

Besonderer Teil B für den Bachelorstudiengang International Business Administration

Anlage 1: Modulkatalog (§ 5 Absatz 3 Teil A BPO)

I. Art und Anzahl der Prüfungs-/Studienleistungen gemäß § 4 Abs. 2 sowie Vorschlag für die Abfolge der Module

Modul	Art der Prüfung	Kreditpunkte	Semester					
			1	2	3	4	5	6
Pflichtmodule								
1. Betriebswirtschaftslehre								
- Produktion und Logistik	K2	5	5					
- Investition und Finanzierung	K2	5			5			
- Marketing	K2	5			5			
- Organisation und Personal	K2, H, M oder R ^{*)}	5		5				
- Wirtschaftsinformatik	K2	5			5			
- Projektmanagement	H, K2, M, R, P ^{*)}	5					5	
2. Rechnungswesen								
- Buchführung	K2	5	5					
- Bilanzielles Rechnungswesen	K2	5		5				
- Kostenrechnung	K2	5			5			
3. Volkswirtschaftslehre								
- VWL I Mikroökonomik	K2	5	5					
- VWL II Makroökonomik	K2	5		5				
- Volkswirtschaftspolitik II	H, K2, M, R, P ^{*)}	5				5		
4. Recht								
- Zivil- und Handelsrecht I	K2	5	5					
- Zivil- und Handelsrecht II	K2	5		5				
- Internationales Wirtschaftsrecht	H, K2, M, R, P ^{*)}	5				5		
5. Mathematik / Statistik								
- Mathematik I	K2	5	5					
- Mathematik II	K2	5		5				
- Statistik	K2	5			5			
6. Kommunikation								
- Kommunikation und Präsentation	P, R ^{*)}	5				5		
Studienschwerpunkt/Wahlpflichtmodule								
7. Studienschwerpunkt I ^{**)}	4 Prüfungsleistungen der folgenden Art: B, ED, H, K2, M, R, P ^{*)}	je 5				5	15	
8. Studienschwerpunkt II ^{**)}	3 Prüfungsleistungen der folgenden Art: B, ED, H, K2, M, R, P ^{*)}	je 5				5	10	
9. Sprachen								
- Wirtschaftsfremdsprache I	K2, K2, K1, M	12,5	5	5	2,5			
- Wirtschaftsfremdsprache II	K1, K2, M	7,5			5	2,5		

Besonderer Teil B für den Bachelorstudiengang International Business Administration

Praxisphase/Bachelorarbeit							
10. Praxisphase	P und R	18					18
11. Bachelorarbeit		12					12
			30	30	32,5	27,5	30 30

Erläuterungen:

B	berufspraktische Übung	M:	Mündliche Prüfung
ED:	Erstellung und Dokumentation von Rechnerprogrammen	P:	Praxisbericht
H:	Hausarbeit	R:	Referat
K:	Klausur (Zahl: Bearbeitungszeit in Stunden)		

*) Nach Wahl der oder des prüfungsbefugten Lehrenden.

Werden bei der Ablegung von Klausuren Rechnerprogramme benutzt, so kann die Bearbeitungszeit um maximal 50 v. H. verlängert werden.

**) Die Studierenden wählen im Rahmen des Lehrangebotes aus folgenden Studienschwerpunkten zwei Studienschwerpunkte aus:

- International Accounting
- International Finance and Controlling
- International Management
- International Marketing
- International Operations Management and Business Computing

Im Schwerpunkt „International Finance and Controlling“ soll mindestens ein Modul aus jedem dieser Fachgebiete erworben werden.

Im Schwerpunkt „International Operations Management and Business Computing“ soll mindestens ein Modul aus jedem der beiden Fachgebiete erworben werden. Diese Regelung gilt erstmals für Studierende, die das Studium ab Wintersemester 2014/2015 aufgenommen haben.

Die Anzahl der in jedem Schwerpunkt belegbaren Module ist nicht begrenzt. Die Zuordnung belegter und abgeschlossener Schwerpunktmodule zum Wahlpflicht- oder Wahlbereich kann durch die Studierenden bis zur Ausstellung des Abschlusszeugnisses durch Erklärung gegenüber dem Prüfungsamt vorgenommen werden.

II. Prüfungsvorleistungen gemäß § 5 Abs. 4

Für die Zulassung zur Klausur in Wirtschaftsinformatik sind die Kenntnisse nachzuweisen, die in den Labor-/Übungsveranstaltungen **Rechnerpraktikum I bis III** (Tabellenkalkulation, Textverarbeitung und Präsentationsprogramm) vermittelt werden.

Für die Zulassung zu den Prüfungen in der **2. Wirtschaftsfremdsprache** ist der Nachweis der erforderlichen Vorkenntnisse zu erbringen. Näheres regelt die Prüfungskommission.

Als Prüfungsvorleistung für die Praxisphase muss jeder Studierende im Verlauf seines Studiums **vier Projektpunkte** erwerben, die für Veranstaltungen im Rahmen der Projektwoche wie folgt vergeben werden:

- 0,5 Punkte für Veranstaltungen, die bis zu 3,5 h (= 0,5 Tage) Präsenzphase haben,
- 1 Punkt für Veranstaltungen, die bis zu 6,5 h (= 1 Tag) Präsenzphase haben,
- 1,5 Punkte für Veranstaltungen, die bis zu 12 h (= 2 Tage) Präsenzphase haben,
- 2 Punkte für Veranstaltungen, die mehr als 12 h (= 2 Tage) Präsenzphase haben.

Besonderer Teil B für den Bachelorstudiengang International Business Administration

Die Punkte sollen in mindestens zwei Projektwochen erworben werden.

Die Veranstaltungen der Projektwoche werden folgenden Schwerpunkten zugeordnet:

1. Internationales und Sprachen
2. Interdisziplinäres und Planspiele
3. Berufsfelder und Kommunikation
4. Problemlösung und Arbeitstechniken
5. EDV und Internet

Mindestens drei der Schwerpunkte sollen gewählt werden. Der Fachbereichsrat kann zur Anwahl der Veranstaltungen der Projektwoche eine ergänzende Richtlinie erlassen.

Mindestens ein Projektpunkt muss in einem internationalen Projekt während einer internationalen Projektwoche erworben werden. Das Projekt muss in der ersten oder zweiten Wirtschaftsfremdsprache absolviert werden. Diese Änderung gilt erstmals für Studierende, die ihr Studium ab Wintersemester 2015/2016 aufnehmen.

Für die erfolgreiche Teilnahme an Veranstaltungen der Projektwoche werden Leistungsnachweise erteilt, die die mit der Veranstaltung verbundenen Punkte ausweisen. Diese Leistungsnachweise sind bei dem Antrag auf Zulassung zur Praxisphase vorzulegen. Für die Zulassung zur Praxisphase ist neben § 8 dieser Ordnung die Praxisphasenordnung in der jeweils geltenden Fassung maßgeblich.

Die vier Projektpunkte entsprechen einem Kreditpunkt, der in den 18 Kreditpunkten für die Praxisphase enthalten ist.

Auf Antrag kann max. ein Projektpunkt in Projekten erworben werden, die nicht im Rahmen der Projektwoche durchgeführt werden. Das Dekanat entscheidet über die Anträge.

Die **Praxisphase** ist Prüfungsvorleistung für die Bachelorarbeit. Sie wird nur mit „bestanden“ oder „nicht bestanden“ bewertet und fließt nicht in die Notenberechnung ein.

