daniel Hoppe			
Prüfungsart: Klausurarbeit		Prüfungsdauer (min): 90	Prüfungstermin: nach Abschluss der LV, spätestens Prüfungswoche			
Anmerkungen:						
Submodule/Fächer (falls vorhanden):						
Subcode	Name			LVS	BG	LF
Qualifikationsziele:						
Den Studierenden sollen die zur Bewältigung eines wirtschaftswissenschaftlichen Studiums notwendigen mathematischen Grundkenntnisse vermittelt werden. Die Modulinhalte konzentrieren sich auf diejenigen Themenfelder, welche für das Wirtschaftsstudium und die Praxis von besonderer Bedeutung sind. Die Vermittlung der Modulinhalte erfolgt problemorientiert anhand praxisnaher Aufgabenstellungen.						
Nach Abschluss des Moduls sollen die Studierenden in der Lage sein, einschlägige betriebswirtschaftliche Problemstellungen eigenständig mit Hilfe mathematischer Methoden zu analysieren und zu lösen.						
Literatur (in der jeweils aktuellen Auflage):						
Holey, T. / Wiedemann, A.: Mathematik für Wirtschaftswissenschaftler, Berlin/Heidelberg Matthäus, H. / Matthäus, W.-G.: Mathematik für BWL-Bachelor, Wiesbaden Sydsaeter, K. / Hammond, P., Strom, A. / Carvajal, A.: Mathematik für Wirtschaftswissenschaftler, München Wendler, T. / Tippe, U.: Übungsbuch Mathematik für Wirtschaftswissenschaftler, Berlin/Heidelberg						
Lehrinhalte:						
1. Themen der Finanzmathematik						
- einfache Zinsen, Grundprinzip der Zinseszinsrechnung, unterjährige Verzinsung, gemischte Verzinsung						
- Bar- und Endwerte von Zahlungsreihen, Investitionsrechnungen						
- Kredit- und Rentenrechnungen						
2. Analysis in der BWL und VWL						
- Mathematische Funktionen in der BWL und VWL						
- Differenzen und Differentiale (Ableitungen) von Funktionen						
- Partielle Differentiale und totales Differential						
- Grundregeln der Differentialrechnung						
- Grundregeln der Kurvendiskussion						
- Extremwertaufgaben in der BWL und VWL						
- Optimierung mit einer / mehreren Unabhängigen ohne / mit Nebenbedingungen (Lagrange-Methode)						
- Grundlagen der Integralrechnung						
3. Lineare Algebra in der BWL und VWL						
- Vektoren, Matrizen, Grundregeln der Vektoren- und Matrizenrechnung						
- Lösung linearer Gleichungssysteme (Gausscher Lösungsalgorithmus)						
- Grundansatz der linearen Optimierung						

Studiengang: Betriebswirtschaft		Verwendbarkeit - Studienrichtung: Handelsmanagement		Verwendbarkeit - Fachgebiet: Wirtschaftsmathematik/-statistik	
Code: E-WT-MAT-02		Modulbezeichnung (deutsch/englisch): Wirtschaftsstatistik / Business Statistics			Modultyp: Kernmodul
LVS: 60	Workload (h): 135	Leistungspunkte: 5	Beginn (Sem.): 2	Dauer (Sem.): 2	Fächerzahl: 2
Voraussetzungen für die Teilnahme: Fachsemester laut Studienplan der Studienordnung gemäß § 47 Abs. 7 ThürHG				Häufigkeit des Angebots: einmal pro Jahr	
Lehrform: Vorlesung / Seminar			Modulverantwortlicher: Prof. Dr. Daniel Hoppe		
Prüfungsart: Klausurarbeit		Prüfungsdauer (min): 90	Prüfungstermin: nach Abschluss der LV, spätestens Prüfungswoche		
Anmerkungen:					
Submodule/Fächer (falls vorhanden):					
Subcode	Name		LVS	BG	LF
E-WT-MAT-02.1	Wirtschaftsstatistik I		30	2	V/S
E-WT-MAT-02.2	Wirtschaftsstatistik II		30	3	V/S
Qualifikationsziele:					
<p>Den Studierenden sollen die zur Bewältigung eines wirtschaftswissenschaftlichen Studiums notwendigen statistischen Grundkenntnisse und die Grundzüge, Methoden und Anwendungsbereiche der deskriptiven und induktiven Statistik sowie der Wahrscheinlichkeitsrechnung vermittelt werden. Die Modul Inhalte fokussieren sich auf diejenigen Themenfelder, welche für das Wirtschaftsstudium und die Praxis von besonderer Bedeutung sind. Die Vermittlung der Modul Inhalte erfolgt problemorientiert anhand praxisnaher Aufgabenstellungen.</p> <p>Nach Abschluss des Moduls sollen die Studierenden in der Lage sein, die Methoden der deskriptiven und induktiven Statistik sowie der Wahrscheinlichkeitsrechnung eigenständig auf einschlägige betriebswirtschaftliche Problemstellungen anzuwenden.</p>					
Literatur (in der jeweils aktuellen Auflage):					
<p>Auer, B. / Rottmann, H.: Statistik und Ökonometrie für Wirtschaftswissenschaftler, Wiesbaden Bourier, G.: Beschreibende Statistik, Wiesbaden Bourier, G.: Wahrscheinlichkeitsrechnung und schließende Statistik, Wiesbaden Schira, J.: Statistische Methoden der VWL und BWL, München</p>					
Lehrinhalte:					
<ol style="list-style-type: none"> 1. Grundbegriffe der deskriptiven Statistik 2. Maßzahlen empirischer Verteilungen: Lage-, Streuungs- und Konzentrationsmaße 3. Zweidimensionale Verteilungen 4. Grundlagen der Kombinatorik: Permutationen, Variationen und Kombinationen 5. Grundlagen der Wahrscheinlichkeitsrechnung 6. Wahrscheinlichkeits- und Verteilungsfunktionen 7. Normalverteilung und andere spezielle Verteilungen 8. Schätz- und Testverfahren: 9. Lineare und multiple Regressionsanalyse 10. Zeitreihenanalyse: 					

3.1.6 Fachgebiet Rechnungswesen

Studiengang: Betriebswirtschaft		Verwendbarkeit - Studienrichtung: Handelsmanagement		Verwendbarkeit - Fachgebiet: Rechnungswesen		
Code: E-WT-REW-01		Modulbezeichnung (deutsch/englisch): Buchführung / Accounting			Modultyp: Kernmodul	
LVS: 65	Workload (h): 135	Leistungspunkte: 5	Beginn (Sem.): 1	Dauer (Sem.): 1	Fächerzahl: 1	
Voraussetzungen für die Teilnahme: Fachsemester laut Studienplan der Studienordnung gemäß § 47 Abs. 7 ThürHG				Häufigkeit des Angebots: einmal pro Jahr		
Lehrform: Vorlesung / Übung			Modulverantwortlicher: Prof. Dr. Marcel Clermont			
Prüfungsart: Klausurarbeit		Prüfungsdauer (min): 90	Prüfungstermin: nach Abschluss der LV, spätestens Prüfungswoche			
Anmerkungen:						
Submodule/Fächer (falls vorhanden):						
Subcode	Name			LVS	BG	LF
Qualifikationsziele:						
<p>Den Studierenden sollen fundierte Kenntnisse vermittelt werden über</p> <ul style="list-style-type: none"> - den Aufbau und die internen Beziehungen des Systems der Finanzbuchführung, - die Zusammenhänge und Werteflüsse zwischen den verschiedenen Kontenarten des Buchungssystems und des betrieblichen Kontensystems, - die Instrumente, Techniken und Vorschriften der Buchungsvorgänge und der Kontenabschlüsse, - die Grundsätze der ordnungsmäßigen Buchführung und Bilanzierung, - die Realisierung von Aufgaben der Buchführung mittels rechnergestützter ausgewählter Anwendungssysteme im Rahmen vorgegebener Praxisszenarien. <p>Die Studierenden sollen ein Verständnis der Inhalte und Zusammenhänge erwerben über</p> <ul style="list-style-type: none"> - wichtige Aufgaben in der Vorbereitung und Durchführung von Jahresabschlüssen, - die Gliederung, Interpretation und Analyse einer Bilanz und einer Gewinn- und Verlustrechnung, - die Beziehungen zwischen den betrieblichen Leistungsprozessen und der Finanzbuchführung. <p>Die Studierenden sollen nach Abschluss des Moduls in der Lage sein,</p> <ul style="list-style-type: none"> - Buchungen im System der laufenden Geschäftsbuchführung vorzunehmen, - eine ordnungsgemäße Organisation der Belegdurchläufe und der Beleggeschäftsgänge im Unternehmen entsprechend der Grundsätze ordnungsmäßiger Buchführung zu sichern, - grundlegende betriebswirtschaftliche Auswertungen und Analysen von Informationen der Finanzbuchführung erstellen zu können, - den Aufbau und die Funktionsweise rechnergestützter Anwendungssysteme zur Unterstützung der betrieblichen Prozesse zu verstehen und anhand typischer Praxisszenarien eine softwaregestützte Finanzbuchhaltung durchzuführen 						
Literatur (in der jeweils aktuellen Auflage):						
<p>Bieg, H. / Waschbusch, G.: Buchführung – Systematische Anleitung mit zahlreichen Übungsaufgaben und Online-Training, Herne</p> <p>Bornhofen, M./Bornhofen, M. C.: Buchführung 1 - Grundlagen der Buchführung für Industrie- und Handelsbetriebslehre, Wiesbaden</p> <p>Döring, U. / Buchholz, R.: Buchhaltung und Jahresabschluss, Berlin</p>						

Lehrinhalte:

1. Einführung

- Grundlagen und Aufbau des betrieblichen Rechnungswesens im Allgemeinen und der Buchführung im Speziellen

2. Grundlegende Prinzipien der Finanzbuchhaltung

- Bilanz und Gewinn- und Verlustrechnung als Bestandteile eines Jahresabschlusses
- Konten und Buchungssätze
- Eröffnung und Buchungen auf Bestandskonten
- Buchungen auf Erfolgskonten
- Abschlüsse von Bestands- und Erfolgskonten
- Buchung auf Privatkonten
- Abschreibungen
- Kontenplan und Kontenrahmen
- Grundprinzipien ordnungsgemäßer Buchführung

3. Buchungen im Vertrieb

- Buchungen des Warenverkehrs
- Berücksichtigung von Umsatzsteuern
- Rücksendungen
- Rabatte und Boni
- Skonti

4. Buchungen von Personalaufwendungen

5. Buchungen in der Produktion

- Erfolgswirkungen der Produktion
- Verbuchung von Werkstoffen
- Verbuchungen von Veränderung bei beständen unfertiger und fertiger Erzeugnisse
- Gesamt- und Umsatzkostenverfahren als Abgrenzungsprinzipien

6. Softwaregestützte Fallstudie

- Vermittlung des Grundaufbaus der Finanzbuchhaltungssoftware
- Erstellung einer Eröffnungs- und Schlussbilanz und Buchung von verschiedenen Geschäftsvorfällen

Studiengang: Betriebswirtschaft		Verwendbarkeit - Studienrichtung: Handelsmanagement		Verwendbarkeit - Fachgebiet: Rechnungswesen		
Code: E-WT-REW-02		Modulbezeichnung (deutsch/englisch): Kosten- und Leistungsrechnung / Cost and Revenue Accounting			Modultyp: Kernmodul	
LVS: 65	Workload (h): 135	Leistungspunkte: 5	Beginn (Sem.): 2	Dauer (Sem.): 1	Fächerzahl: 1	
Voraussetzungen für die Teilnahme: Fachsemester laut Studienplan der Studienordnung gemäß § 47 Abs. 7 ThürHG				Häufigkeit des Angebots: einmal pro Jahr		
Lehrform: Vorlesung / Übung			Modulverantwortlicher: Prof. Dr. Marcel Clermont			
Prüfungsart: Klausurarbeit		Prüfungsdauer (min): 90	Prüfungstermin: nach Abschluss der LV, spätestens Prüfungswoche			
Anmerkungen:						
Submodule/Fächer (falls vorhanden):						
Subcode	Name			LVS	BG	LF
Qualifikationsziele:						
Den Studierenden sollen fundierte Kenntnisse vermittelt werden über						
<ul style="list-style-type: none"> - Definition und Abgrenzung der Grundbegriffe der Kosten- und Erlösrechnung. - Verteilung im Unternehmen anfallender Kosten auf Produkte (oder andere Kostenträger). - Verteilung im Unternehmen anfallender Kosten auf (organisatorische) Stellen zu verteilen. - Verrechnung von Kosten zwischen Hilfs- und Hauptkostenstellen im Rahmen einer innerbetrieblichen Leistungsverrechnung. - Abgrenzung und Kalkulation ausgewählter Kostenarten. - Analyse des Erfolges unternehmerischer Entscheidungen auf der Basis von Kosten und Erlösen. 						
Die Studierenden sollen Verständnis der Inhalte und Zusammenhänge erwerben über						
<ul style="list-style-type: none"> - die Einordnung der Kosten- und Erlösrechnung in das System des betrieblichen Rechnungswesens und deren Verzahnung mit der Finanzbuchführung, - die logischen und informationellen Beziehungen zwischen Kostenarten-, Kostenstellen- und Kostenträgerrechnung. 						
Die Studierenden sollen nach Abschluss des Moduls in der Lage sein,						
<ul style="list-style-type: none"> - die Methoden und Instrumente der Kostenplanung, Kostenabrechnung, Kostenanalyse und Kostenkontrolle unter spezifischen betrieblichen Bedingungen anzuwenden, - betriebliche Kostenrechnungsunterlagen (z. B. BAB) zu erarbeiten, zu interpretieren und zu optimieren, - betriebswirtschaftliche Entscheidungen durch gezielte Kosteninformationen zu fundieren und darzustellen. 						
Literatur (in der jeweils aktuellen Auflage):						
Coenenberg, A. G./Fischer, T. M.; Günther, von T.: Kostenrechnung und Kostenanalyse, Stuttgart						
Deimel, K. / Erdmann, G. / Isemann, R. / Müller, S.: Kostenrechnung, Hallbergmoos						
Fandel, G. / Fey, A. / Heuft, B. / Pitz, T.: Kostenrechnung, Berlin/Heidelberg						
Friedl, G. / Hofmann, C. / Pedell, B.: Kostenrechnung – Eine entscheidungsorientierte Einführung, München						
Lehrinhalte:						
1. Einordnung und begriffliche Grundlagen						
<ul style="list-style-type: none"> - Kosten- und Erlösrechnung als Teilbereich der Unternehmensrechnung - Grundbegriffe der Kosten- und Erlösrechnung 						