Hochschule Emden/Leer				
Studiengang:		Bachelor (International) Business Administration (BBA/BIBA)		
Modulbezeichnung: Investition und Finanzierung				
Semester SWS	Dauer Häufigkeit	Art	ECTS-Punkte	Studentische Arbeitsbelastung
5. 4	1 Sem. WS	Schwerpunkt	5 ECTS	150h Kontakt: 60h Selbst: 90h
Voraussetzungen für die Teilnahme	Verwendbarkeit	Prüfungsform Prüfungsdauer (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)	Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r) Dozent/-in
Keine	Bw. Studiengänge	Klausur	Seminar	Wolf
Übergeordnetes Lernziel				
Die Studierenden sind in die Lage, Investitions- und Finanzierungsentscheidungen eines Unternehmens zu beurteilen.				
Kompetenzziele				
<p>Können (instrumentale, systemische, kommunikative Kompetenz – Wissenserschließung):</p> <p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> - erlernen die Charakteristika von Investitionsentscheidungen. - kennen die einzelnen Kriterien anhand derer Investitionen beurteilt werden. - kennen die Vielfalt von Finanzierungsformen. - verstehen der Unterschiede der Finanzierungsformen und die Auswirkungen auf die Kompetenzverteilung und Gläubigerschutz. - erkennen die Bedeutung des Finanzplans und der Verknüpfung von Finanzplan, Bilanz und Gewinn- und Verlustrechnung. <p>Wissen und Verstehen (Wissensverbreiterung und Wissensvertiefung – Fachkompetenz):</p> <p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> - verstehen die Wirkungsdimension von Investitionsentscheidungen. - wenden ihr Wissen zur Strukturierung und Unterstützung konkreter Investitionsentscheidungen an. - bewerten Investitionsprojekte im Rahmen der Investitionsplanung. - begreifen den Einfluss von Finanzierungsformen auf Zahlungsströme des Unternehmens. - analysieren das Konzepts des Residualgewinns und prinzipielle Lösungsalternativen. - bewerten die Signale von Buchrenditen auf Basis des internen Zinsfußes. 				
Lehrinhalte				
<p>Der Kurs vermittelt Studierenden einen Überblick über die wichtigsten finanzwirtschaftlichen Problemstellungen und Lösungsverfahren aus anwendungsorientierter Perspektive und aus theoretischer Sicht. Die Studierenden lernen, die wichtigsten Entscheidungskriterien für Investitionsprobleme anzuwenden sowie kritisch zu beurteilen.</p> <p>Die Studierenden lernen die wichtigsten Finanzierungsformen kennen, verstehen die Bedeutung der Kapitalstruktur (Leverage-Effekt) und lernen, die finanzwirtschaftliche Situation eines Unternehmens mit Hilfe bekannter Kennzahlen zu beschreiben und zu beurteilen.</p>				
Literatur in der aktuellen Auflage				
<p>Schierenbeck/Wöhle (2016): Grundzüge der Betriebswirtschaftslehre. Wöhe (2016): Einführung in die Allgemeine BWL. Perridon (2016): Finanzwirtschaft der Unternehmung.</p>				

Hochschule Emden/ Leer Studiengang: International Business Administration				
Modulbezeichnung: Marketing Grundlagen				
Semester	Dauer Häufigkeit	Art	ECTS-Punkte	Studentische Arbeitsbelastung
3	1 Sem./ WS	Pflicht	5	150 h; Kontaktstudium: 54 h, Selbststudium: 96 h.

Voraussetzungen für die Teilnahme	Verwendbarkeit	Prüfungsform / Prüfungsdauer (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)	Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r)
Keine	Betriebswirtschaftliche Bachelor-Studiengänge	Klausur 2 h	Vorlesung Übung Fallbeispiele	Gündling, Hummels

Kompetenzziele
Die Studierenden erwerben ein kritisches Verständnis der wichtigsten Theorien, Prinzipien und Methoden des Marketings und werden in die Lage versetzt, marketingrelevante Sachverhalte einzuordnen und zu beurteilen und grundlegende Instrumente, wie z.B. die strategische Produkt-Markt-Matrix oder das BCG Produktportfolio-Modell auf unbekannte Fragestellungen anzuwenden und Problemlösungen zu erarbeiten. Das Wissen entspricht dem Stand der Fachliteratur und vertieft ausgewählte Wissensbestände auf dem aktuellen Stand der Forschung. Im Vordergrund steht der Erwerb von fachlichen Kompetenzen, die teilweise um analytische und interdisziplinäre Kompetenzen ergänzt werden. Die Studierenden können sich zu Themen des Marketings adäquat austauschen und weiterführende Lernprozesse selbstständig gestalten.

Lehrinhalte
Inhaltlich umfasst das Modul die Einordnung des Marketings in das Unternehmen, eine Einführung in Konsumentenverhalten und Marktforschung sowie die Grundlagen der Marketingkonzeption- und -strategie und die Ausgestaltung des Marketingmix'. Ein Überblick über die Grundsätze der Marketingorganisation und -kontrolle rundet das Modul inhaltlich ab. Alle Inhalte werden durch aktuelle Praxisbeispiele illustriert. Die Anwendung der erlernten Inhalte auf die Praxis erfolgt durch die Bearbeitung und Diskussion von Aufgaben, die den Charakter kleinerer Fallstudien haben.

Literatur
Bruhn, M.: Marketing – Grundlagen für Studium und Praxis. Gabler, aktuelle Auflage

Lehrveranstaltungen		
Dozent(in)	Titel der Lehrveranstaltung	SWS
Gündling, Hummels	Marketing Grundlagen	4

Hochschule Emden/Leer Studiengänge: International Business Administration				
Modulbezeichnung: Wirtschaftsinformatik				
Semester	Dauer Häufigkeit	Art	ECTS-Punkte	Studentische Arbeitsbelastung
3	1 Sem. WS	Pflicht	5	150 h; Kontaktstunden: 54 h, Selbststudium: 96 h

Voraussetzungen für die Teilnahme	Verwendbarkeit	Prüfungsform / Prüfungsdauer (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)	Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r)
Keine	Betriebswirtschaftliche Studiengänge	Klausur 2 h	Vorlesung mit Übungen	Duwe, Belling-Seib

Kompetenzziele
<p>Wissensverbreiterung: Die Studierenden kennen die technischen Grundlagen von Informations- und Kommunikationssystemen sowie die Grundlagen des betrieblichen Einsatzes dieser Systeme und haben ein gewisses Verständnis erworben.</p> <p>Können – instrumentale und kommunikative Kompetenz: Die Studierenden können Methoden und Werkzeuge der Informationsverarbeitung an ihrem Arbeitsplatz und in Projekten, bei denen es um die Einführung neuer Software bzw. um die Ablösung bestehender Software- oder Hardwareumgebungen geht, anwenden.</p> <p>Können – systemische Kompetenz Die Studierenden sind in der Lage, betriebliche Informations- und Kommunikationssysteme zu bewerten und zu ihrem Einsatz einen eigenständigen Beitrag zu leisten.</p>

Lehrinhalte
<ul style="list-style-type: none"> • Grundlegendes: das Wesen der Wirtschaftsinformatik • Hardware: • Systembetrieb • Kommunikationssysteme • Datenorganisation • Systementwicklung • Anwendungssysteme

Literatur
<p>Abts. Müller: Grundkurs Wirtschaftsinformatik, jeweils neueste Auflage, Springer Vieweg Leimeister: Einführung in die Wirtschaftsinformatik, jeweils neueste Auflage, Springer Gabler</p>

Lehrveranstaltungen		
Dozent(in)	Titel der Lehrveranstaltung	SWS
Duwe, Belling-Seib	Wirtschaftsinformatik	4

Hochschule Emden/Leer Studiengänge: International Business Administration				
Modulbezeichnung: Buchführung				
Semester	Dauer Häufigkeit	Art	ECTS-Punkte	Studentische Arbeitsbelastung
1	1 Sem. WS	Pflicht	5	150 h; Kontaktstudium: 54 h, Selbststudium: 96 h.

Voraussetzungen für die Teilnahme	Verwendbarkeit	Prüfungsform / Prüfungsdauer (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)	Lehr- und Lernmethoden	Modul- verantwortliche(r)
Keine	Betriebswirtschaftliche Studiengänge	Klausur 2 h	Vorlesung Übung Fallbeispiele	Melzer (Aertker/Henkel/ N.N.)

Kompetenzziele
Das Modul Buchführung versetzt die Studierenden in die Lage, die Buchführungs- und Abschlusstechnik zu beherrschen. Des weiteren soll die Fähigkeiten erlernt werden, Geschäftsvorfälle zu analysieren und in Form von Buchungssätzen aufzuzeichnen. Darüber hinaus ist die Auswirkung jeden Geschäftsvorfalles auf das Jahresergebnis und die Liquidität aufzuzeigen. Die Vermittlung von Fachkompetenzen, die die Grundlage für weitergehende Studien bilden, insbesondere für das Modul Rechnungswesen im Grundstudium Bachelor, steht hier im Vordergrund der Veranstaltung.

Lehrinhalte
Das Modul Buchführung umfasst die Buchung auf Bestands- und Eigenkapitalkonten, die Buchungen auf gemischten Konten und die Grundlagen der Buchungen im Ein- und Verkaufsbereich. Erlernt werden sollen die buchmäßige Erfassung von zeitlichen Abgrenzungen, Abschreibungen und Wertberichtigungen, Personalkosten und Steuern sowie die Buchungen des Wertpapierverkehrs und der langfristigen Verbindlichkeiten.

Literatur

Lehrveranstaltungen		
Dozent(in)	Titel der Lehrveranstaltung	SWS
Melzer	Buchführung	2
Melzer	Übungen Buchführung	2

Studiengang: International Business Administration				
Modulbezeichnung: Bilanzielles Rechnungswesen				
Semester	Dauer Häufigkeit	Art	ECTS-Punkte	Studentische Arbeitsbelas- tung
2	1 Sem. SS	Pflicht	5	150 h; Kontaktstudium: 54 h, Selbststudium: 96 h.

Voraussetzungen für die Teilnahme	Verwendbarkeit	Prüfungsform / Prüfungsdauer (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)	Lehr- und Lernmethoden	Modul- verantwortliche(r)
Keine	Betriebswirtschaftliche Studiengänge	Klausur 2 h	Vorlesung	Aertker, Henkel, N.N.

Kompetenzziele
Das Modul Bilanzielles Rechnungswesen vermittelt den Studierenden die Grundlagen der Bilanzierung und der Bilanzanalyse. Dabei liegt der Schwerpunkt auf dem HGB-Abschluss; zudem werden die Steuerbilanz und der IFRS-Abschluss kurz angesprochen. In der Veranstaltung steht die Vermittlung von Fachkompetenzen im Vordergrund.

Lehrinhalte
Konkret behandelt dieses Modul folgende Themenbereiche: Grundlagen der Bilanzierung, Grundsätze ordnungsmäßiger Buchführung, Bilanzierungs- und Bewertungsgrundsätze, Besonderheiten der Steuerbilanz sowie Grundlage der IFRS-Rechnungslegung. Zu sämtlichen Themenbereichen werden wesentliche Veranstaltungsinhalte anhand praxisnaher Übungen aufbereitet und vertieft.

Literatur
<p>Hauptliteratur:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Neuste Auflage: Baetge, Jörg/Kirsch, Hans-Jürgen/Thiele, Stefan: Bilanzen, Düsseldorf - Neuste Auflage: Baetge, Jörg/Kirsch, Hans-Jürgen/Thiele, Stefan: Übungsbuch Bilanzen Bilanzanalyse, Düsseldorf <p>Weitere Literatur (Auszug):</p> <ul style="list-style-type: none"> - Neuste Auflage: Coenberg, Adolf: Jahresabschluss und Jahresabschlussanalyse, Stuttgart - Neuste Auflage: Coenberg, Adolf: Jahresabschluss und Jahresabschlussanalyse: Aufgaben und Lösungen, Stuttgart - Neuste Auflage: Wöhe, Günther/Döring, Ulrich, Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, München, 6. Abschnitt (A. und B.)

Lehrveranstaltungen		
Dozent(in)	Titel der Lehrveranstaltung	SWS
Aertker, Henkel, N.N.	Bilanzielles Rechnungswesen	4

Studiengang: International Business Administration

Modulbezeichnung: VWL I: Mikroökonomik

Semester	Dauer Häufigkeit	Art	ECTS-Punkte	Studentische Arbeitsbelas- tung
1	1 Sem WS	Pflicht	5	150 h; Kontaktstudium: 54 h, Selbststudium: 96 h.

Voraussetzungen für die Teilnahme	Verwendbarkeit	Prüfungsform / Prüfungsdauer (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)	Lehr- und Lern- methoden	Modul- verantwortliche(r)
Keine	Betriebswirtschaftliche Studiengänge	Klausur 2 h, ggfs. Zwischenprüfungen	Vorlesung Übung	OsBild

Kompetenzziele

Lernziel ist die Vermittlung von Grundlagen der Mikroökonomie. Die Studierenden sollen in der Lage sein, unterschiedliche Marktformen zu identifizieren, Angebot und Nachfrage auf Märkten unter verschiedenen Bedingungen zu analysieren und daraus Unternehmensentscheidungen unter Berücksichtigung von Produktions-, Kosten und Nachfragezusammenhängen abzuleiten.

Lehrinhalte

Der Kurs dient als Einführung in die Mikroökonomie. Im Zentrum der Vorlesung steht die Analyse von Konsumenten- und Produzentenverhalten, Marktstrukturen und darauf aufbauenden Wettbewerbsstrategien, sowie der Rolle des Staates bei Marktversagen.

Literatur

Mankiw, N.G./ M.P. Taylor: Grundzüge der Volkswirtschaftslehre, Schäffer-Poeschel Verlag Stuttgart, neueste Auflage

Lehrveranstaltungen

Dozent(in)	Titel der Lehrveranstaltung	SWS
OsBild	VWL I: Mikroökonomik	4

Studiengang: International Business Administration				
Modulbezeichnung: VWL II: Makroökonomik				
Semester	Dauer Häufigkeit	Art	ECTS-Punkte	Studentische Arbeitsbelas- tung
2	1 Sem SS	Pflicht	5	150 h; Kontaktstudium: 54 h, Selbststudium: 96 h.
Voraussetzungen für die Teilnahme	Verwendbarkeit	Prüfungsform / Prüfungsdauer (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)	Lehr- und Lern- methoden	Modul- verantwortliche(r)
Keine	Betriebswirtschaftliche Studiengänge	Klausur 2 h, ggfs. Zwischenprüfungen	Vorlesung Übung	Osbuild
Kompetenzziele				
Der Kurs dient als Einführung in die Makroökonomie. Der Student soll ein breites und fundiertes Wissen über die Grundlagen der Makroökonomie erwerben und die Fähigkeit, dieses Wissen auf aktuelle wirtschaftspolitische Diskussionen anzuwenden. Ferner soll er in der Lage sein, die Bedeutung makroökonomischer Daten für sein Unternehmen zu erkennen und zu bewerten.				
Lehrinhalte				
Im Zentrum der Vorlesung steht die Analyse der gesamtwirtschaftlichen Aggregate: Beschäftigung, Preisniveau und Output. Hierbei werden die Determinanten von Beschäftigung bzw. Arbeitslosigkeit, Preisstabilität bzw. Inflation und Wachstum bzw. Rezession behandelt. Weiterhin werden aus der Analyse abgeleitete wirtschaftspolitische Implikationen diskutiert. Unter anderem werden die folgenden Themen behandelt: Gütermarkt, Arbeitsmarkt, Geld- und Finanzmärkte, offene Volkswirtschaft, Wirtschaftswachstum und Konjunktur.				
Literatur				
Mankiw, N.G./ M.P. Taylor: Grundzüge der Volkswirtschaftslehre, Schäffer-Poeschel Verlag Stuttgart, neueste Auflage				
Lehrveranstaltungen				
Dozent(in)	Titel der Lehrveranstaltung		SWS	
Osbuild	VWL II: Makroökonomik		4	

Hochschule Emden/Leer				
Studiengang: International Business Administration				
Modulbezeichnung: Zivil- und Handelsrecht I				
Semester	Dauer Häufigkeit	Art	ECTS-Punkte	Studentische Arbeitsbelastung
1	1 Sem. WS	Pflicht	5	150 h; Kontaktstudium: 54 h, Selbststudium: 96 h.

Voraussetzungen für die Teilnahme	Verwendbarkeit	Prüfungsform / Prüfungsdauer (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)	Lehr- und Lernmethoden	Modul- verantwortliche(r)
Keine	Betriebswirtschaftliche Studiengänge	Klausur 2 h	Vorlesung Übung	Schlappa/Vogel

Kompetenzziele
Das Modul Zivil- und Handelsrecht I vermittelt den Studierenden die für eine erfolgreiche Berufspraxis erforderlichen Kenntnisse im Zivil- und Handelsrecht. Sie können Übungsfälle selbständig erkennen und lösen. Neben der Vermittlung von Fachkompetenzen steht die Entwicklung von analytischen Kompetenzen im Vordergrund.

Lehrinhalte
Das Modul Zivil- und Handelsrecht I beinhaltet eine Einführung in die Grundlagen des Zivil- und Handelsrechts. Ein Schwerpunkt des Moduls ist die Rechtsgeschäfts- und Vertragslehre.

Literatur
E. Fühlich, Wirtschaftsprivatrecht, neuste Auflage; Aunert-Micus u. a., Wirtschaftsprivatrecht, neuste Auflage

Lehrveranstaltungen		
Dozent(in)	Titel der Lehrveranstaltung	SWS
Schlappa/Vogel	Zivil- und Handelsrecht I	4

Hochschule Emden/Leer				
Studiengang: International Business Administration				
Modulbezeichnung: Zivil- und Handelsrecht II				
Semester	Dauer Häufigkeit	Art	ECTS-Punkte	Studentische Arbeitsbelastung
2	1 Sem. SS	Pflicht	5	150 h; Kontaktstudium: 54 h, Selbststudium: 96 h.

Voraussetzungen für die Teilnahme	Verwendbarkeit	Prüfungsform / Prüfungsdauer (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)	Lehr- und Lernmethoden	Modul- verantwortliche(r)
Keine	Betriebswirtschaftliche Studiengänge	Klausur 2 h	Vorlesung Übung	Schlappa/Vogel

Kompetenzziele
Das Modul Zivil- und Handelsrecht II baut auf dem Modul Zivil- und Handelsrecht I auf und vermittelt den Studierenden die weiteren für eine erfolgreiche Berufspraxis erforderlichen Kenntnisse im Zivil- und Handelsrecht. Sie können Übungsfälle selbständig erkennen und lösen. Neben der Vermittlung von Fachkompetenzen steht die Entwicklung von analytischen Kompetenzen im Vordergrund.

Lehrinhalte
Das Modul Zivil- und Handelsrecht II befasst sich mit den schuld- und sachenrechtlichen Grundlagen des unternehmerischen Handelns. Insbesondere werden einzelne Vertragstypen des Zivil- und Handelsrechts (z.B. Handelskauf) dargestellt sowie das Recht der Leistungsstörungen und unerlaubten Handlungen einschließlich der Produzentenhaftung behandelt.