2. Grundlegende Rechensysteme

- Kostenartenrechnung
- Kostenstellenrechnung
- Kostenträgerrechnung / Kalkulation

3. Kostenverläufe und Ermittlung von Kostenfunktionn als Plankostengrößen

4. Analysen auf Basis der Kosten- und Erlösrechnung

- Erfolgsrechnungen
- Break-Even-Analysen
- Kosten- und Erlösinformationen für operative Entscheidungen

3.1.7 Fachgebiet Wirtschaftswirtschaft

Studiengang: Betriebswirtschaft		Verwendbarkeit - Studienrichtung: Handelsmanagement		Verwendbarkeit - Fachgebiet: Wirtschaftswirtschaft		
Code: E-WT-ENG-01		Modulbezeichnung (deutsch/englisch): Wirtschaftswirtschaft I / Business English I			Modultyp: Kernmodul	
LVS: 70	Workload (h): 108	Leistungspunkte: 4	Beginn (Sem.): 3	Dauer (Sem.): 2	Fächerzahl: 2	
Voraussetzungen für die Teilnahme: Fachsemester laut Studienplan der Studienordnung gemäß § 47 Abs. 7 ThürHG				Häufigkeit des Angebots: einmal pro Jahr		
Lehrform: Seminar			Modulverantwortlicher: Prof. Dr. Marcel Clermont			
Prüfungsart: Seminararbeit oder Klausurarbeit		Prüfungsdauer (min): 90	Prüfungstermin: nach Vereinbarung			
Anmerkungen:						
Submodule/Fächer (falls vorhanden):						
Subcode	Name			LVS	BG	LF
E-WT-ENG-01.1	Wirtschaftswirtschaft I.1			35	3	S
E-WT-ENG-01.2	Wirtschaftswirtschaft I.2			35	4	S
Qualifikationsziele:						
Die Studierenden sollen die folgenden Lernergebnisse erzielen:						
<ul style="list-style-type: none"> - Festigung der vorhandenen englischen Grammatik, des Wortschatzes und der Syntax von B1/B2, - Erreichen eines B2 Business English Wortschatzes, - Verbesserung der englischen Kommunikationsfähigkeiten, d. h. schriftlich, mündlich und nonverbal, - Verfassen von Geschäfts-E-Mails, unternehmensinterne und -externe Kommunikation, Small Talk, Diskussion über Unternehmensstrukturen und anderen erforderliche Kommunikationsfähigkeiten im Geschäftsleben. 						
Nach Abschluss dieses Moduls sollen die Studierenden in die Lage versetzt werden, in englischer Sprache:						
<ul style="list-style-type: none"> - Unternehmensstrukturen klar und prägnant zu beschreiben, - mit Small Talk auf geschäftsgerechte Weise zu kommunizieren, - formelle und informelle E-Mails situationsgerecht zu schreiben, - individuelle Ziele und Aufgaben zu beschreiben, - Gespräche unter Verwendung von Konditionalformen und sich entwickelnden Strukturen zu führen, - Einen Lebenslauf zu schreiben, - fortgeschrittenen Gesprächen zuzuhören und in der Lage sein, spezifische Informationen herauszufiltern, - kulturell bedeutsame Themen im Rahmen der Geschäftskommunikation zu beschreiben, - Grundlagen des Bankwesens zu skizzieren. 						
Literatur (in der jeweils aktuellen Auflage):						
Dubicka, I. / Hogan, M. / Dignen, B. / Rosenberg, M. / Wright, L.: Business Partner B2 DACH Coursebook, London Short Course Series – Business Skills des Cornelsen Verlages, Berlin Short Course Series – English for Special Purposes des Cornelsen Verlages, Berlin Aktuelle Forschungsbeiträge in englischer Sprache						
Lehrinhalte:						
Wirtschaftswirtschaft I.1						
Eine allgemeine Einführung in die englische Sprache und eine Wiedereinführung in bereits gelernte englische Themen werden erarbeitet. Zu den spezifischen Themen, die untersucht werden, gehören:						

-
- Personalwesen, Marketing, Hotel-/Restaurantmanagement und andere
 - E-Mail-Schreiben
 - Telefonische Kommunikation
 - Praktische Anwendung von Geschäftsendlich
 - Vertrautheit mit Unternehmensstrukturen und -hierarchien
 - Small Talk
 - Grammatik in praxisnahen Situationen
 - Kulturelle Verständigungsansätze
 - Grundregeln für eine mündliche Präsentation auf Englisch
 - Präsentationen vorbereiten, strukturieren und halten
 - Geschäftskorrespondenz passend zu den verschiedenen Studienfächern, Fallstudie
 - Erstellen eines englischsprachigen Lebenslaufs mit Persönlichkeitsprofil und Anschreiben

Wirtschaftsendlich I.2

- Praktische Anwendung der Sprache in verschiedenen betriebswirtschaftlichen Schwerpunkten
- Vertiefung fortgeschrittener grammatikalischer Strukturen
- Vorbereiten, Strukturieren und Halten von Präsentationen
- Kommunikation in verschiedenen Bereichen: Dienstleistungen, Hotels, Restaurants, Industrie, Handel, Logistik
- Herausarbeitung kultureller Unterschiede im unternehmerischen Kontext
- Einführung in den allgemeinen bankenspezifischen Wortschatz, wie Zahlen, akzeptierte Abkürzungen, internationale Zahlungsmittel
- Durchführung einer betriebswirtschaftlichen, englischsprachigen Fallstudie

Studiengang: Betriebswirtschaft		Verwendbarkeit - Studienrichtung: Handelsmanagement		Verwendbarkeit - Fachgebiet: Wirtschaftsenglisch		
Code: E-WT-ENG-02		Modulbezeichnung (deutsch/englisch): Wirtschaftsenglisch II / Business English II			Modultyp: Kernmodul	
LVS: 70	Workload (h): 108	Leistungspunkte: 4	Beginn (Sem.): 5	Dauer (Sem.): 2	Fächerzahl: 2	
Voraussetzungen für die Teilnahme: Fachsemester laut Studienplan der Studienordnung gemäß § 47 Abs. 7 ThürHG				Häufigkeit des Angebots: einmal pro Jahr		
Lehrform: Seminar			Modulverantwortlicher: Prof. Dr. Marcel Clermont			
Prüfungsart: Seminararbeit oder Klausurarbeit		Prüfungsdauer (min): 90		Prüfungstermin: nach Vereinbarung		
Anmerkungen: Mit Abschluss dieses Moduls wird das Sprachniveau B 2 nach dem Gemeinsamen Europäischen Referenzrahmen erworben.						
Submodule/Fächer (falls vorhanden):						
Subcode	Name			LVS	BG	LF
E-WT-ENG-02.1	Wirtschaftsenglisch II.1			35	5	S
E-WT-ENG-02.2	Wirtschaftsenglisch II.2			35	6	S
Qualifikationsziele:						
Den Studierenden soll vertieftes Wissen vermittelt werden über:						
<ul style="list-style-type: none"> - Festigung und Wiederholung der grammatikalischen Kenntnisse, - Fortgeschrittene Kommunikation, sowohl schriftlich als auch mündlich, - Verwendung der verschiedenen Verbformen und der richtigen Präpositionen, - Fachvokabular und Formulierungen im Marketing, - Stellenbeschreibung und Fachvokabular sowie Formulierungen des Personalwesens, - Berücksichtigung von kulturellen Aspekten bei Verhandlungen, - Arbeitsklima, Strukturen und Erwartungen von Mitarbeitern in englischen und amerikanischen Unternehmen, - Erlernen von Strategien und Techniken zur Planung, Vorbereitung und Durchführung englischsprachiger Präsentationen. 						
Nach Abschluss dieses Moduls sollen die Studierenden in die Lage versetzt werden, in englischer Sprache:						
<ul style="list-style-type: none"> - Börsennotierungen und -berichte zu verstehen und zu bewerten, - Kommentare und Vorträge differenziert zu verstehen und Notizen zu erstellen, - einfache Verhandlungen zu führen, - Strukturen und Gepflogenheiten in englischsprachigen Unternehmen zu verstehen, - Produktions- und Leistungsprozesse zu beschreiben, - Marketingstrategien zu verfassen, - auf Kundenbeschwerden schriftlich und mündlich zu reagieren, - eine Stellenbeschreibung in englischer Sprache zu verfassen, - englischsprachige Bewerbungen einzuschätzen. 						
Literatur (in der jeweils aktuellen Auflage):						
Dubicka, I. / Hogan, M. / Dignen, B. / Rosenberg, M. / Wright, L.: Business Partner B2 DACH Coursebook, London Short Course Series – Business Skills des Cornelsen Verlages, Berlin						
Short Course Series – English for Special Purposes des Cornelsen Verlages, Berlin						
Aktuelle Forschungsbeiträge in englischer Sprache						

Lehrinhalte:

Wirtschaftsenglisch II.1

Neben der Wiederholung grammatikalischer Strukturen zur Verbesserung der mündlichen und schriftlichen Kommunikation, praktische Anwendung der Sprache in verschiedenen betriebswirtschaftlichen Teilgebieten:

- Wiederholung grammatikalischer Strukturen zur Verbesserung der mündlichen und schriftlichen Kommunikation
- Verfassen eines Marketingplans
- Überprüfung von Rekrutierungsstrategien in einem Unternehmen
- Beschreiben von Managementstilen
- Entwickeln eines Businessplans
- Grundlagen der Buchhaltung

Wirtschaftsenglisch II.2

Neben der Wiederholung grammatikalischer Strukturen zur Verbesserung der mündlichen und schriftlichen Kommunikation, praktische Anwendung der Sprache in verschiedenen betriebswirtschaftlichen Teilgebieten:

- Unternehmenspräsentation, auch für Jobmessen
- Telefongespräche mit Kunden
- Fehlersuche und Nachbereitung
- Berücksichtigung kultureller Unterschiede und Umgangsformen
- Verfassen eines Geschäftsberichts
- Fortgeschrittene wirtschaftliche Themen
- Ablauf einer Besprechung: Protokoll schreiben, aktiv teilnehmen, Schlussfolgerungen ziehen und berichten

3.1.8 Fachgebiet Arbeitstechniken und Kommunikation

Studiengang: Betriebswirtschaft		Verwendbarkeit - Studienrichtung: Handelsmanagement		Verwendbarkeit - Fachgebiet: Arbeitstechniken und Kommunikation		
Code: E-WT-KAT-01		Modulbezeichnung (deutsch/englisch): Wissenschaftliches Arbeiten/Kommunikation und Verhandlungsführung/ Scientific Methods/Communication and Negotiations			Modultyp: Kernmodul	
LVS: 80	Workload (h): 135	Leistungspunkte: 5	Beginn (Sem.): 1	Dauer (Sem.): 2	Fächerzahl: 2	
Voraussetzungen für die Teilnahme: Fachsemester laut Studienplan der Studienordnung gemäß § 47 Abs. 7 ThürHG				Häufigkeit des Angebots: einmal pro Jahr		
Lehrform: Vorlesung / Seminar			Modulverantwortlicher: Prof. Dr. Claudia Niebergall / Prof. Dr. Reinhard Herrmann			
Prüfungsart: Seminararbeit		Prüfungsdauer (min):		Prüfungstermin: nach Vereinbarung		
Anmerkungen:						
Submodule/Fächer (falls vorhanden):						
Subcode	Name			LVS	BG	LF
E-WT-KAT-01.1	Wissenschaftliches Arbeiten			30	1	S
E-WT-KAT-01.2	Kommunikation und Verhandlungsführung			50	2	V/S
<p>Qualifikationsziele:</p> <p>Die Studierenden sind in der Lage, die erlernten kommunikativen / rhetorischen Fähigkeiten und Fertigkeiten zielgruppenspezifisch und situationsadäquat in ihren Ausbildungsunternehmen und deren Märkten anzuwenden. Darüber hinaus können sie die in Theorie und Praxis anzufertigenden wissenschaftlichen wie auch praktischen Arbeiten fach- und formgerecht erstellen.</p> <p>Zu E-WT-KAT 01.1 (Wissenschaftliches Arbeiten):</p> <p>Die Studierenden sind in der Lage, die in den Studienprogrammen der Dualen Hochschule Gera-Eisenach geforderten wissenschaftlichen Arbeiten eines dualen Studiums fach- und formgerecht anzufertigen. Unter Verarbeitung spezifischer Informationen durchdringen sie ein gegebenes Thema wissenschaftlich-methodisch und tragen durch eine effiziente, systematisch-konzeptionelle Arbeitsorganisation und durch die Anwendung ausgewählter Arbeitstechniken dazu bei, praxisrelevante Lösungsansätze zu erstellen.</p> <p>Zu E-WT-KAT 01.2 (Kommunikation und Verhandlungsführung):</p> <p>Die Studierenden erlernen kommunikative/rhetorische Kenntnisse als Grundlage einer effizienten Bearbeitung unternehmensinterner und -externer Führungsaufgaben und Problemstellungen. Sie kennen als Teilaspekt ihrer Sozialkompetenz jene Methoden und Techniken, welche sie in die Lage versetzen, mit diversen Bezugsgruppen organisationaler Kommunikation erfolgsorientiert eine konstruktive Verständigung zu führen, die der Erreichung angestrebter gemeinsamer wie auch organisationaler Zielsetzungen dienen soll. Die Studierenden kennen verschiedene Gesprächsformate sowie die Bedeutung von Rückkopplungen im Rahmen sozialer Interaktion. Sie sind als designierter Führungskräftenachwuchs in der Lage, im Rahmen der Regelkommunikation Mitarbeiter zu koordinieren und zu integrieren sowie über eine spannungsfreie Kommunikation hinaus Konflikte als Steigerungsform von Differenzen erfolgreich zu bewältigen. Die Studierenden sind weiterhin befähigt, die Anforderungen an unterschiedliche Gesprächssituationen richtig einzuschätzen, angemessene Präsentationsformen und -techniken anzuwenden sowie die äußeren Umstände einer Präsentation situationsadäquat zu berücksichtigen.</p> <p>Die Studierenden sollen als designierte Führungsnachwuchskräfte in die Lage versetzt werden, eigenverantwortlich erfolgreiche Verkaufsgespräche und Verhandlungen zu führen. Aufbauend auf den bereits vermittelten o.g.</p>						

Kenntnissen des Faches analysieren sie die situativen Bedingungen und Beziehungen zwischen den jeweiligen Verkaufs- bzw. Verhandlungspartnern und können darauf aufbauend Verkaufsgespräche bzw. Verhandlungen prozessual und systematisch gestalten. Zudem durchdringen die Studierenden spezifische Verkaufsgesprächs- und Verhandlungssituationen und wenden hierbei geeignete Gestaltungsmittel bzw. -methoden zielorientiert und situationsadäquat an.