Literatur
E. Führich, Wirtschaftsprivatrecht, neuste Auflage; Aunert-Micus u. a., Wirtschaftsprivatrecht, neuste Auflage

Lehrveranstaltungen		
Dozent(in)	Titel der Lehrveranstaltung	SWS
Schlappa/Vogel	Zivil- und Handelsrecht II	4

Hochschule Emden/Leer Studiengänge: International Business Administration				
Modulbezeichnung: Mathematik I				
Semester	Dauer Häufigkeit	Art	ECTS-Punkte	Studentische Arbeitsbelastung
1	1 Sem. WS	Pflicht	5	150 h; Kontaktstunden: 54 h, Selbststudium: 96 h

Voraussetzungen für die Teilnahme	Verwendbarkeit	Prüfungsform / Prüfungsdauer (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)	Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r)
Keine	Betriebswirtschaftliche Studiengänge	Klausur 2 h	Vorlesung mit Übungen, Tutorien	Belling-Seib, Hinrichs, Kiwall

Kompetenzziele
<p>Wissensverbreiterung und -vertiefung: Die Studierenden kennen und verstehen die Grundlagen der Wirtschaftsmathematik, hier der Analysis und der Finanzmathematik</p> <p>Können – instrumentale Kompetenz Die Studierenden können ausgewählte betriebswirtschaftliche Sachverhalte mathematisch modellieren, theoretisch untersuchen und praktisch lösen.</p> <p>Können – systemische Kompetenz: Die Studierenden können auf der Grundlage elementarer mathematischer Begriffe und Methoden im begrenzten Umfang neue Fragestellungen strukturell analysieren und eigenständige Lösungen entwickeln.</p> <p>Können – kommunikative Kompetenz: Die Studierenden können mathematische Ansätze und ihre Verwendung zur Lösung ausgewählter betriebswirtschaftlicher Probleme erklären. Die Studierenden können sich im Team organisieren und zusammenarbeiten.</p>

Lehrinhalte
<p>Zahlreiche Anwendungen der Mathematik erfordern eine eingehende Untersuchung der funktionalen Abhängigkeit einer endogenen Größe von einer oder mehreren exogenen Größen. In diesem Modul werden im ersten Teil Funktionen anhand ihrer Eigenschaften analysiert und charakterisiert. Zur Erarbeitung des Instrumentariums werden zunächst allgemeine Funktionen (Potenz-, Wurzel, Exponential- und Logarithmusfunktionen) behandelt und danach solche, die betriebswirtschaftliche Zusammenhänge beschreiben.</p> <p>Im zweiten Teil werden Grundlagen der Zins-, Renten- und Tilgungsrechnung gelegt und an praktischen Beispielen geübt.</p>

Literatur
<p>Tietze, Jürgen: Einführung in die angewandte Wirtschaftsmathematik, jeweils neueste Auflage, Vieweg + Teubner, Tietze, Jürgen: Einführung in die Finanzmathematik, jeweils neueste Auflage, Vieweg + Teubner Eigene Skripte mit diversen Literaturhinweisen und Beispielaufgaben</p>

Lehrveranstaltungen		
Dozent(in)	Titel der Lehrveranstaltung	SWS
Belling-Seib, Hinrichs, Kiwall	Mathematik I	4

Hochschule Emden/Leer Studiengänge: International Business Administration				
Modulbezeichnung: Mathematik II				
Semester	Dauer Häufigkeit	Art	ECTS-Punkte	Studentische Arbeitsbelastung
2	1 Sem. SS	Pflicht	5	150 h; Kontaktstunden: 54 h, Selbststudium: 96 h

Voraussetzungen für die Teilnahme	Verwendbarkeit	Prüfungsform / Prüfungsdauer (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)	Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r)
Keine	Betriebswirtschaftliche Studiengänge	Klausur 2 h	Vorlesung mit Übungen, Tutorien	Belling-Seib, Hinrichs

Kompetenzziele
<p>Wissensvertiefung: Die Studierenden kennen und verstehen die Grundlagen der Wirtschaftsmathematik, hier der Linearen Algebra und Linearen Optimierung.</p> <p>Können – instrumentale Kompetenz Die Studierenden können ausgewählte betriebswirtschaftliche Sachverhalte mathematisch modellieren, theoretisch untersuchen und praktisch lösen.</p> <p>Können – systemische Kompetenz: Die Studierenden können auf der Grundlage elementarer mathematischer Begriffe und Methoden im begrenzten Umfang neue Fragestellungen strukturell analysieren und eigenständige Lösungen entwickeln.</p> <p>Können – kommunikative Kompetenz: Die Studierenden können mathematische Ansätze und ihre Verwendung zur Lösung ausgewählter betriebswirtschaftlicher Probleme erklären.</p> <p>Soziale Kompetenz: Die Studierenden können sich im Team organisieren und zusammenarbeiten.</p>

Lehrinhalte
<p>Dieses Modul behandelt im ersten Teil ausgewählte Themen der Linearen Algebra wie das Arbeiten mit Matrizen und Vektoren und das Lösen von Linearen Gleichungssystemen: Lösungsverhalten, graphische und numerische Bestimmung von Lösungen.</p> <p>Im zweiten Teil werden ausgewählte Themen der Linearen Optimierung behandelt: Formulierung von betriebswirtschaftlichen Sachverhalten als Lineare Optimierungsproblem, graphische und numerische Lösung von Linearen Optimierungsproblemen.</p>

Literatur
<p>Tietze, Jürgen: Einführung in die angewandte Wirtschaftsmathematik, jeweils neueste Auflage, Vieweg + Teubner, Eigene Skripte mit diversen Literaturhinweisen und Beispielaufgaben</p>

Lehrveranstaltungen		
Dozent(in)	Titel der Lehrveranstaltung	SWS
Belling-Seib, Hinrichs	Mathematik II	4

Hochschule Emden/Leer Studiengänge: International Business Administration				
Modulbezeichnung: Statistik				
Semester	Dauer Häufigkeit	Art	ECTS-Punkte	Studentische Arbeitsbelastung
1	1 Sem. WS	Pflicht	5	150 h; Kontaktstunden: 54 h, Selbststudium: 96 h

Voraussetzungen für die Teilnahme	Verwendbarkeit	Prüfungsform / Prüfungsdauer (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)	Lehr- und Lernmethoden	Modul- verantwortliche(r)
Keine	Betriebswirtschaftliche Studiengänge	Klausur 2 h	Vorlesung mit Übungen, Tutorien	Hinrichs

Kompetenzziele
<p>Wissensvertiefung: Die Studierenden kennen und verstehen die Grundlagen der Statistik, hier speziell der Beschreibenden Statistik</p> <p>Können – instrumentale Kompetenz Die Studierenden können ausgewählte Sachverhalte - speziell aus der Ökonomie - statistisch beschreiben, theoretisch untersuchen und praktisch lösen.</p> <p>Können – systemische Kompetenz: Die Studierenden können auf der Grundlage elementarer statistischer Begriffe und Methoden im begrenzten Umfang neue Fragestellungen strukturell analysieren und eigenständige Lösungen entwickeln.</p> <p>Können – kommunikative Kompetenz: Die Studierenden können statistische Ansätze und ihre Verwendung zur Lösung ausgewählter betriebswirtschaftlicher Probleme erklären.</p> <p>Soziale Kompetenz: Die Studierenden können sich im Team organisieren und zusammenarbeiten.</p>

Lehrinhalte
<p>Aus den oben genannten Lernzielen resultiert der Inhalt des Moduls: die grundlegenden Konzepte der Deskriptiven Statistik, die einzelnen Schritte einer statistischen Untersuchung (die Datenerhebung, die Datenaufbereitung, die tabellarische und die graphische Darstellung von Daten), die Parameter von Häufigkeitsverteilungen (Mittelwert und Streuungsmaß, die Konzentrationsmessung), Verhältniszahlen und Indexzahlen, die Zeitreihenanalyse (Trend, periodische Schwankung und Restkomponente, die Prognoseerstellung), der Zusammenhang zwischen zwei Merkmalen (Regression und Korrelation).</p>

Literatur
<p>Akkerboom, Hans: Wirtschaftsstatistik im Bachelor. Jeweils neueste Auflage, Gabler-Verlag</p> <p>Bourier, Günther: Beschreibende Statistik. Jeweils neueste Auflage, Gabler-Verlag</p> <p>Lehn, Jürgen / Wegmann, Helmut: Einführung in die Statistik. Jeweils neueste Auflage, Verlag Vieweg + Teubner</p> <p>Leekley, Robert: Applied Statistics for Business and Economics. Jeweils neueste Auflage, CRC-Press</p> <p>eigene Skripte mit weiteren Literaturhinweisen und diversen Anwendungsbeispielen</p>

Lehrveranstaltungen		
Dozent(in)	Titel der Lehrveranstaltung	SWS
Hinrichs	Statistik	4