Literatur (in der jeweils aktuellen Auflage):

Zu E-WT-KAT 01.1 (Wissenschaftliches Arbeiten):

Bänsch, A.: Wissenschaftliches Arbeiten, München
Kornmeier, M.: Wissenschaftlich Schreiben leicht gemacht für Bachelor, Master und Dissertation, Stuttgart
Theisen, M. R.: Wissenschaftliches Arbeiten. Technik - Methodik - Form, München

Zu E-WT-KAT 01.2 (Kommunikation und Verhandlungsführung):

Alter, U.: Grundlagen der Kommunikation für Führungskräfte, Wiesbaden
Crisand, E.: Methodik der Konfliktlösung, Heidelberg
Zerfaß, A., Piwinger, M., Röttger, U.: Handbuch Unternehmenskommunikation, Wiesbaden
Weis, H. C.: Verkaufsgesprächsführung. Modernes Marketing für Studium und Praxis, Herne

Lehrinhalte:

Zu E-WT-KAT 01.1 (Wissenschaftliches Arbeiten):

1. Grundlagen des wissenschaftlichen Arbeitsprozesses
 - Unterscheidung: Alltagswissen versus wissenschaftliches Wissen
 - Anforderungen an wissenschaftliches Arbeiten
2. Arbeitsplanung und Arbeitstechniken
 - Themensuche und -eingrenzung; Materialsuche und -auswertung; Erstellung des Manuskriptes
 - Arbeitstechniken wie bspw. Listungs-, Gantt- und PLANNET-Technik
3. Aufbau einer wissenschaftlichen Arbeit
4. Textgestaltung, Stil- und Sprachregeln
5. Anwendung von Microsoft Office

Zu E-WT-KAT 01.2 (Kommunikation und Verhandlungsführung):

1. Grundfragen der Kommunikation
2. Zwischenmenschliche Kommunikation
3. Kommunikation im betrieblichen Kontext
4. Gesprächsführung
5. Wertschätzende Kommunikation und Konfliktbewältigung
6. Verkaufs- und Verhandlungsführung
7. Praktische Anwendung im Rollenspiel (branchen- und situationspezifische Vertiefung)

3.2 Spezielle Module der Studienrichtung in den Theoriephasen

Studiengang: Betriebswirtschaft		Verwendbarkeit - Studienrichtung: Handelsmanagement		Verwendbarkeit - Fachgebiet: Spezielle Betriebswirtschaftslehre		
Code: E-HM-ASB-01		Modulbezeichnung (deutsch/englisch): Einführung in die allgemeine und branchenspezifische Betriebswirtschaftslehre / Introduction to General and Sector-Specific Business Administration			Modultyp: Kernmodul	
LVS: 110	Workload (h): 216	Leistungspunkte: 8	Beginn (Sem.): 1	Dauer (Sem.): 1	Fächerzahl: 2	
Voraussetzungen für die Teilnahme: Fachsemester laut Studienplan der Studienordnung gemäß § 47 Abs. 7 ThürHG				Häufigkeit des Angebots: einmal pro Jahr		
Lehrform: Vorlesung / Seminar			Modulverantwortlicher: Prof. Dr. Reinhard Herrmann / Prof. Dr. Daniel Hoppe			
Prüfungsart: Klausurarbeit		Prüfungsdauer (min): 120	Prüfungstermin: nach Abschluss der LV, spätestens Prüfungswoche			
Anmerkungen:						
Submodule/Fächer (falls vorhanden):						
Subcode	Name			LVS	BG	LF
E-HM-ASB-01.1	Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre			45	1	V/S
E-HM-ASB-01.2	Grundlagen des Handelsmanagements			65	1	V/S
Qualifikationsziele:						
<p>Die Studierenden erfassen betriebswirtschaftliche Grundtatbestände und sind in der Lage, diese vor dem Hintergrund der jeweiligen Problem- und Fragestellungen in den unterschiedlichen Funktions- bzw. Tätigkeitsbereichen der betrachteten Unternehmen/Institutionen zu vernetzen. Sie erhalten einen ersten Überblick über das betriebswirtschaftliche Spektrum, welches – vom Allgemeinen zum Speziellen vorgehend – im weiteren Studienverlauf funktionell und institutionell vertieft wird. Den Studierenden sollen fundierte Kenntnisse vermittelt werden über den Aufbau und die strukturellen Beziehungen innerhalb des Groß- und Einzelhandels, die grundlegenden Marktbeziehungen innerhalb des Einzelhandels und des Großhandels, die Gesetzmäßigkeiten und Tendenzen der Entwicklung des Groß- und Einzelhandels und die Entwicklungen der Handelsstrukturen im Rahmen der Multi-Channel-Strategien. Die Studierenden sollen Verständnis der Inhalte und Zusammenhänge erwerben über das Marketinginstrumentarium des Handelsbetriebs sowie die Leistungsfaktoren des handelsbetrieblichen Leistungsprozesses, die grundlegenden Prozesse der Leistungsabwicklung innerhalb eines Handelsbetriebes, die strategischen und operativen Entscheidungsfelder im Handelsbetrieb sowie die Grundbegriffe und Prozesse der Warenwirtschaft im Handel.</p> <p>Die Studierenden sollen befähigt werden, konsequent betriebswirtschaftlich zu denken und zu handeln sowie fortsetzend mit den weiteren Modulen des Fachgebietes, betriebswirtschaftliche Zusammenhänge konzeptionell und in ihrem ökonomischen Wesenskern zu begreifen. Die Studierenden sollen nach Abschluss des Moduls in der Lage sein, die verschiedenen Betriebsformen und Betriebstypen der Einzelhandels- und der Großhandelsbetriebe mit ihren speziellen Merkmalen und Bedingungen zu differenzieren und zu erklären, die Rahmenbedingungen für die Entwicklung eines Handelsbetriebes oder einer Gruppe von Handelsbetrieben selbstständig zu analysieren und Entwicklungsprozesse dieser in ihren Auswirkungen zuverlässig einzuschätzen, selbstständig Trendeinschätzungen zu bewerten und vorzunehmen, konkrete Handelsunternehmen und deren Entwicklungsbedingungen in die Branche einzuordnen, die grundlegenden Strategien des Absatz- und Beschaffungsmanagements in den praktischen Handelsunternehmen zu erkennen sowie deren Chancen und Risiken zu bewerten.</p>						

Literatur (in der jeweils aktuellen Auflage):

Zu E-HM-ASB-01.1 (Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre):

Bea, F. / Dichtl, E. / Schweitzer, M.: Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, Band 1-3, Stuttgart

Schierenbeck, H.: Grundzüge der Betriebswirtschaftslehre, München, Wien

Schmalen, H.: Grundlagen und Probleme der Betriebswirtschaft, Köln

Wöhe, G.: Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, München

Wöhe, G. / Brösel, G. / Döring, U.: Übungsbuch zur Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, München

Zu E-HM-ASB-01.2 (Grundlagen des Handelsmanagements):

Barth, K. / Hartmann, M. / Schröder, H.: Betriebswirtschaftslehre des Handels, Wiesbaden

Heinemann, G.: Der neue Online-Handel – Geschäftsmodelle, Geschäftssysteme und Benchmarks im E-Commerce, Wiesbaden

Lerchenmüller, M.: Handelsbetriebslehre, Herne

Swoboda, B. / Foscht, T. / Schramm-Klein, H.: Handelsmanagement – Offline-, Online- und Omnichannel-Handel, München

Lehrinhalte:

Zu E-HM-ASB-01.1 (Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre):

1. Grundfragen der Betriebswirtschaftslehre (BWL)
2. Entwicklung der BWL und betriebswirtschaftliche Wissenschaftsprogramme
3. Rahmenbedingungen des unternehmerischen Handelns
4. Standortentscheidung als konstitutive Entscheidung
5. Wahl der Rechtsform als Entscheidungsproblem
6. Unternehmenszusammenschlüsse
7. Betriebliches Management
8. Planung als Führungsinstrument
9. Informationsmanagement
10. Der betriebliche Leistungsprozess im Überblick
11. Betrieblicher Produktionsfaktor: menschliche Arbeit
12. Betrieblicher Produktionsfaktor: Betriebsmittel
13. Betrieblicher Produktionsfaktor: Werkstoffe
14. Sozialpartnerschaft und soziale Marktwirtschaft

Zu E-HM-ASB-01.2 (Grundlagen des Handelsmanagements)

1. Einführung in die Handelsbetriebslehre
2. Handelsfunktionen, Marketinginstrumentarium und Leistungsfaktoren
3. Basisentscheidungen des Handelsmanagements
4. Organisatorische Umsetzung der Basisentscheidungen des Handelsmanagements
5. Multi-Channel-Retailing

Studiengang: Betriebswirtschaftslehre		Verwendbarkeit - Studienrichtung: Handelsmanagement		Verwendbarkeit - Fachgebiet: Spezielle Betriebswirtschaftslehre		
Code: E-HM-SBW-02		Modulbezeichnung (deutsch/englisch): Beschaffungsmanagement und Warenwirtschaft / Procurement and Merchandise Management			Modultyp: Spezielles Modul	
LVS: 55	Workload (h): 108	Leistungspunkte: 4	Beginn (Sem.): 2	Dauer (Sem.): 1	Fächerzahl: 1	
Voraussetzungen für die Teilnahme: Fachsemester laut Studienplan der Studienordnung gemäß § 47 Abs. 7 ThürHG				Häufigkeit des Angebots: einmal pro Jahr		
Lehrform: Vorlesung / Seminar			Modulverantwortlicher: Prof. Dr. Marcel Clermont			
Prüfungsart: Seminararbeit oder Klausurarbeit		Prüfungsdauer (min): 90	Prüfungstermin: nach Vereinbarung			
Anmerkungen:						
Submodule/Fächer (falls vorhanden):						
Subcode	Name			LVS	BG	LF
Qualifikationsziele:						
Den Studierenden sollen fundierte Kenntnisse vermittelt werden über:						
<ul style="list-style-type: none"> - die Beschaffungsprozesse in Handelsunternehmen, - die grundlegenden praktischen Prozesse der Beschaffungsanalyse und Lieferantenauswahl, - die Aufgaben und Methoden des Lieferantenmanagements von der Angebotsbearbeitung bis zur Vertragsgestaltung und Vertragsabwicklung einschließlich der dafür erforderlichen Rechtskenntnisse, - Aufbau einer Ausschreibung und Durchführung einer professionellen Verhandlung, - die Anwendung des Warenwissens in allen Bereichen der Warenwirtschaft des Handelsbetriebes. 						
Die Studierenden sollen Verständnis der Inhalte und Zusammenhänge erwerben über:						
<ul style="list-style-type: none"> - die Aufgaben und Wechselwirkungen zwischen den einzelnen sachlichen Teilprozessen des Beschaffungsprozesses sowie zwischen den Stufen des Beschaffungsprozesses innerhalb des Handelsunternehmens, - die Auswirkungen getroffener Beschaffungsentscheidungen auf betriebswirtschaftliche Kennzahlen sowie auf Kosten und Leistungen des Handelsbetriebes. 						
Die Studierenden sollen nach Abschluss des Moduls in der Lage sein,						
<ul style="list-style-type: none"> - selbstständig Beschaffungsmarktanalysen und -prognosen durchzuführen sowie die Analyse und Beurteilung von Lieferanten bis zur Auswahl eines Lieferanten zu bearbeiten, - selbstständig Ausschreibungen und Verhandlungen für ausgewählte Warengruppen durchführen zu können, - Beschaffungsdispositionen entsprechend den betriebsinternen Rahmenordnungen durchführen zu können, - effizient Verfahren der Bedarfsprognose auszuwählen und anwenden zu können, - statistische Verfahren zur optimalen Berechnung von Bestandsvorgaben anzuwenden, - optimale Verfahren der Bestelldisposition auszuwählen und anzuwenden, - Konzeptionen zur optimalen Bestandsführung zu erarbeiten und zu implementieren, - das Warenwissen im operativen Tagesgeschäft anzuwenden sowie selbständig alle Erkenntnisse und Neuerungen aufzunehmen, einzuordnen sowie gezielt nach spezifischen Informationen für relevante Waren oder Warengruppen zu recherchieren. 						
Literatur (in der jeweils aktuellen Auflage):						
Arnolds, H. / Heege, F. / Röh, C. / Tussing, W.: Materialwirtschaft und Einkauf, Wiesbaden Kummer, S. / Grün, O. / Jammerneegg, W.: Grundzüge der Beschaffung, Produktion und Logistik, Hallbergmoos Lorenzen, K. D. / Krokowski, W.: Einkauf, Wiesbaden						

van Weele, A. J. / Eßig, M.: Strategische Beschaffung – Grundlagen, Planung und Umsetzung eines integrierten Supply Managements, Wiesbaden
Schulte, C.: Logistik-Wege zur Optimierung der Supply Chain, München

Lehrinhalte:

1. Grundlagen der Beschaffung und Warenwirtschaft in Handelsunternehmen
2. Bedarfsermittlung, Bestellpolitiken, Sicherheitsbestandsdisposition
3. Marktanalysen
4. Warengruppenmanagement
5. Lieferantenmanagement
6. Beschaffungsstrategien
7. Ausschreibungen und Verhandlungsführung
8. Beschaffungs- und Bestandscontrolling