**Module Wahlpflicht/Pflichtfächer
Bachelor International Business
Administration 4-6. Semester**

Hochschule Emden/Leer				
Studiengang:		Bachelor (International) Business Administration (BBA/BIBA)		
Modulbezeichnung: Project Management				
Semester SWS	Dauer Häufigkeit	Art	ECTS-Punkte	Studentische Arbeitsbelastung
3. 4	1 Sem. WS	Wahlpflicht	5 ECTS	150h Kontakt: 60h Selbst: 90h
Voraussetzungen für die Teilnahme	Verwendbarkeit	Prüfungsform Prüfungsdauer (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)	Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r) Dozent/-in
Keine	Bw. Studiengänge	Kombination	Seminar	Wolf
Übergeordnetes Lernziel				
The students learn the basic concepts of project management and implement their leadership and methodological competence in their own project.				
Kompetenzziele				
<p>Können (instrumentale, systemische, kommunikative Kompetenz – Wissenserschließung):</p> <p>The students</p> <ul style="list-style-type: none"> - understand the principles, procedures, methods and policies of project management. - recognize the most important concepts for implementing strategic projects. - apprehend the meaningfulness of ethical, environmental, social and sustainability-related factors in projects. <p>Wissen und Verstehen (Wissensverbreiterung und Wissensvertiefung – Fachkompetenz):</p> <p>The students</p> <ul style="list-style-type: none"> - differentiate between theory and practice. - implement the concepts of project management in their own case study by building on the acquired skills. - present their project and justify their project approach in class. 				
Lehrinhalte				
Project management is the discipline of using established principles, procedures, methods and policies to manage a project from initiation, planning, execution to completion. The lecture includes different case studies to show the practical application of the theoretical concepts.				
Literatur in der aktuellen Auflage				
Kerzner (2017): Project Management - A Systems Approach to Planning, Scheduling and Controlling.				

Hochschule Emden/Leer Studiengang: International Business Administration				
Modulbezeichnung: Kommunikation und Präsentation				
Semester	Dauer Häufigkeit	Art	ECTS-Punkte	Studentische Arbeitsbelastung
3	1 Sem. WS	Pflicht	5	150 h; Kontaktstudium: 54 h, Selbststudium: 96 h.

Voraussetzungen für die Teilnahme	Verwendbarkeit	Prüfungsform / Prüfungsdauer (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)	Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r)
Keine	Betriebswirtschaftliche Studiengänge	Referat und Hausarbeit	Vorlesung Übung Fallbeispiele	Alvares-Wegner

Kompetenzziele
In diesem Modul wird Grundlagenwissen zum Thema zwischenmenschlicher Kommunikation vermittelt. Ferner werden geeignete Instrumente und Techniken zur Verbesserung der Kommunikationsfähigkeit dargestellt. Besonders die Fähigkeit, sich kreativ und kritisch mit den beruflichen Zielen auseinander zu setzen, wird hier behandelt.

Lehrinhalte
Der Plan und Inhalt umfasst Kommunikation in Theorie und Praxis, Rhetorik und Präsentation, Gesprächsführung, fachübergreifende Kommunikation im Team, Ideen generieren und systematisch entwickeln.
Neben einem fachtheoretischen Rahmen beinhaltet der Kurs praktische persönliche Fertigkeiten, um die Studierende mit analytischen und übertragbaren Sozialkompetenzen auszustatten, damit sie befähigt sind, effizient zu arbeiten. Besonderes Augenmerk wird auf die Aneignung kommunikativer Fähigkeiten, Moderations- und Präsentationstechniken sowie Teamarbeitskompetenz gelegt. Das Training wird ferner durchgeführt, um Management Kompetenz anzureichern, speziell Persönlichkeits-, Sozial-, Organisations- und Methodenkompetenz sowie rhetorische Fertigkeiten, die für die Durchführung täglicher Managementaufgaben von entscheidender Bedeutung sind.

Literatur

Lehrveranstaltungen		
Dozent(in)	Titel der Lehrveranstaltung	SWS
Alvares-Wegner	Kommunikation und Präsentation	4

Hochschule Emden/Leer

Studiengang: Betriebswirtschaftslehre

Modulbezeichnung: Wirtschaftsrecht

Semester	Dauer Häufigkeit	Art	ECTS-Punkte	Studentische Arbeitsbelastung
4	1 Sem. SS	Pflicht	5	150 h; Kontaktstudium: 54 h, Selbststudium: 96 h.

Voraussetzungen für die Teilnahme	Verwendbarkeit	Prüfungsform / Prüfungsdauer (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)	Lehr- und Lernmethoden	Modul- verantwortliche(r)
Keine	Betriebswirtschaftliche Studiengänge	Klausur 2 h oder Hausarbeit mit Referat	Vorlesung Übung	Schlappa

Kompetenzziele

Das Modul Wirtschaftsrecht vermittelt den Studierenden die für eine erfolgreiche Berufspraxis erforderlichen Kenntnisse im Wirtschaftsrecht. Neben der Vermittlung von Fachkompetenzen steht die Entwicklung von analytischen Kompetenzen im Vordergrund.

Lehrinhalte

Das Modul befasst sich mit den wirtschaftsrechtlichen Grundlagen des unternehmerischen Handelns. Insbesondere werden die für die Unternehmenspraxis bedeutsamen Bereiche des Arbeits-, Gesellschafts- oder Wettbewerbsrechts exemplarisch und anwendungsorientiert behandelt.

Literatur

Ausgewählte Lehrbücher zum Arbeits- Gesellschafts- und Wettbewerbsrecht

Lehrveranstaltungen

Dozent(in)	Titel der Lehrveranstaltung	SWS
Schlappa/Vogel	Wirtschaftsrecht	4

Module Schwerpunkt International Accounting

Hochschule Emden/Leer Studiengang: International Business Administration				
Modulbezeichnung: Auditing				
Semester	Dauer Häufigkeit	Art	ECTS-Punkte	Studentische Arbeitsbelastung
4/5	1 Sem. SS/WS	Schwerpunkt	5	150 h; Kontaktstudium: 54 h, Selbststudium: 96 h.

Voraussetzungen für die Teilnahme	Verwendbarkeit	Prüfungsform / Prüfungsdauer (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)	Lehr- und Lernmethoden	Modul- verantwortliche(r)
Keine	Betriebswirtschaftliche Studiengänge	Klausur 2h	Seminar	Aertker

Kompetenzziele
<p>Das Modul Auditing (Prüfungswesen) versetzt die Studierenden in die Lage, wesentliche Methoden des risikoorientierten Prüfungsansatzes sowie prozessorientierte Ergänzungen zu kennen, die Leistungsfähigkeit der Methoden zu bewerten und diese auch selbständig anzuwenden. Des Weiteren soll die Fähigkeit erlernt werden, die Verlässlichkeit von Informationen, unternehmensinternen Prozessen und Kontrollsystemen zu beurteilen. Neben der Vermittlung von Fachkompetenzen steht die Entwicklung von analytischen Kompetenzen im Vordergrund.</p>

Lehrinhalte
<p>Das Modul Auditing umfasst die für Wirtschaftsprüfer geltenden nationalen und internationalen Normen und ihre Anwendung in der Praxis. Der Unterrichtsstoff wird anhand von praxisnahen Fallstudien (in englischer Sprache) vertieft.</p>

Literatur
<p>Neuste Auflage: Brösel, Freichel, Toll, Buchner: Wirtschaftliches Prüfungswesen Neuste Auflage: Marten, Quick, Ruhnke: Wirtschaftsprüfung</p>

Lehrveranstaltungen		
Dozent(in)	Titel der Lehrveranstaltung	SWS
Aertker	Auditing	4

Hochschule Emden/Leer Studiengang: International Business Administration				
Modulbezeichnung: Bilanzanalyse				
Semester	Dauer Häufigkeit	Art	ECTS-Punkte	Studentische Arbeitsbelastung
4/5	1 Sem. SS/WS	Schwerpunkt		150 h; Kontaktstudium: 54 h, Selbststudium: 96 h.

Voraussetzungen für die Teilnahme	Verwendbarkeit	Prüfungsform / Prüfungsdauer (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)	Lehr- und Lernmethoden	Modul- verantwortliche(r)
Keine	Betriebswirtschaftliche Studiengänge	Seminararbeit und Präsentation	Seminar	Henkel

Kompetenzziele
Das Modul Bilanzanalyse versetzt die Studierenden in die Lage, Jahresabschluss und Lagebericht im Hinblick auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Unternehmens zu bewerten bzw. analysieren. Die Studierenden sollen die Fähigkeit erlernen, aus dem Jahresabschluss selbständig Aussagen über die Unternehmensentwicklung ableiten zu können. Insofern dient dieses Modul nicht nur der Vermittlung von Fachwissen, sondern auch der Entwicklung von analytischen Kompetenzen.