Studiengang: Betriebswirtschaftslehre		Verwendbarkeit - Studienrichtung: Handelsmanagement		Verwendbarkeit - Fachgebiet: Spezielle Betriebswirtschaftslehre		
Code: E-HM-SBW-03		Modulbezeichnung (deutsch/englisch): Handelsmarketing und Konsumentenverhalten / Retail Marketing and Consumer Behaviour			Modultyp: Spezielles Modul	
LVS: 65	Workload (h): 135	Leistungspunkte: 5	Beginn (Sem.): 3	Dauer (Sem.): 1	Fächerzahl: 1	
Voraussetzungen für die Teilnahme: Fachsemester laut Studienplan der Studienordnung gemäß § 47 Abs. 7 ThürHG				Häufigkeit des Angebots: einmal pro Jahr		
Lehrform: Vorlesung / Seminar			Modulverantwortlicher: Prof. Dr. Daniel Hoppe			
Prüfungsart: Seminararbeit oder Klausurarbeit		Prüfungsdauer (min): 90	Prüfungstermin: nach Vereinbarung			
Anmerkungen:						
Submodule/Fächer (falls vorhanden):						
Subcode	Name			LVS	BG	LF
<p>Qualifikationsziele:</p> <p>Den Studierenden sollen fundierte Kenntnisse vermittelt werden über:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Methoden der Informationsgewinnung und Situationsanalyse für Handelsunternehmen, - die Grundlagen, Verfahren und Techniken der Marktsegmentierung, Zielmarktbestimmung und Marktpositionierung von Handelsunternehmen, - die Entwicklung und Umsetzung von Marketingstrategien in Handelsunternehmen, - die Elemente des Handelsmarketing-Mix, - theoretische Ansätze und Bezugsrahmen zur Erklärung von Konsumentenverhalten, - Erklärungsansätze und Determinanten des Konsumentenverhaltens, - Typen von Kaufentscheidungen. <p>Die Studierenden sollen Verständnis der Inhalte und Zusammenhänge erwerben über:</p> <ul style="list-style-type: none"> - die kausalen Wirkungsketten zwischen Strategien und Maßnahmen des Handelsmarketing einerseits sowie dem Konsumentenverhalten und den betriebswirtschaftlichen Ergebnissen des Handelsunternehmens andererseits, - die Funktionsweise der Strategien und Instrumente des Handelsmarketing unter verschiedenen internen und externen Rahmenbedingungen eines Handelsbetriebes, - die Inhalte, das Zusammenwirken und die Wechselbeziehungen der Marketinginstrumente. <p>Die Studierenden sollen nach Abschluss des Moduls in der Lage sein,</p> <ul style="list-style-type: none"> - den notwendigen Informationsbedarf für Handelsunternehmen zu identifizieren und durch Auswahl und Anwendung geeigneter Methoden zu adressieren, - Entscheidungsvorschläge und Konzeptionen zur ganzheitlichen und differenzierten Ausgestaltung des Handelsmarketing-Mix entwickeln zu können, - selbstständig Konzeptionen zur Optimierung operativer Maßnahmen des Handelsmarketing zu entwickeln, - Marketingentscheidungen basierend auf einem grundlegenden Verständnis der Determinanten des kaufrelevanten Konsumentenverhaltens zu entwickeln. 						
<p>Literatur (in der jeweils aktuellen Auflage):</p> <p>Zu Handelsmarketing:</p> <p>Ahlert, D. / Kenning, P. / Brock, C.: Handelsmarketing – Grundlagen der marktorientierten Führung von Handelsbetrieben, Berlin</p>						

Haller, S.: Handelsmarketing, Ludwigshafen
Schröder, H.: Handelsmarketing – Strategien und Instrumente für den stationären Einzelhandel und für Online-Shops mit Praxisbeispielen, Wiesbaden

Zu Konsumentenverhalten:

Foscht, T. / Swoboda, B. / Schramm-Klein, H.: Käuferverhalten – Grundlagen, Perspektiven, Anwendungen, Berlin
Hoffmann, S. / Akbar, P.: Konsumentenverhalten – Konsumenten verstehen, Marketingmaßnahmen gestalten. Wiesbaden.

Kroeber-Riel, W. / Gröppel-Klein, A.: Konsumentenverhalten, München

Lehrinhalte:

Zu Handelsmarketing:

1. Bedeutung und Informationsgrundlagen des Handelsmarketing
2. Strategisches Handelsmarketing
3. Handelsmarketing-Mix

Zu Konsumentenverhalten:

1. Theoretische Ansätze und Bezugsrahmen
2. Determinanten des Konsumentenverhaltens
3. Typen von Kaufentscheidungen
4. Konsumentenverhalten in Kundenbeziehungen (phasenbasierter Überblick)

Studiengang: Betriebswirtschaftslehre		Verwendbarkeit - Studienrichtung: Handelsmanagement		Verwendbarkeit - Fachgebiet: Spezielle Betriebswirtschaftslehre		
Code: E-HM-SBW-04		Modulbezeichnung (deutsch/englisch): Logistik- und Supply-Chain-Management / Logistics and Supply-Chain-Management			Modultyp: Spezielles Modul	
LVS: 55	Workload (h): 108	Leistungspunkte: 4	Beginn (Sem.): 4	Dauer (Sem.): 1	Fächerzahl: 1	
Voraussetzungen für die Teilnahme: Fachsemester laut Studienplan der Studienordnung gemäß § 47 Abs. 7 ThürHG				Häufigkeit des Angebots: einmal pro Jahr		
Lehrform: Vorlesung / Seminar			Modulverantwortlicher: Prof. Dr. Daniel Hoppe			
Prüfungsart: Seminararbeit oder Klausurarbeit		Prüfungsdauer (min): 90		Prüfungstermin: nach Vereinbarung		
Anmerkungen:						
Submodule/Fächer (falls vorhanden):						
Subcode	Name			LVS	BG	LF
Qualifikationsziele:						
<p>Den Studierenden sollen fundierte Kenntnisse vermittelt werden über:</p> <ul style="list-style-type: none"> - die Grundlagen und den Aufbau der unternehmensinternen und unternehmensübergreifenden Logistiksysteme und Logistikprozesse, - die Systematik und die Inhalte der strategischen und operativen Logistikkentscheidungen in Unternehmen unter besonderer Berücksichtigung strategischer und operativer Optionen für die Warendistribution unter Rückgriff auf Verfahren des Operations Research, - die Systematik und Gestaltung von Lagerstrategien und Lager- sowie Kommissioniersystemen, - Funktionsweise von statistischen Verfahren zur Nachfrageprognose, - die Bedeutung von Sicherheitsbeständen in einer Supply Chain und Möglichkeiten der Beeinflussung der erforderlichen Sicherheitsbestände, - die Notwendigkeit der Koordination und Ineffizienzen fehlender Koordination in einer Supply Chain. <p>Die Studierenden sollen nach Abschluss des Moduls in der Lage sein,</p> <ul style="list-style-type: none"> - unternehmensinterne und unternehmensübergreifende Logistikprozesse zu beschreiben und den Mehrwert einer unternehmensübergreifenden Koordination einer Supply Chain verinnerlicht haben, - geeignete Verfahren zur Optimierung ausgewählter distributionslogistischer strategischer und operativer Problemstellungen anzuwenden, - Logistikprozesse in Handelsunternehmen empirisch zu analysieren, zu bewerten sowie struktur- und prozessorientiert weiterzuentwickeln, - für konkrete Waren(-gruppen) auf Basis nachfrage- und kostenorientierter Überlegungen geeignete Sicherheitsbestände festzulegen, - eigenständig Schwachstellen in den (unternehmensübergreifenden) Logistikprozessen aufzudecken und verändernde Maßnahmen abzuleiten. 						
Literatur (in der jeweils aktuellen Auflage):						
<p>Chopra, S. / Meindl, P.: Supply Chain Management – Strategie, Planung und Umsetzung, München Lasch, R.: Strategisches und operatives Logistikmanagement: Distribution, Wiesbaden Schulte, C.: Material- und Logistikmanagement, München Werner, H.: Supply Chain Management – Grundlagen, Strategien, Instrumente und Controlling, Wiesbaden</p>						

Lehrinhalte:

1. Grundlagen und Systeme der Logistik und des Supply Chain Management
2. Distributionslogistik
3. Lager- und Kommissioniersysteme
4. Nachfrageprognose in einer Supply Chain
5. Sicherheitsbestände zur Bewältigung von Unsicherheiten in einer Supply Chain
6. Koordination in einer Supply Chain
7. Planspiel Supply Chain Management

Studiengang: Betriebswirtschaftslehre		Verwendbarkeit - Studienrichtung: Handelsmanagement		Verwendbarkeit - Fachgebiet: Spezielle Betriebswirtschaftslehre		
Code: E-HM-SBW-05		Modulbezeichnung (deutsch/englisch): Projekt-, Prozess-, Service- und Qualitätsmanagement / Project-, Process-, Service- and Quality-Management			Modultyp: Spezielles Modul	
LVS: 110	Workload (h): 162	Leistungspunkte: 6	Beginn (Sem.): 5	Dauer (Sem.): 1	Fächerzahl: 1	
Voraussetzungen für die Teilnahme: Fachsemester laut Studienplan der Studienordnung gemäß § 47 Abs. 7 ThürHG				Häufigkeit des Angebots: einmal pro Jahr		
Lehrform: Vorlesung / Seminar			Modulverantwortlicher: Prof. Dr. Marcel Clermont / Prof. Dr. Claudia Niebergall			
Prüfungsart: Seminararbeit oder Klausurarbeit		Prüfungsdauer (min): 120		Prüfungstermin: nach Vereinbarung		
Anmerkungen:						
Submodule/Fächer (falls vorhanden):						
Subcode	Name			LVS	BG	LF
Qualifikationsziele:						
Den Studierenden sollen fundierte Kenntnisse vermittelt werden über:						
<ul style="list-style-type: none"> - die betrieblichen Anwendungsfelder und Einsatzmöglichkeiten des Projekt- und Prozessmanagements, - die Möglichkeiten der unterschiedlichen Organisationsformen und betrieblichen Einordnung des Projekt- und Prozessmanagements, - die Projektstrukturierung und die Planung des Projektablaufs, - die Umsetzung der Projektablaufpläne in die Zeit-, Ressourcen- und Kapazitätsplanung und deren Koordination, - den Kreislauf und die Elemente des Projektcontrollings, - Qualitätsmerkmale von Waren und Dienstleistungen sowie Ziele und Modelle des Qualitätsmanagements, - verschiedene Instrumente zur Messung der Qualität von Waren und Dienstleistungen, - die Handhabung von Beschwerden, - Planung und Implementierung eines Qualitätsmanagementsystems in Handelsunternehmen, - Möglichkeiten und Anwendungen von Audits, Zertifizierungen und Qualitätsauszeichnungen im Handel. 						
Die Studierenden sollen nach Abschluss des Moduls in der Lage sein,						
<ul style="list-style-type: none"> - die betriebswirtschaftlichen Ziele und Zielkonflikte in Projekten und Prozessen zu identifizieren, - die betriebswirtschaftlichen Wirkungen der Entscheidungen bei der Vorbereitung, Planung, - Durchführung und Kontrolle von Projekten und Prozessen zu erkennen, - die Bedeutung der Service und Qualität als Erfolgsfaktor für Handelsunternehmen zu bewerten, - die Teilfunktionen des Qualitätsmanagements und die Elemente eines Qualitätsmanagementsystems anwendungsbezogen zu durchdringen, - Beschwerdeanzeigen zur Zufriedenheit der Kunden und des Handelsunternehmens zu lösen, - Qualitätsaudits und Zertifizierungen vorzubereiten und zu begleiten, - zu entscheiden, welche Qualitätsauszeichnungen für das Handelsunternehmen relevant sind. 						
Literatur (in der jeweils aktuellen Auflage):						
Zu Projekt- und Prozessmanagement:						
Bergmann, R. / Garrecht, M.: Organisation und Projektmanagement, BA Kompakt, Heidelberg						
Füermann, T.: Prozessmanagement, Kompaktes Wissen, Konkrete Umsetzung, Praktische Arbeitshilfen, München						

Kuster, J. / Bachmann, C. / Hubmann, M. / Lippmann, R. / Schneider, P.: Handbuch Projektmanagement, Agil, Klassisch, Hybrid, Wiesbaden

Zu Service- und Qualitätsmanagement:

Bruhn, M.: Qualitätsmanagement für Dienstleistungen. Grundlagen, Konzepte, Methoden, Heidelberg

Brüggemann, H. / Bremer, P.: Grundlagen Qualitätsmanagement. Von den Werkzeugen über Methoden zum TQM, Wiesbaden

Stauss, B. / Seidel, W.: Beschwerdemanagement. Unzufriedene Kunden als profitable Zielgruppe, München

Lehrinhalte:

Zu Projekt und Prozessmanagement:

1. Grundbegriffe, Ziele und Anwendungsfelder des Projektmanagements
2. Projektinitiierung, Projektstartphase
3. Projektergebnis-Beschreibung:
4. Projektorganisation
5. Projektplanung
6. Fallstudie zum Projekt- und Prozessmanagement

Zu Service- und Qualitätsmanagement:

1. Begrifflichkeiten und Ziele des Service- und Qualitätsmanagements
2. Ausgewählte Modelle zur Erfassung der Qualität von Waren und Dienstleistungen
3. Messung von Qualität von Waren und Dienstleistungen im Handelsunternehmen
4. Beschwerdemanagement
5. Implementierung eines Qualitätsmanagementsystems in einem Handelsunternehmen
6. Audits, Zertifizierungen und Qualitätsauszeichnungen im Handel