Lehrinhalte
Das Modul Bilanzanalyse umfasst die Grundlagen der Jahresabschlussanalyse (finanzwirtschaftlich, erfolgswirtschaftlich und strategisch). Anhand praxisnaher Übungen werden verschiedene Analysemethoden eingeübt. Abschließend sollen die Studierenden eine Jahresabschlussanalyse für eine Branchengruppe des DAX (Automobilhersteller, Banken und Versicherungen etc.) selbständig durchführen.

Literatur
<p>Hauptliteratur:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Neuste Auflage: Baetge, Jörg/Kirsch, Hans-Jürgen/Thiele, Stefan: Bilanzanalyse, Düsseldorf - Neuste Auflage: Baetge, Jörg/Kirsch, Hans-Jürgen/Thiele, Stefan: Übungsbuch Bilanzen und Bilanzanalyse, Düsseldorf <p>Weitere Literatur (Auszug):</p> <ul style="list-style-type: none"> - Neuste Auflage: Coenenberg, Adolf G./Haller, Axel / Schultze, Wolfgang: Jahresabschluss und Jahresabschlussanalyse, Stuttgart - Neuste Auflage: Coenenberg, Adolf G./Haller, Axel / Schultze, Wolfgang: Jahresabschluss und Jahresabschlussanalyse: Aufgaben und Lösungen, Stuttgart - Neuste Auflage: Gräfer, Horst/Schneider, Georg/Gerenkamp, Thorsten: Bilanzanalyse, Herne - Neuste Auflage: Küting, Karlheinz/Weber Claus-Peter: Die Bilanzanalyse, Stuttgart

Lehrveranstaltungen		
Dozent(in)	Titel der Lehrveranstaltung	SWS
Henkel	Bilanzanalyse	4

Hochschule Emden/Leer Studiengang: International Business Administration				
Modulbezeichnung: Handelsrechtlicher Jahresabschluss				
Semester	Dauer Häufigkeit	Art	ECTS-Punkte	Studentische Arbeitsbelastung
4/5	1 Sem. SS/WS	Schwerpunkt	5	150 h; Kontaktstudium: 54 h, Selbststudium: 96 h.

Voraussetzungen für die Teilnahme	Verwendbarkeit	Prüfungsform / Prüfungsdauer (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)	Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r)
Keine	Betriebswirtschaftliche Studiengänge	Klausur 2h	Vorlesung Übung	Aertker

Kompetenzziele
Das Modul Handelsrechtlicher Jahresabschluss vermittelt vertiefte Kenntnisse über den HGB-Abschluss. Insbesondere sollen die Studierenden in die Lage versetzt werden, einen HGB-Abschluss zu erstellen und zu analysieren. Insofern dient dieses Modul nicht nur der Vermittlung von Fachwissen, sondern auch der Entwicklung von analytischen Kompetenzen.

Lehrinhalte
Das Modul Handelsrechtlicher Jahresabschluss behandelt die Bilanzierung und Bewertung von Aktiv- und Passivpositionen im HGB-Abschluss. Darüber hinaus beinhaltet das Modul auch Spezifika beider Formen der Gewinn- und Verlustrechnung. Zu weiten Teilen erfolgt die Vermittlung des Stoffes anhand praxisnaher Übungen.

Literatur
Neuste Auflage: Baetge/Kirsch/Thiele: Bilanzen Neuste Auflage: Beck'scher Bilanzkommentar

Lehrveranstaltungen		
Dozent(in)	Titel der Lehrveranstaltung	SWS
Aertker	Handelsrechtlicher Jahresabschluss	4

Hochschule Emden/Leer				
Studiengang: International Business Administration				
Modulbezeichnung: Konzernrechnungslegung				
Semester	Dauer Häufigkeit	Art	ECTS-Punkte	Studentische Arbeitsbelastung
4/5	1 Sem. SS/WS	Schwerpunkt	5	150 h; Kontaktstudium: 54 h, Selbststudium: 96 h.

Voraussetzungen für die Teilnahme	Verwendbarkeit	Prüfungsform / Prüfungsdauer (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)	Lehr- und Lernmethoden	Modul- verantwortliche(r)
Keine	Betriebswirtschaftliche Studiengänge	Klausur 2h	Vorlesung	Henkel

Kompetenzziele
Das Modul Konzernrechnungslegung vermittelt vertiefte Kenntnisse über die Erstellung eines Konzernabschlusses. Insbesondere sollen die Studierenden die Fähigkeit erlernen, einen Konzernabschluss zu erstellen und zu analysieren sowie die Unterschiede zu einem Einzelabschluss zu erkennen. Insofern dient dieses Modul nicht nur der Vermittlung von Fachwissen, sondern auch der Entwicklung von analytischen Kompetenzen.

Lehrinhalte
Das Modul Konzernrechnungslegung umfasst folgende Teilbereiche: Grundlagen, Zwecke und Grundsätze, Pflicht zur Aufstellung, Abgrenzung des Konsolidierungskreises, Grundsatz der Einheitlichkeit, Vollkonsolidierung (Kapitalkonsolidierung, Schuldenkonsolidierung, Zwischenergebniseliminierung, Aufwands- und Ertragskonsolidierung, Quotenkonsolidierung, Equity-Methode, latente Steuern und weitere Berichterstattungspflichten. Zu weiten Teilen erfolgt die Vermittlung des Stoffes anhand praxisnaher Übungen.

Literatur
<p>Hauptliteratur:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Neuste Auflage: Baetge, Jörg/Kirsch, Hans-Jürgen/Thiele, Stefan: Konzernbilanzen, Düsseldorf - Neuste Auflage: Baetge, Jörg/Kirsch, Hans-Jürgen/Thiele, Stefan: Übungsbuch Konzernbilanzen, Düsseldorf <p>Weitere Literatur (Auszug):</p> <ul style="list-style-type: none"> - Neuste Auflage: Gräfer, Horst / Scheld, Guido A.: Grundzüge der Konzernrechnungslegung:- mit Fragen, Aufgaben und Lösungen, Berlin - Küting, Karlheinz / Weber, Claus-Peter: Der Konzernabschluss - Praxis der Konzernrechnungslegung nach HGB und IFRS, Stuttgart

Lehrveranstaltungen		
Dozent(in)	Titel der Lehrveranstaltung	SWS
Henkel	Konzernrechnungslegung	4

Hochschule Emden/Leer Studiengang: International Business Administration				
Modulbezeichnung: Sonderbilanzen				
Semester	Dauer Häufigkeit	Art	ECTS-Punkte	Studentische Arbeitsbelastung
4/5	1 Sem. SS/WS	Schwerpunkt	5	150 h; Kontaktstudium: 54 h, Selbststudium: 96 h.

Voraussetzungen für die Teilnahme	Verwendbarkeit	Prüfungsform / Prüfungsdauer (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)	Lehr- und Lernmethoden	Modul- verantwortliche(r)
Keine	Betriebswirtschaftliche Studiengänge	Klausur 2h	Seminar	Aertker

Kompetenzziele
Das Modul Sonderbilanzen versetzt die Studierenden in die Lage, die Eigenschaften besonderer, häufig im Leben eines Unternehmens einmalig zu erstellender Bilanzen zu kennen und diese zu bewerten. Des weiteren soll die Fähigkeit erlernt werden, solche Bilanzen aufzustellen bzw. bei deren Gestaltung mitzuwirken. Neben der Vermittlung von Fachkompetenzen, auf die hier besonders eingegangen wird, steht die Entwicklung von analytischen Kompetenzen.

Lehrinhalte
Das Modul Sonderbilanzen umfasst die Bilanzierungs- und Bewertungsvorschriften, die bei Gründung, Umwandlung, Überschuldung und Sanierung sowie Liquidation für das Unternehmen von Bedeutung sind. Die Vermittlung des Stoffgebietes erfolgt anhand von praxisnahen Übungen.

Literatur
Neuste Auflage: Winkeljohann, Förschle, Deubert: Sonderbilanzen Neuste Auflage: Eisele, Knobloch: Technik des betrieblichen Rechnungswesens (Sonderbilanzen)

Lehrveranstaltungen		
Dozent(in)	Titel der Lehrveranstaltung	SWS
Aertker	Sonderbilanzen	4

Hochschule Emden/Leer Studiengang: International Business Administration				
Modulbezeichnung: Sonderbilanzen				
Semester	Dauer Häufigkeit	Art	ECTS-Punkte	Studentische Arbeitsbelastung
4/5	1 Sem. SS/WS	Schwerpunkt	5	150 h; Kontaktstudium: 54 h, Selbststudium: 96 h.

Voraussetzungen für die Teilnahme	Verwendbarkeit	Prüfungsform / Prüfungsdauer (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)	Lehr- und Lernmethoden	Modul- verantwortliche(r)
Keine	Betriebswirtschaftliche Studiengänge	Klausur 2h	Seminar	Aertker

Kompetenzziele
Das Modul Sonderbilanzen versetzt die Studierenden in die Lage, die Eigenschaften besonderer, häufig im Leben eines Unternehmens einmalig zu erstellender Bilanzen zu kennen und diese zu bewerten. Des weiteren soll die Fähigkeit erlernt werden, solche Bilanzen aufzustellen bzw. bei deren Gestaltung mitzuwirken. Neben der Vermittlung von Fachkompetenzen, auf die hier besonders eingegangen wird, steht die Entwicklung von analytischen Kompetenzen.

Lehrinhalte
Das Modul Sonderbilanzen umfasst die Bilanzierungs- und Bewertungsvorschriften, die bei Gründung, Umwandlung, Überschuldung und Sanierung sowie Liquidation für das Unternehmen von Bedeutung sind. Die Vermittlung des Stoffgebietes erfolgt anhand von praxisnahen Übungen.

Literatur
Neuste Auflage: Winkeljohann, Förschle, Deubert: Sonderbilanzen Neuste Auflage: Eisele, Knobloch: Technik des betrieblichen Rechnungswesens (Sonderbilanzen)

Lehrveranstaltungen		
Dozent(in)	Titel der Lehrveranstaltung	SWS
Aertker	Sonderbilanzen	4

Hochschule Emden/Leer Studiengang: International Business Administration				
Modulbezeichnung: Bilanzierung von Finanzinstrumenten				
Semester	Dauer Häufigkeit	Art	ECTS-Punkte	Studentische Arbeitsbelastung
4/5	1 Sem. SS/WS	Schwerpunkt	5	150 h; Kontaktstudium: 54 h, Selbststudium: 96 h.

Voraussetzungen für die Teilnahme	Verwendbarkeit	Prüfungsform / Prüfungsdauer (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)	Lehr- und Lernmethoden	Modul- verantwortliche(r)
Keine	Betriebswirtschaftliche Studiengänge	Klausur 2h	Vorlesung	Henkel

Kompetenzziele
In jedem Unternehmen steht dem (güterwirtschaftliche) Betriebsprozess ein finanzwirtschaftlicher Betriebsprozess gegenüber. Letzterer wird durch die Funktionseinheit Corporate-Treasury verantwortet. Im Rahmen u.a. der Unternehmensfinanzierung, des finanziellen Risikomanagements sowie des Cash und Asset-Managements schließt Corporate Treasury sowohl originäre als auch derivative Finanzinstrumente ab. Bei Banken (Versicherungen) sind darüber hinaus Finanzinstrumente auch Gegenstand des operativen Geschäftes. Das Modul Bilanzierung von Finanzinstrumenten versetzt die Studierenden in die Lage, die gängigen Finanzinstrumente gemäß ihrem betrieblichen Bestimmungszweck nach der internationalen und deutschen Rechnungslegung zu bilanzieren.

Lehrinhalte
Zunächst wird ein umfassender Überblick über die Unterschiedlichen Arten von originären und derivativen Finanzinstrumenten gegeben, wie z.B. Swaps, Forwards, Futures und Optionen. Anschließend wird die Bilanzierung der Finanzinstrumente nach der internationalen Rechnungslegung (IAS/IFRS) anhand der einzelnen Bilanzierungsschritte dargestellt: Ansatz, Ausweis in der Bilanz, Einzelbewertung, Bewertungseinheiten (Hedge-Accounting), Ausweis in der GuV/OCI, Anhang, Lagebericht. Die Veranstaltung endet mit einem (vergleichendem) Überblick der Bilanzierung von Finanzinstrumenten nach den deutschen Rechnungslegungsvorschriften HGB.

Literatur
Hauptliteratur: - Neuste Auflage: Henkel, K, Rechnungslegung von Treasury-Instrumenten nach IAS/IFRS und HGB - Ein Umsetzungsleitfaden mit Fallstudien und Tipps, Wiesbaden Weitere Literatur (Auszug): - Neuste Auflage: Henkel, K., Eine unternehmens-typenspezifische Synopse der Rechnungslegungsunterschiede von Finanzinstrumenten nach IFRS und HGB, Norderstedt - Neuste Auflage: Stauber, J., Finanzinstrumente im IFRS-Abschluss von Nicht-Banken - Ein konkreter Leitfaden zur Bilanzierung und Offenlegung, Wiesbaden

Lehrveranstaltungen		
Dozent(in)	Titel der Lehrveranstaltung	SWS
Henkel	Bilanzierung von Finanzinstrumenten	4

Hochschule Emden/Leer				
Studiengang: International Business Administration				
Modulbezeichnung: Computer-aided Management Accounting and Financial Control				
Semester	Dauer Häufigkeit	Art	ECTS-Punkte	Studentische Arbeitsbelastung
4	1 Sem WS.	Schwerpunkt	5	150 h; Kontaktstudium: 54 h, Selbststudium: 96 h.

Voraussetzungen für die Teilnahme	Verwendbarkeit	Prüfungsform / Prüfungsdauer (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)	Lehr- und Lernmethoden	Modul- verantwortliche(r)
Keine	Betriebswirtschaftliche Studiengänge	Onlineprüfung am Rechner 2 h	Vorlesung Seminar	Schulte

Kompetenzziele
<p>Der Studierende</p> <ul style="list-style-type: none"> • lernt den Einsatz von Instrumenten der Kosten- und Leistungsrechnung sowie des Finanzcontrollings zur Lösung betriebswirtschaftlicher Probleme. • kann verschiedene Programme einsetzen, wie das Tabellenkalkulationsprogramm MS Excel, die Präsentationssoftware MS Power Point und weitere Kommunikations- und Informationsprogramme. • beherrscht es finanzwirtschaftliche Analysen durchzuführen • ist in der Lage Probleme im Bereich des Finanz- und Rechnungswesens zu lösen.

Lehrinhalte
<p>Diese Veranstaltung behandelt spezielle Aufgabenstellungen des Finanz- und Rechnungswesens. Der Studierende arbeitet hauptsächlich mit kleinen Fallstudien. Die Studierenden erhalten die Fallstudien in schriftlicher Form und die entsprechenden Templates. Die Lösungen werden von den Studierenden präsentiert. Die Studierenden arbeiten mit unterschiedlichen Software Programmen. Schwerpunkte sind u.a.:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kosten/Volumen/Gewinn-Analyse • Prozesskostenrechnung • Budgetierung, Flexible Budgets, Abweichungsanalyse und Unternehmenssteuerung • Investitionsrechnung und Kostenanalyse • Eigenfertigung, Fremdbezug bzw. Outsourcing • Erfolgsmessung mit Kennzahlen einschließlich Balanced Scorecard • Budgetkontrolle • Cash-Flow-Analysen, Cash-Management und Finanzanalysen; Internationale Aspekte

Literatur

Lehrveranstaltungen		
Dozent(in)	Titel der Lehrveranstaltung	SWS
Schulte	Computer-aided Management Accounting and Financial Control	4

Module Schwerpunkt International Finance and Controlling

Hochschule Emden/Leer				
Studiengang: International Business Administration				
Modulbezeichnung: Computer-aided Management Accounting and Financial Control				
Semester	Dauer Häufigkeit	Art	ECTS-Punkte	Studentische Arbeitsbelastung
4	1 Sem WS.	Schwerpunkt	5	150 h; Kontaktstudium: 54 h, Selbststudium: 96 h.

Voraussetzungen für die Teilnahme	Verwendbarkeit	Prüfungsform / Prüfungsdauer (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)	Lehr- und Lernmethoden	Modul- verantwortliche(r)
Keine	Betriebswirtschaftliche Studiengänge	Onlineprüfung am Rechner 2 h	Vorlesung Seminar	Schulte

Kompetenzziele
<p>Der Studierende</p> <ul style="list-style-type: none"> • lernt den Einsatz von Instrumenten der Kosten- und Leistungsrechnung sowie des Finanzcontrollings zur Lösung betriebswirtschaftlicher Probleme. • kann verschiedene Programme einsetzen, wie das Tabellenkalkulationsprogramm MS Excel, die Präsentationssoftware MS Power Point und weitere Kommunikations- und Informationsprogramme. • beherrscht es finanzwirtschaftliche Analysen durchzuführen • ist in der Lage Probleme im Bereich des Finanz- und Rechnungswesens zu lösen.