Studiengang: Betriebswirtschaftslehre		Verwendbarkeit - Studienrichtung: Handelsmanagement		Verwendbarkeit - Fachgebiet: Spezielle Betriebswirtschaftslehre		
Code: E-HM-SBW-06		Modulbezeichnung (deutsch/englisch): Ausgewählte Aspekte der Internationalisierung und Digitalisierung / Selected Topics on Internationalisation and Digitalisation			Modultyp: Spezielles Modul	
LVS: 110	Workload (h): 162	Leistungspunkte: 6	Beginn (Sem.): 6	Dauer (Sem.): 1	Fächerzahl: 2	
Voraussetzungen für die Teilnahme: Fachsemester laut Studienplan der Studienordnung gemäß § 47 Abs. 7 ThürHG				Häufigkeit des Angebots: einmal pro Jahr		
Lehrform: Vorlesung / Seminar / Übung			Modulverantwortlicher: Prof. Dr. Sven Cravotta / Prof. Dr. Marcel Clermont			
Prüfungsart: Seminararbeit oder Klausurarbeit		Prüfungsdauer (min): 120		Prüfungstermin: nach Vereinbarung		
Anmerkungen:						
Submodule/Fächer (falls vorhanden):						
Subcode	Name			LVS	BG	LF
E-HM-SBW-06.1	Business Intelligence und Data Analytics			60	6	V/S/Ü
E-HM-SBW-06.2	Internationales Handelsmanagement			50	6	V/S
<p>Qualifikationsziele:</p> <p>Zu E-HM-SBW-06.1 (Business Intelligence und Data Analytics):</p> <p>Den Studierenden sollen fundierte Kenntnisse vermittelt werden über</p> <ul style="list-style-type: none"> - Unterschiede und Überschneidungen von Business Intelligence und Data Analytics, - die grundlegenden Unterschiede und Einsatzgebiete von Verfahren des Business Intelligence und der Data Analytics, - die detaillierte Funktionsweise ausgewählter Verfahren (z. B. logistische Regression, Entscheidungsbäume, Random Forests, Clusteranalysen, multi-dimensionale Performance-Analysen), - die Verwendung ausgewählter Softwaresysteme zur Implementierung der Verfahren mit Hilfe praxisorientierter Anwendungsfälle. <p>Die Studierenden sollen nach Abschluss des Moduls in der Lage sein,</p> <ul style="list-style-type: none"> - problemorientiert geeignete Verfahren des Business Intelligence bzw. der Data Analytics auszuwählen und kleinere praxisorientierte Anwendungsfälle selbständig durch geeignete Anwendungssysteme umsetzen zu können, - resultierende Ergebnisse aus den zuvor genannten Verfahren zu interpretieren und kritisch hinterfragen zu können. <p>Zu E-HM-SBW-06.2 (Internationales Handelsmanagement):</p> <p>Den Studierenden sollen fundierte Kenntnisse vermittelt werden über:</p> <ul style="list-style-type: none"> - die Bedeutung und Entwicklung des Außenhandels im Kontext von Handelsunternehmen, - Methoden und Verfahren zur Ländermarktbeurteilung und zur Marktauswahl von Auslandsmärkten, - Markteintrittsstrategien und Gestaltung des Marketing-Mix in den ausgewählten Auslandsmärkten, den direkten und indirekten Im- und Export sowie Transithandel als Erscheinungsformen des Außenhandels, - die physische Distribution im Außenhandel einschließlich der relevanten Vertriebspartner und Transportmittel, - relevante Lieferbedingungen im internationalen Handel - insbesondere Inhalte, Bedeutung, Arten und Anwendung von Incoterms im Außenhandel, - das Ein- und Ausfuhrverfahren mit Zollwesen und die Zollwertbestimmung sowie Einfuhrabgaben, - Entscheidungsaspekte der internationalen Zahlungsabwicklung und Zahlungssicherung, 						

- Management- und Entscheidungsaspekte der Unternehmensorganisation bei Auslandsaktivitäten von Handelsunternehmen.

Die Studierenden sollen nach Abschluss des Moduls in der Lage sein,

- die Bedeutung des Außenhandels für die deutsche Wirtschaft im Allgemeinen sowie die Exporttätigkeiten von Handelsunternehmen im Besonderen zu charakterisieren,
- für beispielhafte Handelsunternehmen geeignete Länder auszuwählen sowie Markteintrittsstrategien zu bestimmen,
- ein entsprechendes Marketingkonzept für die Marktbearbeitung der Auslandsmärkte auszuarbeiten und dabei
- einen Marketing-Mix unter Berücksichtigung der Besonderheiten der jeweiligen Auslandsmärkte im Industrie- und Konsumgüterbereich zu entwickeln,
- die Formen der Export- und Importtätigkeit zu unterscheiden sowie die internationalen Lieferklauseln zu benennen und hinsichtlich ökonomischer Folgen zu bewerten,
- die relevanten Transportmittel wie auch mögliche Vertriebspartner im Außenhandel zu benennen und zu bewerten,
- Aspekte des Zollwesens im Rahmen der Export- und Importtätigkeiten zielorientiert und situationsadäquat zu berücksichtigen sowie für bestimmte Waren den Zollwert sowie die Einfuhrabgaben zu berechnen,
- die zur Verfügung stehenden Zahlungswege im Außenhandel und relevante Möglichkeiten der Zahlungssicherung zu benennen.

Literatur (in der jeweils aktuellen Auflage):

Zu E-HM-SBW-06.1 (Business Intelligence und Data Analytics):

Albrecht, M. / Schlüter, T., Erfolgsmodell Data Analytics – Use Cases, Analysestrategie, Wettbewerbsvorsprünge, Berlin
 Baars, H. / Kemper, H.-G.: Business Intelligence & Analytics – Grundlagen, praktische Anwendungen, Wiesbaden
 Dorschel, J. (Hrsg.): Praxishandbuch Big Data – Wirtschaft, Recht, Technik, Wiesbaden
 James, G. / Witten, D. / Hastie, T. / Tibshirani, R.: An Introduction to Statistical Learning – with Applications in R, New York

Zu E-HM-SBW-06.2 (Internationales Handelsmanagement):

Backhaus, K. / Büschken, J. / Voeth, M.: Internationales Marketing, Stuttgart
 Jahrman, F.-U.: Außenhandel, Ludwigshafen
 Meffert, H. / Bolz, J.: Internationales Marketing-Management, Stuttgart u.a.
 Perlit, M.: Internationales Management, Stuttgart
 Usiner, J.-C. / Lee, J., A.: Marketing Across Cultures, London

Lehrinhalte:

Zu E-HM-SBW-06.1 (Business Intelligence und Data Analytics):

1. Einführung in Business Intelligence und Data Analytics
2. Detailbetrachtung ausgewählter Verfahren des Business Intelligence
3. Detailbetrachtung ausgewählter Verfahren der Data Analytics
4. Implementierung ausgewählter Verfahren mittels Softwarelösungen
5. Fallstudie

Zu E-HM-SBW-06.2 (Internationales Handelsmanagement):

1. Einführung und Grundlagen
2. Going International: Marktauswahlentscheidung und Markteintrittsstrategien
3. Being International: Koordination der bearbeiteten Auslandsmärkten
4. Erscheinungsformen des Außenhandels
5. Vertriebspartner im Außenhandel
6. Zölle und Lieferbedingungen im internationalen Handel
7. Internationale Zahlungsverkehrsabwicklung und Zahlungssicherung
8. Unternehmensorganisation und Controlling bei Auslandsaktivitäten
9. Branchenspezifische Fallstudie
10. Aktuelle außenwirtschaftliche Aspekte und Problembereiche

Studiengang: Betriebswirtschaftslehre		Verwendbarkeit - Studienrichtung: Handelsmanagement		Verwendbarkeit - Fachgebiet: Profilmodul		
Code: E-HM-PRO-01		Modulbezeichnung (deutsch/englisch): Marktforschung / Market Research			Modultyp: Profilmodul	
LVS: 90	Workload (h): 162	Leistungspunkte: 6	Beginn (Sem.): 2	Dauer (Sem.): 2	Fächerzahl: 2	
Voraussetzungen für die Teilnahme: Fachsemester laut Studienplan der Studienordnung gemäß § 47 Abs. 7 ThürHG				Häufigkeit des Angebots: einmal pro Jahr		
Lehrform: Vorlesung / Seminar			Modulverantwortlicher: Prof. Dr. Daniel Hoppe			
Prüfungsart: Seminararbeit oder Klausurarbeit		Prüfungsdauer (min): 90	Prüfungstermin: nach Vereinbarung			
Anmerkungen: EV: Wahlpflichtschwerpunkt Einkaufs- und Vertriebsmanagement HE: Wahlpflichtschwerpunkt E-Commerce Es ist nur das Fach zu belegen, das zum gewählten Wahlpflichtschwerpunkt gehört.						
Submodule/Fächer (falls vorhanden):						
Subcode	Name			LVS	BG	LF
E-HM-PRO-01.1	Grundlagen und Instrumente der Marktforschung			30	2	V
E-HM-PRO-01.2a	Projekte zur Marktforschung im Handel [EV]			60	3	S
E-HM-PRO-01.2b	Projekte zur Marktforschung im E-Commerce [HE]			60	3	S
Qualifikationsziele: Zu Grundlagen und Instrumente der Marktforschung: Den Studierenden sollen fundierte Kenntnisse und Fähigkeiten vermittelt werden über: <ul style="list-style-type: none"> - die Grundlagen der Marktforschung und den Marktforschungsprozess, - Gütekriterien empirischer Untersuchungen, - Methoden der Primär- und Sekundärforschung, - Anwendungsgebiete der qualitativen Marktforschung, - Methoden der Primärforschung (Querschnittsuntersuchungen, Längsschnittsuntersuchungen, experimentelle Designs und Markttests), - Datenaufbereitung und grundlegende (uni- und bivariate) Datenanalyse. Die Studierenden sollen nach Abschluss des Moduls in der Lage sein, <ul style="list-style-type: none"> - die Notwendigkeit der Marktforschung im Umfeld von Problemlösungsprozessen im Handel zu identifizieren und zu begründen, - eine problemorientierte Auswahl und Ausgestaltung von Untersuchungsdesigns (inkl. der Erstellung von Erhebungsinstrumenten) vorzunehmen, - Instrumentarien und Methoden der Datenerhebung sowie eine grundlegende Datenanalyse im Rahmen typischer Anwendungsszenarien zielführend auf Basis rechnergestützter Anwendungssysteme einzusetzen. Zu Projekte zur Marktforschung im Handel (E-HM-PRO-01.2a) bzw. im E-Commerce (E-HM-PRO-01.2b): Die Zielsetzung dieses Submoduls besteht in der selbstständigen Anwendung der in E-HM-PRO-01.1 vermittelten Kenntnisse und Fähigkeiten der Marktforschung in einem realen Anwendungskontext. Der Anwendungskontext unterscheidet sich dabei je nach gewähltem Wahlpflichtschwerpunkt. So werden bei EV insbesondere Projekte zu Marktforschungen auf der Handelsfilialebene und bei HE zu Fragestellungen des E-Commerce behandelt. Den Studierenden sollen fundierte Kenntnisse vermittelt werden über: <ul style="list-style-type: none"> - die umfassende Planung, Koordination und Durchführung eines realen empirischen Marktforschungsprojektes, - Herausforderungen und Empfehlungen zur Durchführung der Datenerhebung, 						

- ausgewählte multivariate statistische Datenanalysen (z. B. multiple lineare Regression, Varianzanalyse, logistische Regression, Clusteranalyse) zur tiefergehenden Auswertung von Marktforschungsdaten,
- die Umsetzung der Dateneingabe und der multivariaten Datenanalyse mittels gängiger Anwendungssoftware,
- die zielgruppengerechte Aufbereitung und Präsentation der Ergebnisse eines realen Marktforschungsprojektes.

Die Studierenden sollen nach Abschluss des Moduls in der Lage sein,

- selbstständig eigene Marktforschungsuntersuchungen für handelspezifische Fragestellungen planen, koordinieren und durchführen zu können,
- eigenständig Datenerhebungen unter Berücksichtigung relevanter Gütekriterien (z. B. Repräsentativität und Interviewereffekte) zu planen und durchzuführen,
- problemorientiert geeignete multivariate Analyseverfahren für reale Fragestellungen auszuwählen und in einer gängigen Anwendungssoftware anzuwenden sowie deren Ergebnisse interpretieren zu können,
- praxisorientierte Handlungsempfehlungen auf Basis der durchgeführten Analysen entwickeln zu können,
- die Ergebnisse von Marktforschungsuntersuchungen zielgruppengerecht aufbereiten und präsentieren zu können.

Literatur (in der jeweils aktuellen Auflage):

Zu E-HM-PRO-01.1 (Grundlagen und Instrumente der Marktforschung):

Koch, J. / Riedmüller, F.: Marktforschung – Grundlagen und praktische Anwendungen, Berlin / Boston
 Kreis, H. / Wildner, R. / Kuß, A.: Marktforschung – Datenerhebung und Datenanalyse, Wiesbaden
 Magerhans, A.: Marktforschung – eine praxisorientierte Einführung, Wiesbaden
 Raab, G. / Unger, A. / Unger, F.: Methoden der Marketing-Forschung – Grundlagen und Praxisbeispiele, Wiesbaden

Zu E-HM-PRO-01.2a und E-HM-PRO-01.2b (Projekte zur Marktforschung):

Backhaus, K. / Erichson, B. / Gensler, S. / Weiber, R. / Weiber, T.: Multivariate Analysemethoden – Eine anwendungsorientierte Einführung, Wiesbaden
 Eckstein, P.: Datenanalyse mit SPSS – Realdatenbasierte Übungs- und Klausuraufgaben mit vollständigen Lösungen, Wiesbaden. Magerhans, A. / Merkel, T. / Cimbalista, J.: Marktforschungsergebnisse zielgruppengerecht kommunizieren – Ergebnisberichte, Präsentationen, Workshops, Wiesbaden
 Tausendpfund, M.: Quantitative Datenanalyse – Eine Einführung in SPSS, Wiesbaden

Lehrinhalte:

Zu E-HM-PRO-01.1 (Grundlagen und Instrumente der Marktforschung):

1. Grundlagen der empirischen Marktforschung
2. Untersuchungsziele, Gütekriterien, Untersuchungsdesigns und -ablauf
3. Überblick über Marktforschungsmethoden
4. Querschnittsuntersuchungen
5. Ausgewählte Aspekte zu Längsschnittuntersuchungen, experimentellen Untersuchungen und Markttests
6. Datenanalyse
7. Verwendung von Anwendungssystemen zur Realisierung der Datenerhebungen und -auswertungen

Zu E-HM-PRO-01.2a und E-HM-PRO-01.2b (Projekte zur Marktforschung):

Die Zielsetzung dieses Submoduls besteht darin, Studierende selbständig Marktforschungsprojekte planen, durchführen und auswerten zu lassen. Insofern sind die konkreten Submodulinhalte an die konkreten Fragestellungen der konkreten behandelten Marktforschungsprojekte auszurichten und die folgenden Ausführungen als mögliche Submodulbestandteile zu sehen.

- Planungs- und Koordinationsprozess einer empirischen Untersuchung
- Entwicklung eigenständiger Untersuchungsdesigns für reale Problemstellungen
- Technische Umsetzung / Konfiguration der Erhebungsinstrumente
- Erstellung / Anpassung von Code-Plänen und Dateneingabe in eine gängige Anwendungssoftware
- Auswahl der Analysemethoden und deren Anwendung in einer gängigen Anwendungssoftware
- Empfehlungen zur zielgruppengerechten Ergebnispräsentation

Studiengang: Betriebswirtschaftslehre		Verwendbarkeit - Studienrichtung: Handelsmanagement		Verwendbarkeit - Fachgebiet: Profilmodul		
Code: E-HM-PRO-02		Modulbezeichnung (deutsch/englisch): Spezielle Themen des Handelsmanagements / Special Issues of Retail-Management			Modultyp: Profilmodul	
LVS: 70	Workload (h): 135	Leistungspunkte: 5	Beginn (Sem.): 4	Dauer (Sem.): 2	Fächerzahl: 2	
Voraussetzungen für die Teilnahme: Fachsemester laut Studienplan der Studienordnung gemäß § 47 Abs. 7 ThürHG				Häufigkeit des Angebots: einmal pro Jahr		
Lehrform: Vorlesung / Seminar			Modulverantwortlicher: Prof. Dr. Andreas Müller / Prof. Dr. Daniel Hoppe / Prof. Dr. Marcel Clermont			
Prüfungsart: Seminararbeit oder Klausurarbeit		Prüfungsdauer (min): 90		Prüfungstermin: nach Vereinbarung		
Anmerkungen: EV: Wahlpflichtschwerpunkt Einkaufs- und Vertriebsmanagement HE: Wahlpflichtschwerpunkt E-Commerce Es ist nur das Fach zu belegen, das zum gewählten Wahlpflichtschwerpunkt gehört.						
Submodule/Fächer (falls vorhanden):						
Subcode	Name			LVS	BG	LF
E-HM-PRO-02.1a	Unternehmens- und Wirtschaftsethik [EV]			30	4	V/S
E-HM-PRO-02.1b	Online-Marketing [HE]			30	4	V/S
E-HM-PRO-02.2a	Nachhaltige Unternehmensführung [EV]			40	5	V/S
E-HM-PRO-02.2b	Online-Shopsysteme [HE]			40	5	V/S
Qualifikationsziele:						
Zu E-HM-PRO-02.1a (Unternehmens- und Wirtschaftsethik [EV]):						
Den Studierenden sollen fundierte Kenntnisse vermittelt werden über:						
<ul style="list-style-type: none"> - die Unterscheidbarkeit zwischen normativen und deskriptiven Aussagen, - die Unterscheidbarkeit zwischen Werturteilen im Allgemeinen und ethisch relevanten Urteilen im Speziellen, - die Grundlagen der praktischen Philosophie (Moralphilosophie), - die wichtigsten Denkschulen der Moralphilosophie, deren Unterschiede und deren Bedeutung für die Wirtschafts- und Unternehmensethik, - die wichtigsten Denkschulen der Wirtschafts- und Unternehmensethik im deutschsprachigen Raum, - spezielle Ansätze der American Business Ethics, - die Problemfelder der sogenannten Corporate Social Responsibility (CSR), 						
Die Studierenden sollen nach Abschluss des Moduls insbesondere in der Lage sein,						
<ul style="list-style-type: none"> - grundlegende Problemfelder der Wirtschafts- und Unternehmensethik zu erkennen und zu beurteilen, - wirtschafts- und unternehmensethische Problemstellungen im betrieblichen Alltag zu erkennen und bewerten zu können sowie in einen allgemeinen moralphilosophischen Kontext einordnen zu können, - als angehende Führungskräfte die Bedeutung ethischer Fragestellungen in der Managementpraxis als solche (auch in ihrer ökonomischen Bedeutung) erkennen zu können, von außermoralischen Fragestellungen abgrenzen zu können und ein grundlegendes Verständnis der Wichtigkeit ethischer Problembereiche im Rahmen des sogenannten normativen Managements zu entwickeln. 						
Zu E-HM-PRO-02.2a (Nachhaltige Unternehmensführung [EV]):						
Den Studierenden sollen fundierte Kenntnisse vermittelt werden über:						
<ul style="list-style-type: none"> - die sich verändernden Rahmenbedingungen für Unternehmen durch die Neo-Ökologie, - Management- und Führungsansätze im Kontext der nachhaltigen Entwicklung, - die Umweltorientierung ausgewählter Wertschöpfungsfunktionen, 						

- Konzeptionen und Methoden im Rahmen des Nachhaltigkeitscontrollings,
- die Gütekriterien der Nachhaltigkeitsberichterstattung,
- die Identifikation passender Fördermöglichkeiten für ausgewählte Nachhaltigkeitsmaßnahmen.

Die Studierenden sollen nach Abschluss des Moduls insbesondere in der Lage sein,

- Managementansätze im Bereich der nachhaltigen Unternehmensführung zu bewerten und anzuwenden,
- für Unternehmen relevante Veränderungen im Rahmen der nachhaltigen Entwicklung zu erkennen und zu bewerten,
- aussagekräftige Nachhaltigkeitsberichte zu erstellen und entsprechende Kennzahlen interpretieren zu können,
- passende Fördermöglichkeiten für Nachhaltigkeitsmaßnahmen zu finden sowie notwendige Modalitäten im Rahmen der Fördermittelbeantragung analysieren zu können.

Zu E-HM-PRO-02.1b (Online-Marketing [HE]):

Den Studierenden sollen fundierte Kenntnisse vermittelt werden über:

- die Entwicklung und Bedeutung des Online-Marketings,
- die Konzeption des Online-Marketing-Einsatzes im unternehmerischen Kontext,
- die Grundlagen, Ausgestaltungsmöglichkeiten und Einsatzfelder verschiedener Instrumente des Online-Marketings.

Die Studierenden sollen nach Abschluss des Moduls in der Lage sein,

- das Online-Marketing mit seinen spezifischen Erscheinungsformen zu kennzeichnen und in den Prozess des Marketing-Managements einzuordnen,
- den Einsatz des Online-Marketings zu planen, unterschiedliche Zielgruppen des Online-Marketings zu differenzieren,
- die unterschiedlichen Ausprägungen der Online-Instrumente und ihre jeweiligen Ziele zu erfassen, um problemorientiert geeignete Instrumente auszuwählen bzw. deren Einsatz priorisieren zu können.

Zu E-HM-PRO-02.2b (Online-Shop-Systeme [HE]):

Den Studierenden sollen fundierte Kenntnisse vermittelt werden über:

- die auf den Grundlagen des BGB sowie des Handels- und Gesellschaftsrechts aufbauenden Besonderheiten des Rechts von Verträgen im Online-Geschäft sowie die Besonderheiten der Allgemeinen Geschäftsbedingungen im Online-Handel,
- die Rechte und Ansprüche des Urhebers sowie die die Anforderungen des Internet- und Datenschutzrechts,
- detaillierte Zusammenhänge der Sonderregelungen des Fernabsatzgesetzes,
- die Merkmale und Bestandteile von Online-Vertriebssystemen und Shop-Konzepten,
- die Instrumentarien und Entscheidungsprobleme zur inhaltlichen, technischen und design-technischen Shopgestaltung,
- die Erfolgsfaktoren von Shopkonzepten,
- die Voraussetzungen für die Integration eines Online-Shopkonzeptes in die Infrastruktur und das Organisationssystem des Unternehmens.

Die Studierenden sollen nach Abschluss des Moduls insbesondere in der Lage sein,

- die rechtlichen Anforderungen des Online-Geschäfts zu unterscheiden und ihre Lösungsmechanismen zu verstehen,
- Onlineshops zielgruppenspezifisch und zielgruppenadäquat in ihren Bestandteilen zu konzipieren, zu gestalten und die Implementierung zu begleiten bzw. zu koordinieren,
- Anpassungen und Aktualisierungen von Online-Shopsystemen selbst vorzunehmen oder zu beauftragen,
- bestehende Shopkonzepte zu analysieren und Vorschläge zu ihrer Optimierung zu entwickeln.

Literatur (in der jeweils aktuellen Auflage):

Zu E-HM-PRO-02.1a (Unternehmens- und Wirtschaftsethik [EV]):

Frankena, W. K.: Analytische Ethik – Eine Einführung, München
 Homann, K., Bloome-Drees, F.: Wirtschafts- und Unternehmensethik, Göttingen.
 Lenk, H. / Maring, M.: Wirtschaft und Ethik, Stuttgart.
 Schneider, A. / Schmidpeter, R.(Hrsg.): Corporate Social Responsibility – Verantwortungsvolle Unternehmensführung in Theorie und Praxis, Berlin / Heidelberg.
 Steinmann, H. / Löhr, A.: Grundlagen der Unternehmensethik, Stuttgart.

Zu E-HM-PRO-02.2a (Nachhaltige Unternehmensführung [EV]):

Dyckhoff, H. / Souren R.: Nachhaltige Unternehmensführung, Berlin

Eisele, O.: Nachhaltigkeitsmanagement – Handbuch für die Unternehmenspraxis, Düsseldorf
Sailer, U.: Nachhaltigkeitscontrolling, München

Zu E-HM-PRO-02.1b (Online-Marketing [HE]):

Ahrholdt, D. / Greve, G. / Hopf, G.: Online-Marketing-Intelligence – Erfolgsfaktoren, Kennzahlen und Steuerungskonzepte für praxisorientiertes Digital-Marketing, Wiesbaden
Kreutzer, R.: Praxisorientiertes Online-Marketing – Konzepte, Instrumente, Checklisten, Wiesbaden
Lammenett, E.: Praxiswissen Online-Marketing – Affiliate-, Influencer-, Content-, Social-Media-, Amazon-, Voice-, B2B-, Sprachassistenten- und E-Mail-Marketing, Google Ads, SEO, Wiesbaden

Zu E-HM-PRO-02.2b (Online-Shop-Systeme[HE]):

Hammer, N. / Bensmann, K.: Webdesign für Studium und Beruf: Webseiten planen, gestalten und umsetzen, Berlin, Heidelberg, Springer
Haug, V.: Grundwissen Internetrecht mit Schaubildern und Fallbeispielen, Stuttgart, Kohlhammer
Kollewe, T. / Keukert, M.: Praxiswissen E-Commerce. Das Handbuch für den erfolgreichen Online-Shop, Köln
Olbrich, R. / Schultz, C. D. / Holsing, C.: Electronic Commerce und Online-Marketing - Ein einführendes Lehr- und Übungsbuch, Wiesbaden
Steireif, A. / Rieker, R. / Bückle, M.: Handbuch Online-Shop. Strategien, Erfolgsrezepte, Lösungen, Bonn

Lehrinhalte:

Zu E-HM-PRO-02.1a (Unternehmens- und Wirtschaftsethik [EV])

1. Erste Ansätze: Das Davoser Manifest
2. Grundlagen der Ethik
3. Ausgewählte Konzepte der Wirtschafts- und Unternehmensethik
4. Aktuelle Themenfelder der Unternehmensethik und Corporate Social Responsibility

Zu E-HM-PRO-02.2a (Nachhaltige Unternehmensführung [EV])

1. Historie und grundlegende Definitionen des Nachhaltigkeitsbegriffes
2. Akteure und Handlungsfelder einer nachhaltigen Entwicklung
3. Unternehmensbezogene Nachhaltigkeit und gesellschaftliche Verantwortung von Unternehmen
4. Nachhaltigkeitsmanagementsysteme
5. Nachhaltigkeitsstrategien
6. Nachhaltigkeitscontrolling und Kennzahlensysteme
7. Fördermittelgewinnung für Nachhaltigkeitsmaßnahmen

Zu E-HM-PRO-02.1b (Online-Marketing [HE])

1. Einführung in das Online-Marketing
2. Konzeption des Online-Marketing-Einsatzes
3. Instrumente des Online-Marketings

Zu E-HM-PRO-02.2b (Online-Shop-Systeme[HE])

1. Geschäftsmodelle von Online-Shops
2. Aufbau und Funktionsweise von Online-Shops und Shopsystemen
3. Auswahl von Shopsystem-Anbietern und Shop-Software
4. Produkt- und Warengruppenkompetenz im Onlineshop
5. Vertragsrechtliche Gestaltungen
6. Usability, Design und Sicherheit
7. Lieferkonzepte und Logistik
8. Praxisbeispiele und Fallstudien

Studiengang: Betriebswirtschaftslehre		Verwendbarkeit - Studienrichtung: Handelsmanagement		Verwendbarkeit - Fachgebiet: Profilmodul		
Code: E-HM-PRO-03		Modulbezeichnung (deutsch/englisch): Planspiel / Business Simulation			Modultyp: Profilmodul	
LVS: 60	Workload (h): 108	Leistungspunkte: 4	Beginn (Sem.): 6	Dauer (Sem.): 1	Fächerzahl: 1	
Voraussetzungen für die Teilnahme: Fachsemester laut Studienplan der Studienordnung gemäß § 47 Abs. 7 ThürHG				Häufigkeit des Angebots: einmal pro Jahr		
Lehrform: Seminar			Modulverantwortlicher: Prof. Dr. Marcel Clermont			
Prüfungsart: Seminararbeit oder Klausurarbeit		Prüfungsdauer (min): 90		Prüfungstermin: nach Vereinbarung		
Anmerkungen:						
Submodule/Fächer (falls vorhanden):						
Subcode	Name			LVS	BG	LF
Qualifikationsziele:						
<p>Das Planspiel lässt die Teilnehmer die vernetzten Zusammenhänge im Unternehmen direkt erleben, insbesondere die Zielkonflikte, die sich in der Führung eines Unternehmens systembedingt ergeben. Es vermittelt, und vertieft nicht nur betriebswirtschaftliches Wissen, sondern fördert auch die Teamarbeit in einer Teilnehmergruppe, da diese als „Vorstand ihres Unternehmens“ für ihre Entscheidungen und die Ergebnisse einstehen müssen. Es trainiert den Umgang mit Informationen und die Entscheidungsfindung, auch unter Zeitdruck. Die TOPSIM Spiele sind insbesondere geeignet, um wirtschaftliches vernetztes Denken und Handeln und strategische Unternehmensführung zu vermitteln.</p>						
Literatur (in der jeweils aktuellen Ausführung):						
<p>TOPSIM Unternehmensplanspiel, der TOPSIM GmbH Neckarhalde 55, 72070 Tübingen. Planspielanleitung, Seminarleitersystem, Teilnehmerhandbuch und Software Support-Hotline (+49 7071-79-42-13) oder per E-Mail an support@cloud.topsim.com</p>						
Lehrinhalte:						
<ul style="list-style-type: none"> - Unternehmensziele und -strategien - Absatz: Konkurrenzanalyse, Marketing-Mix, Produktlebenszyklen, Produkt-Relaunch, Produkt-Neueinführung, - Markteintritt in einen neuen Markt, Kalkulation von Sondergeschäften, Deckungsbeitragsrechnung und Marktforschungsberichte als Informationsgrundlage für Marketingentscheidungen - F&E: Technologie, Ökologie, Wertanalyse - Beschaffung/Lagerhaltung: Optimale Bestellmenge - Fertigung: Investition, Desinvestition, Eigenfertigung oder Fremdbezug, Auslastungsplanung, ökologische Produktion, - Rationalisierung, Lernkurve - Personal: Personalplanung, Qualifikation, Produktivität, Fehlzeiten, Fluktuation - Finanz- und Rechnungswesen: Kostenarten-, Kostenstellen-, Kostenträgerrechnung, stufenweise Deckungsbeitragsrechnung, - Finanzplanung, Bilanz- und Erfolgsrechnung, Cash Flow - Aktienkurse und Unternehmensbewertungen - Portfolioanalyse 						

Studiengang: Betriebswirtschaftslehre		Verwendbarkeit - Studienrichtung: Handelsmanagement		Verwendbarkeit - Fachgebiet: Recht		
Code: E-HM-REC-01		Modulbezeichnung (deutsch/englisch): Spezielle Rechts- und Wirtschaftsthemen / Special Legal and Economic Issues			Modultyp: Spezielles Modul	
LVS: 70	Workload (h): 135	Leistungspunkte: 5	Beginn (Sem.): 6	Dauer (Sem.): 1	Fächerzahl: 2	
Voraussetzungen für die Teilnahme: Fachsemester laut Studienplan der Studienordnung gemäß § 47 Abs. 7 ThürHG				Häufigkeit des Angebots: einmal pro Jahr		
Lehrform: Vorlesung / Seminar			Modulverantwortlicher: Prof. Dr. Thomas Müller			
Prüfungsart: Seminararbeit oder Klausurarbeit		Prüfungsdauer (min): 90	Prüfungstermin: nach Vereinbarung			
Anmerkungen: EV: Wahlpflichtschwerpunkt Einkaufs- und Vertriebsmanagement HE: Wahlpflichtschwerpunkt E-Commerce Es ist nur das Fach zu belegen, das zum gewählten Wahlpflichtschwerpunkt gehört.						
Submodule/Fächer (falls vorhanden):						
Subcode	Name			LVS	BG	LF
E-HM-REC-01.1	Spezielle Rechts- und Wirtschaftsthemen 1			35	6	V/S
E-HM-REC-01.2a	Spezielle Rechts- und Wirtschaftsthemen 2 [EV]			35	6	V/S
E-HM-REC-01.2b	Spezielle Rechts- und Wirtschaftsthemen 2 [HE]			35	6	V/S
Qualifikationsziele:						
Den Studierenden sollen fundierte Kenntnisse vermittelt werden über:						
<ul style="list-style-type: none"> - die Systematik ausgewählter spezieller Rechtsgebiete, deren Inhalte und Regelungen sowie ihre praktische Anwendung in den relevanten Bereichen des Groß- und Einzelhandels, - einschlägige Entscheidungen der Rechtsprechung und deren Auswirkungen für die unternehmerische Praxis unter Einbeziehung praxisrelevanter Fallbeispiele, - die Vorgehensweise bei der Bearbeitung von Fällen aus den betreffenden Rechtsgebieten. 						
Die Studierenden sollen nach Abschluss des Moduls in der Lage sein,						
<ul style="list-style-type: none"> - einschlägige Sachverhalte der Praxis juristisch zu erfassen und zu bewerten, - Problemlösungen unter besonderer Berücksichtigung der sich aus den behandelten Rechtsgebieten ergebenden Voraussetzungen und Rechtsfolgen zu entwickeln und Entscheidungen vorzuschlagen. 						
Literatur (in der jeweils aktuellen Auflage):						
Zu E-HM-REC-01.1 (Spezielle Rechts- und Wirtschaftsthemen 1):						
Brox, H. / Walker, W.-D.: Zwangsvollstreckungsrecht, München						
Foerste, U.: Insolvenzrecht, München						
Lackmann, R.: Zwangsvollstreckungsrecht mit Grundzügen des Insolvenzrechts, München						
Musielak, H.-J. / Voit, W.: Grundkurs ZPO, München						
Saltan, U. / Gräve, K.: Gerichtliches Mahnverfahren und Zwangsvollstreckung, München						
Zu E-HM-REC-01.2a (Spezielle Rechts- und Wirtschaftsthemen 2 [EV]):						
Berlit, W.: Markenrecht, München						
Emmerich, V. / Lange, K. W.: Lauterkeitsrecht: ein Studienbuch, München						
Emmerich, V. / Lange, K. W.: Kartellrecht: ein Studienbuch, München						
Engels, R.: Patent-, Marken- und Urheberrecht, München						
Kilian, W. / Wendt, D. H.: Europäisches Wirtschaftsrecht, Mannheim						

Gesetzestexte (jeweils in der aktuellen Ausgabe):
 Bürgerliches Gesetzbuch (BGB), Textausgabe, München
 Zivilprozessordnung (ZPO), Textausgabe, München
 Insolvenzordnung (InsO), Textausgabe, München
 Wettbewerbsrecht, Gewerblicher Rechtsschutz und Urheberrecht, Textsammlung, München

Zu E-HM-REC-01.2b (Spezielle Rechts- und Wirtschaftsthemen 2 [HE]):

Ekey, F. L.: Grundriss des Wettbewerbs- und Kartellrechts, Heidelberg
 Fechner, F.: Medienrecht, Tübingen
 Härtling, N.: Internetrecht, Köln
 Kranig, T./Sachs, A./Gierschmann, M.: Datenschutz-Compliance nach der DS-GVO, Köln
 Steireif, A./Rieker, R. A./Bückle, M.: Handbuch Online-Shop, Bonn
 Martini, M./Möslein, F./Rostalski, F.: Recht der Digitalisierung, Baden-Baden

Allgemeine Gesetzestexte (jeweils in der aktuellen Ausgabe):
 Bürgerliches Gesetzbuch (BGB), Textausgabe, München
 Zivilprozessordnung (ZPO), Textausgabe, München
 Insolvenzordnung (InsO), Textausgabe, München
 Telemediarecht, Textausgabe, München
 Wettbewerbsrecht, Gewerblicher Rechtsschutz und Urheberrecht, Textsammlung, München

Lehrinhalte:

Zu E-HM-REC-01.1 (Spezielle Rechts- und Wirtschaftsthemen 1) :

1. Mahnverfahren und Zwangsvollstreckungsrecht
2. Insolvenzrecht
3. Grundlagen Compliance

Zu E-HM-REC-01.2a (Spezielle Rechts- und Wirtschaftsthemen 2 [EV]):

4. Europäisches Wirtschaftsrecht
5. Wettbewerbs- und Kartellrecht
6. Immaterialgüterrecht

Zu E-HM-REC-01.2b (Spezielle Rechts- und Wirtschaftsthemen 2 [HE]):

4. Rechtsquellen des E-Commerce
 - Vertragsrecht
 - Pflichten des Online-Anbieters
 - Verbraucherschutz
 - Domainrecht
 - Datenschutzrecht
 - Wettbewerbs- und Urheberrecht

3.3 Praxismodule und Bachelorarbeit

Studiengang: Betriebswirtschaft		Verwendbarkeit - Studienrichtung: Handelsmanagement				
Code: E-WT-PRA-01		Modulbezeichnung (deutsch/englisch): Praxisphase I (Projektarbeit I) / Practice Phase I (Project Thesis I)			Modultyp: Praxismodul	
LVS: 0	Workload (h): 135	Leistungspunkte: 5	Beginn (Sem.): 1	Dauer (Sem.): 1	Fächerzahl: 1	
Voraussetzungen für die Teilnahme: Fachsemester laut Studienplan der Studienordnung gemäß § 47 Abs. 7 ThürHG				Häufigkeit des Angebots: einmal pro Jahr		
Lehrform:			Modulverantwortlicher: Studienrichtungsleiter			
Prüfungsart: Projektarbeit		Prüfungsdauer (min):	Prüfungstermin: Beginn der Theoriephase des 2. Semesters			
Anmerkungen:						
Submodule/Fächer (falls vorhanden):						
Subcode	Name			LVS	BG	LF
Qualifikationsziele:						
<p>Die Praxisphasen ermöglichen es den Studierenden, im Rahmen der in der jeweiligen Studienordnung niedergelegten betrieblichen Ausbildungsschwerpunkte ihr in den Theoriephasen gewonnenes Wissen und Verständnis bei der Lösung konkreter betrieblicher Aufgabenstellungen anzuwenden und weiterzuentwickeln (Theorie-Praxis-Transfer). Dabei können sie ihre systemischen Kompetenzen weiter vertiefen und im Rahmen der innerbetrieblichen Einbindung ihre kommunikativen Kompetenzen weiter ausbilden.</p> <p>Die Projektarbeit I ist integraler Bestandteil der Studienleistungen in der ersten Praxisphase und unterstreicht den Theorie-Praxis-Transfer des dualen Studiums. Ziel ist die wissenschaftsorientiert aufbereitete Beschreibung von Strukturen und Prozessen des Praxispartners, wobei Erkenntnisse aus der vorangegangenen Theoriephase in enger Verzahnung mit den jeweiligen Praxisinhalten angewendet und hierüber die Studierenden an methodisches und wissenschaftliches Arbeiten sowie das Verfassen von Texten mit wissenschaftlichem Anspruch herangeführt werden sollen.</p> <p>Die Projektarbeit I wird in Anwendung von § 7 a Abs. 7 DHGEPrüfO als Studienleistung mit Testat absolviert. Der Umfang der Arbeit soll ca. 10 Seiten DIN A4 betragen (zuzüglich Verzeichnisse und Anhang). Die Themenstellung erfolgt in Abstimmung zwischen der Dualen Hochschule und dem Praxispartner des/der Studierenden, die Beurteilung der Arbeit durch die Duale Hochschule.</p>						
Literatur (in der jeweils aktuellen Auflage):						
<p>Theisen, M.R.: Wissenschaftliches Arbeiten, München Bänsch, A.: Wissenschaftliches Arbeiten – Seminar und Diplomarbeiten, München, Wien Preißner, A.: Wissenschaftliches Arbeiten, München, Wien Kornmeier, M.: Wissenschaftlich schreiben leichtgemacht: für Bachelor, Master und Dissertation, Stuttgart</p>						

Studiengang: Betriebswirtschaft		Verwendbarkeit - Studienrichtung: Handelsmanagement				
Code: E-WT-PRA-02		Modulbezeichnung (deutsch/englisch): Praxisphasen II und III (Projektarbeit II) / Practice Phases II and III (Project Thesis II)			Modultyp: Praxismodul	
LVS: 0	Workload (h): 270	Leistungspunkte: 10	Beginn (Sem.): 2	Dauer (Sem.): 2	Fächerzahl: 2	
Voraussetzungen für die Teilnahme: Fachsemester laut Studienplan der Studienordnung gemäß § 47 Abs. 7 ThürHG				Häufigkeit des Angebots: einmal pro Jahr		
Lehrform:			Modulverantwortlicher: Studienrichtungsleiter			
Prüfungsart: Projektarbeit		Prüfungsdauer (min):	Prüfungstermin: Beginn der Theoriephase des 4. Semesters			
Anmerkungen:						
Submodule/Fächer (falls vorhanden):						
Subcode	Name			LVS	BG	LF
E-WT-PRA-02.1	Praxisphase II			0	2	
E-WT-PRA-02.2	Praxisphase III			0	3	
Qualifikationsziele:						
<p>Die Praxisphasen ermöglichen es den Studierenden, im Rahmen der in der jeweiligen Studienordnung niedergelegten betrieblichen Ausbildungsschwerpunkte ihr in den Theoriephasen gewonnenes Wissen und Verständnis bei der Lösung konkreter betrieblicher Aufgabenstellungen anzuwenden und weiterzuentwickeln (Theorie-Praxis-Transfer). Dabei können sie ihre systemischen Kompetenzen weiter vertiefen und im Rahmen der innerbetrieblichen Einbindung ihre kommunikativen Kompetenzen weiter ausbilden.</p> <p>In den Praxisphasen II und III sollen die Studierenden nachweisen, dass sie in der Lage sind, mit Betreuung betriebliche Aufgabenstellungen teilweise selbständig zu lösen. Die semesterübergreifende Projektarbeit II ist integraler Bestandteil der Studienleistungen in den Praxisphasen und unterstreicht den Theorie-Praxis-Transfer an der Hochschule. Aus den Ausführungen der Projektarbeit II sollen, zusätzlich zu den Anforderungen, die an die Projektarbeit I gestellt werden, die Anwendung wissenschaftlicher Methoden (angemessene Beschäftigung mit einschlägiger Fachliteratur, Alternativbetrachtungen, Entscheidungsfindung und -begründung) sowie eine zielführende Vorgehensweise ersichtlich sein.</p> <p>Der Umfang der Arbeit soll ca. 30 Seiten DIN A4 betragen (zzgl. Verzeichnisse und Anhang). Die Themenstellung erfolgt in Abstimmung zwischen der Dualen Hochschule und dem Praxispartner des Studierenden, die Bewertung der Arbeit durch die Duale Hochschule.</p>						
Literatur (in der jeweils aktuellen Auflage):						
<p>Theisen, M.R.: Wissenschaftliches Arbeiten, München Bänisch, A.: Wissenschaftliches Arbeiten – Seminar und Diplomarbeiten, München, Wien Preißner, A.: Wissenschaftliches Arbeiten, München, Wien Kornmeier, M.: Wissenschaftlich schreiben leichtgemacht: für Bachelor, Master und Dissertation, Stuttgart</p>						

Studiengang: Betriebswirtschaft		Verwendbarkeit - Studienrichtung: Handelsmanagement				
Code: E-WT-PRA-04		Modulbezeichnung (deutsch/englisch): Praxisphase IV (Praxisprüfung I) / Practice Phase IV (Practice Exam I)			Modultyp: Praxismodul	
LVS: 0	Workload (h): 135	Leistungspunkte: 5	Beginn (Sem.): 4	Dauer (Sem.): 1	Fächerzahl: 1	
Voraussetzungen für die Teilnahme: Fachsemester laut Studienplan der Studienordnung gemäß § 47 Abs. 7 ThürHG				Häufigkeit des Angebots: einmal pro Jahr		
Lehrform:			Modulverantwortlicher: Studienrichtungsleiter			
Prüfungsart: Mündliche Prüfung		Prüfungsdauer (min):		Prüfungstermin: nach Vereinbarung		
Anmerkungen:						
Submodule/Fächer (falls vorhanden):						
Subcode	Name			LVS	BG	LF
Qualifikationsziele:						
<p>Die mündliche Praxisprüfung I ist Bestandteil der Studienleistungen in den Praxisphasen und unterstreicht den Theorie-Praxis-Transfer an der Hochschule. Ziel ist die wissenschaftsorientierte Analyse und Durchdringung der ausgeführten Tätigkeiten beim Praxispartner, wobei Erkenntnisse aus den vorangegangenen Theoriephasen in enger Verzahnung mit den jeweiligen Praxisinhalten angewendet werden sollen.</p> <p>Die Praxisprüfung bezieht sich vorwiegend auf die beim Praxispartner vermittelten Studieninhalte. Sie kann sich auch auf Inhalte von in den Praxisphasen erbrachten, abgeschlossenen Prüfungsleistungen beziehen und daneben Themen zum Gegenstand haben, die für die betriebliche Praxis in vergleichbaren Ausbildungsstätten grundsätzlich von Bedeutung sind. Praktische Aufgaben können Teil der Prüfung sein.</p>						
Literatur (in der jeweils aktuellen Auflage):						
<p>Theisen, M.R.: Wissenschaftliches Arbeiten, München Bansch, A.: Wissenschaftliches Arbeiten – Seminar und Diplomarbeiten, München, Wien Preißner, A.: Wissenschaftliches Arbeiten, München, Wien Kornmeier, M.: Wissenschaftlich schreiben leichtgemacht: für Bachelor, Master und Dissertation, Stuttgart</p>						
Prüfungsinhalte:						
Hinweise zur Verfahrensweise						
Allgemeine Hinweise:						
<ul style="list-style-type: none"> - Die jeweilige Prüfungskommission besteht aus Lehrkräften der Dualen Hochschule und akademisch qualifizierten Vertretern der Praxispartner. - Die Prüfungskommission bestimmt die Prüfungsstruktur und die Anteile der Prüfungsinhalte. Die Studierenden werden hierüber und über die Zusammensetzung der Prüfungskommission vorab informiert. 						
Hinweise zur Prüfungsstruktur:						
<ul style="list-style-type: none"> - Präsentation der letzten Projektarbeit inklusive Befragung durch die Prüfungskommission (optional) - Prüfung des fachlichen Hintergrundes der Studienrichtung (mit praxisorientiertem Fokus) - Prüfung des allgemein-fachlichen und projektbezogenen Wissens des Studierenden 						

Studiengang: Betriebswirtschaft		Verwendbarkeit - Studienrichtung: Handelsmanagement				
Code: E-WT-PRA-05		Modulbezeichnung (deutsch/englisch): Praxisphase V (Projektarbeit III) / Practice Phase V (Project Thesis III)			Modultyp: Praxismodul	
LVS: 0	Workload (h): 135	Leistungspunkte: 5	Beginn (Sem.): 5	Dauer (Sem.): 1	Fächerzahl: 1	
Voraussetzungen für die Teilnahme: Fachsemester laut Studienplan der Studienordnung gemäß § 47 Abs. 7 ThürHG				Häufigkeit des Angebots: einmal pro Jahr		
Lehrform:			Modulverantwortlicher: Studienrichtungsleiter			
Prüfungsart: Projektarbeit		Prüfungsdauer (min):		Prüfungstermin: Beginn der Theoriephase des 6. Semesters		
Anmerkungen:						
Submodule/Fächer (falls vorhanden):						
Subcode	Name			LVS	BG	LF
Qualifikationsziele:						
<p>Die Praxisphasen ermöglichen es den Studierenden, im Rahmen der in der jeweiligen Studienordnung niedergelegten betrieblichen Ausbildungsschwerpunkte ihr in den Theoriephasen gewonnenes Wissen und Verständnis bei der Lösung konkreter betrieblicher Aufgabenstellungen anzuwenden und weiterzuentwickeln (Theorie-Praxis-Transfer). Dabei können sie ihre systemischen Kompetenzen weiter vertiefen und im Rahmen der innerbetrieblichen Einbindung ihre kommunikativen Kompetenzen weiter ausbilden.</p> <p>Im Rahmen der Projektarbeit des 5. Semesters soll das erworbene theoretische und praktische Wissen einschließlich der erlernten wissenschaftlichen Methoden problemspezifisch in der Wirtschaftspraxis angewendet werden. Die Studierenden durchdringen ein praxisbezogenes Thema aus dem Bereich des Praxispartners und ordnen dieses zunächst in den theoretischen Bezugsrahmen ein. Aufbauend darauf und in Auswertung geeigneter, eigenständig durchgeführter Untersuchungen sollen Lösungsansätze aufgezeigt und, wenn möglich, in der Praxis umgesetzt werden. Mit dieser Arbeit sollen die Studierenden zeigen, dass sie in der Lage sind, eine betriebliche Aufgabenstellung größtenteils selbständig mit wissenschaftlichen Methoden und zielgerichteter Vorgehensweise zu lösen. Dazu muss die Darstellung des analytischen Eigenanteils, im Vergleich zu den vorangegangenen Projektarbeiten, deutlich ausgebaut werden. Die Arbeit muss u.a. schlüssige Argumentationsketten enthalten. Der Lösungsweg muss vollständig nachvollziehbar sein. Entscheidungen sind zu begründen. Der Nutzen der erarbeiteten Lösung ist, soweit möglich, klar darzustellen.</p> <p>Die Projektarbeit des 5. Semesters dient einer intensiven Verarbeitung der in den vorangegangenen Theoriephasen vermittelten Kenntnisse wie auch der inhaltlichen und formalen Übung für die Bachelorarbeit. Der Umfang der Arbeit soll ca. 30 Seiten DIN A4 betragen (zuzüglich Verzeichnisse und Anhang). Die Themenstellung erfolgt in Abstimmung zwischen der Dualen Hochschule und dem Praxispartner des Studierenden. Die Projektarbeit wird durch jeweils einen Betreuer der Dualen Hochschule und einen akademisch qualifizierten Betreuer des Praxispartners fachlich begleitet und durch diese mit einer Note bewertet. Die Note der Arbeit ergibt sich dann aus dem Mittelwert der Noten der Gutachter. Weichen diese um mehr als einen ganzen Notenschritt voneinander ab, bestimmt ein durch die Duale Hochschule bestellter Drittgutachter die Note innerhalb des durch die ursprünglichen Gutachter aufgespannten Notenbereichs.</p>						
Literatur (in der jeweils aktuellen Auflage):						
Theisen, M.R.: Wissenschaftliches Arbeiten, München						
Bänsch, A.: Wissenschaftliches Arbeiten – Seminar und Diplomarbeiten, München, Wien						
Preißner, A.: Wissenschaftliches Arbeiten, München, Wien						
Kornmeier, M.: Wissenschaftlich schreiben leichtgemacht: für Bachelor, Master und Dissertation, Stuttgart						

Studiengang: Betriebswirtschaft		Verwendbarkeit - Studienrichtung: Handelsmanagement				
Code: E-WT-PRA-06		Modulbezeichnung (deutsch/englisch): Praxisphase VI (Praxisprüfung II) / Practice Phase VI (Practice Exam II)			Modultyp: Praxismodul	
LVS: 0	Workload (h): 135	Leistungspunkte: 5	Beginn (Sem.): 6	Dauer (Sem.): 1	Fächerzahl: 1	
Voraussetzungen für die Teilnahme: Fachsemester laut Studienplan der Studienordnung gemäß § 47 Abs. 7 ThürHG				Häufigkeit des Angebots: einmal pro Jahr		
Lehrform:			Modulverantwortlicher: Studienrichtungsleiter			
Prüfungsart: Mündliche Prüfung		Prüfungsdauer (min):	Prüfungstermin: nach Vereinbarung			
Anmerkungen:						
Submodule/Fächer (falls vorhanden):						
Subcode	Name			LVS	BG	LF
Qualifikationsziele:						
Die mündliche Praxisprüfung II ist Bestandteil der Studienleistungen in den Praxisphasen und unterstreicht den Theorie-Praxis-Transfer an der Hochschule. Ziel ist die wissenschaftsorientierte Analyse und Durchdringung der ausgeführten Tätigkeiten beim Praxispartner, wobei Erkenntnisse aus den vorangegangenen Theoriephasen in enger Verzahnung mit den jeweiligen Praxisinhalten angewendet werden sollen.						
Die Praxisprüfung bezieht sich vorwiegend auf die beim Praxispartner vermittelten Studieninhalte. Sie kann sich auch auf Inhalte von in den Praxisphasen erbrachten, abgeschlossenen Prüfungsleistungen (inklusive Bachelorarbeit) beziehen und daneben Themen zum Gegenstand haben, die für die betriebliche Praxis in vergleichbaren Ausbildungsstätten grundsätzlich von Bedeutung sind. Praktische Aufgaben können Teil der Prüfung sein.						
Literatur (in der jeweils aktuellen Auflage):						
Theisen, M.R.: Wissenschaftliches Arbeiten, München Bänsch, A.: Wissenschaftliches Arbeiten – Seminar und Diplomarbeiten, München, Wien Preißner, A.: Wissenschaftliches Arbeiten, München, Wien Kornmeier, M.: Wissenschaftlich schreiben leichtgemacht: für Bachelor, Master und Dissertation, Stuttgart						
Prüfungsinhalte:						
Hinweise zur Verfahrensweise						
Allgemeine Hinweise:						
- Die jeweilige Prüfungskommission besteht aus Lehrkräften der Dualen Hochschule und akademisch qualifizierten Vertretern der Praxispartner.						
- Die Prüfungskommission bestimmt die Prüfungsstruktur und die Anteile der Prüfungsinhalte. Die Studierenden werden hierüber und über die Zusammensetzung der Prüfungskommission vorab informiert.						
Hinweise zur Prüfungsstruktur:						
- Präsentation der Bachelorarbeit inklusive Befragung durch die Prüfungskommission (optional)						
- Prüfung des fachlichen Hintergrundes der Studienrichtung (mit praxisorientiertem Fokus)						
- Prüfung des allgemein-fachlichen und projektbezogenen Wissens des Studierenden						

Studiengang: Betriebswirtschaft		Verwendbarkeit - Studienrichtung: Handelsmanagement		Verwendbarkeit - Fachgebiet: Bachelorarbeit		
Code: E-WT-BAR-01		Modulbezeichnung (deutsch/englisch): Bachelorarbeit / Bachelor Thesis			Modultyp: Kernmodul	
LVS: 0	Workload (h): 324	Leistungspunkte: 12	Beginn (Sem.): 6	Dauer (Sem.): 1	Fächerzahl: 1	
Voraussetzungen für die Teilnahme: Fachsemester laut Studienplan der Studienordnung gemäß § 47 Abs. 7 ThürHG				Häufigkeit des Angebots: einmal pro Jahr		
Lehrform:			Modulverantwortlicher: Studienrichtungsleiter			
Prüfungsart: Bachelorarbeit		Prüfungsdauer (min):	Prüfungstermin: nach Festlegung Ende 6. Praxisphase			
Anmerkungen:						
Submodule/Fächer (falls vorhanden):						
Subcode	Name			LVS	BG	LF
Qualifikationsziele:						
<p>Die Anfertigung der Bachelorarbeit im 6. Semester bildet den Abschluss des dualen Studiums. Sie dient dazu, das im Studium erworbene theoretische und praktische Wissen einschließlich der erlernten wissenschaftlichen Methoden problemspezifisch und umfassend in der Wirtschaftspraxis anzuwenden. Der Studierende bearbeitet ein komplexes, wissenschafts- und praxisbezogenes Thema aus dem Bereich des Praxispartners und ordnet dieses zunächst in den theoretischen Bezugsrahmen ein. Darauf aufbauend und in Auswertung geeigneter, eigenständig durchgeführter Untersuchungen sollen Lösungsansätze wissenschaftlich entwickelt, dargestellt und in der Praxis umgesetzt werden. Damit verbunden ist der Nachweis des Nutzens für den Praxispartner.</p> <p>Die Bachelorarbeit soll ca. 60 Seiten DIN A4 umfassen (zuzüglich Verzeichnisse und Anhang). Die Bearbeitung erfolgt in der gemäß Prüfungsordnung vorgegebenen Frist von 3 Monaten.</p> <p>Das Thema der Bachelorarbeit wird in Abstimmung mit dem Praxispartner des Studierenden durch die Duale Hochschule vergeben. Die Bachelorarbeit wird durch einen Gutachter der Dualen Hochschule sowie einen akademisch qualifizierten Gutachter des Praxispartners fachlich begleitet und bewertet. Die Note der Bachelorarbeit ergibt sich dann aus dem Mittelwert der Noten der Gutachter. Weichen diese um mehr als einen ganzen Notenschritt voneinander ab, bestimmt ein durch die Duale Hochschule bestellter Drittgutachter die Note innerhalb des durch die ursprünglichen Gutachter aufgespannten Notenbereichs.</p>						
Literatur (in der jeweils aktuellen Auflage):						
<p>Theisen, M.R.: Wissenschaftliches Arbeiten, München Bänisch, A.: Wissenschaftliches Arbeiten – Seminar und Diplomarbeiten, München, Wien Preißner, A.: Wissenschaftliches Arbeiten, München, Wien Kornmeier, M.: Wissenschaftlich schreiben leichtgemacht: für Bachelor, Master und Dissertation, Stuttgart</p>						

4. Abkürzungsverzeichnis

Prüfungs- und Studienleistungen:

PL	Prüfungsleistung
D	Dauer (min)
BA	Bachelorarbeit
K	Klausurarbeit
MP	Mündliche Prüfung
PR	Projektarbeit
SE	Seminararbeit
ST	Studienarbeit
T	Testat

Sonstiges:

BG	Beginn
LF	Lehrform
LP	Leistungspunkte
LV	Lehrveranstaltung
LVS	Lehrveranstaltungsstunden

Lehrformen:

V	Vorlesung
S	Seminar
Ü	Übung