Lehrinhalte
<p>Diese Veranstaltung behandelt spezielle Aufgabenstellungen des Finanz- und Rechnungswesens. Der Studierende arbeitet hauptsächlich mit kleinen Fallstudien. Die Studierenden erhalten die Fallstudien in schriftlicher Form und die entsprechenden Templates. Die Lösungen werden von den Studierenden präsentiert. Die Studierenden arbeiten mit unterschiedlichen Software Programmen. Schwerpunkte sind u.a.:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kosten/Volumen/Gewinn-Analyse • Prozesskostenrechnung • Budgetierung, Flexible Budgets, Abweichungsanalyse und Unternehmenssteuerung • Investitionsrechnung und Kostenanalyse • Eigenfertigung, Fremdbezug bzw. Outsourcing • Erfolgsmessung mit Kennzahlen einschließlich Balanced Scorecard • Budgetkontrolle • Cash-Flow-Analysen, Cash-Management und Finanzanalysen; Internationale Aspekte

Literatur

Lehrveranstaltungen		
Dozent(in)	Titel der Lehrveranstaltung	SWS
Schulte	Computer-aided Management Accounting and Financial Control	4

Hochschule Emden/Leer				
Studiengang: International Business Administration				
Modulbezeichnung: Finanzanalyse und Finanzplanung				
Semester	Dauer Häufigkeit	Art	ECTS-Punkte	Studentische Arbeitsbelastung
4/5	1 Sem. WS/SS	Schwerpunkt	5	150 h; Kontaktstudium: 54 h, Selbststudium: 96 h.

Voraussetzungen für die Teilnahme	Verwendbarkeit	Prüfungsform / Prüfungsdauer (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)	Lehr- und Lernmethoden	Modul- verantwortliche(r)
Keine	Betriebswirtschaftliche Studiengänge	Klausur 2h	Vorlesung Übung	Portisch

Kompetenzziele
Das Modul Finanzanalyse und Finanzplanung soll die Studierenden dazu befähigen, komplexe Praxisprobleme in der betrieblichen Finanzierung zu analysieren und Lösungsmöglichkeiten aufzuzeigen. Analytische Methoden und fachübergreifende Spezialkenntnisse stehen im Vordergrund der Veranstaltung.

Lehrinhalte
Das Modul Finanzanalyse und Finanzplanung befasst sich mit komplexen Themenstellungen aus dem Bereich der finanziellen Unternehmenssteuerung. Betriebswirtschaftliches Spezialwissen soll angewendet werden auf praxisnahe Problemstellungen, die in kleinen und mittleren Unternehmensgrößen auftreten. Schwerpunktmäßig wird eingegangen auf die Erstellung von Finanzplanungen, von Kapitalflussrechnungen, von Erfolgsprognosen, einer integrierte Finanz- und Erfolgsplanung und es erfolgt eine Kennziffern-Analyse auf Basis des Cash Flows.

Literatur
Perridon / Steiner: Finanzwirtschaft der Unternehmung, aktuelle Auflage Copeland / Weston / Shastri: Finanzierungstheorie und Unternehmenspolitik, aktuelle Auflage Brealey / Myers / Allen: Principles of Corporate Finance, aktuelle Auflage

Lehrveranstaltungen		
Dozent(in)	Titel der Lehrveranstaltung	SWS
Lohmann	Finanzanalyse und Finanzplanung	4

Hochschule Emden/Leer				
Studiengang: International Business Administration				
Modulbezeichnung: Kosten- und Bereichscontrolling				
Semester	Dauer Häufigkeit	Art	ECTS-Punkte	Studentische Arbeitsbelastung
5	1 Sem.	Schwerpunkt	5	150 h; Kontaktstudium: 54 h, Selbststudium: 96 h

Voraussetzungen für die Teilnahme	Verwendbarkeit	Prüfungsform / Prüfungsdauer (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)	Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r)
Keine	Betriebswirtschaftliche Studiengänge	Klausur 1 h und Hausarbeit	Vorlesung Übungen	Wilken

Kompetenzziele
Mit dem Modul Kosten- und Bereichscontrolling sollen die Studierenden in die Lage versetzt werden, die Instrumente und Verfahren des Kostenmanagements anwenden und ihren Einsatz in verschiedenen Problemsituationen planen und bewerten zu können. Sie sollen die Besonderheiten des funktionalen Controllings erläutern können und Aufgabenstellungen hierzu lösen können.

Lehrinhalte
Inhalt: - Kostenrechnung: Plankostenrechnung, Prozesskostenrechnung - Kostencontrolling: Target Costing, Product Life Cycle Costing, Benchmarking - Bereichscontrolling: Vertriebscontrolling, Logistikcontrolling, Produktionscontrolling

Literatur
Götze, U.: Kostenrechnung und Kostenmanagement, aktuelle Auflage Coenenberg, A. (Hrsg.): Kostenrechnung und Kostenanalyse, aktuelle Auflage Kremin-Buch, B.: Strategisches Kostenmanagement, aktuelle Auflage Schäffer, U.; Weber, J. (Hrsg.): Bereichscontrolling, aktuelle Auflage

Lehrveranstaltungen		
Dozent(in)	Titel der Lehrveranstaltung	SWS
Wilken	Kosten- und Bereichscontrolling	4

Hochschule Emden/Leer				
Studiengang: International Business Administration				
Modulbezeichnung: Kreditmanagement				
Semester	Dauer Häufigkeit	Art	ECTS-Punkte	Studentische Arbeitsbelastung
4/5	1 Sem. WS	Schwerpunkt	5	150 h; Kontaktstudium: 54 h, Selbststudium: 96 h.

Voraussetzungen für die Teilnahme	Verwendbarkeit	Prüfungsform / Prüfungsdauer (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)	Lehr- und Lernmethoden	Modul- verantwortliche(r)
Keine	Betriebswirtschaftliche Studiengänge	Klausur 2h	Vorlesung Übungen	Portisch

Kompetenzziele
Das Modul Kreditmanagement versetzt die Studierenden in die Lage verschiedene Instrumente und Verfahren der Bonitätsanalyse zur Risikobeurteilung von Privatkunden und Firmenkunden zu kennen und anhand von praxisnahen Fallstudien anzuwenden. Es soll die Fähigkeit erlernt werden wichtige Kriterien der Einschätzung des Kreditrisikos aus Bankensicht zu kennen und zur Kapitalnachfrage von Unternehmen in Beziehung zu setzen. Zudem sollen die Fähigkeiten erlernt werden aktuelle Veränderungen des Verhaltens der Kreditwirtschaft und deren Auswirkung auf die Finanzierung von kleinen und mittleren Unternehmen (KMU) zu erkennen.

Lehrinhalte
Das Modul Kreditmanagement umfasst verschiedene Verfahren der Bonitätsprüfung von Privat- und Firmenkundenengagements. Die Analyse der Kreditwürdigkeit von Unternehmen durch eine Ratingklassifizierung steht im Vordergrund der Veranstaltung und wird anhand von Fallstudien aus verschiedenen Branchen eingeübt. Kreditsicherheiten und deren Einsatz in der Praxis werden geprüft und eingeschätzt. Zudem wird auf die Kreditportfoliosteuerung mit Kreditderivaten auf Gesamtbankebene eingegangen und strukturelle Veränderungen der Kreditorganisation und Kreditaufsicht werden im Rahmen der Finanzmarktkrise analysiert, diskutiert und beurteilt.

Literatur
Neueste Auflage: Bieg/Krämer/Waschbusch: Bankenaufsicht in Theorie und Praxis, Hannemann: Mindestanforderungen an das Risikomanagement (MaRisk), Hofmann: Basel II und MaRisk, Rösler/ Mackenthun/Pohl: Handbuch Kreditgeschäft, Schiller/Tytko: Risikomanagement im Kreditgeschäft

Lehrveranstaltungen		
Dozent(in)	Titel der Lehrveranstaltung	SWS
Portisch	Kreditmanagement	4

Hochschule Emden/Leer				
Studiengang: International Business Administration				
Modulbezeichnung: Sanierungsmanagement Grundlagen				
Semester	Dauer Häufigkeit	Art	ECTS-Punkte	Studentische Arbeitsbelastung
4/5	1 Sem. WS	Schwerpunkt	5	150 h; Kontaktstudium: 54 h, Selbststudium: 96 h.
Voraussetzungen für die Teilnahme	Verwendbarkeit	Prüfungsform / Prüfungsdauer (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)	Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r)
Keine	Betriebswirtschaftliche Studiengänge	Klausur 2h	Vorlesung Übungen	Portisch
Kompetenzziele				
<p>Das Modul Sanierungsmanagement Grundlagen versetzt die Studierenden in die Lage die Unternehmenssanierungen aus Sicht der betroffenen Stakeholdergruppen zu beurteilen und den Prozess der Krisenbewältigung mit externer Unterstützung zu kennen. Das Modul beinhaltet die Krisenfrüherkennung aus Unternehmens- und Bankensicht, die Einleitung von Sofortmaßnahmen und die Erarbeitung leistungswirtschaftlicher und finanzwirtschaftlicher Konzepte. Ziel ist es gerade die von wirtschaftlichen Schief lagen überproportional betroffenen mittelständischen Unternehmen langfristig aus der Krise zu führen und den Turnaround zu sichern. Das Wissen kann auf die berufliche Tätigkeit angewendet werden. Der Stand der Fachliteratur und vertieft ausgewählte Wissensbestände auf dem aktuellen Stand der Forschung werden gelehrt. Dabei erfolgt auch ein Austausch mit Fachvertretern.</p>				
Lehrinhalte				
<p>Als Theoriegrundlagen werden der Agency-Ansatz und das Stakeholder-Modell verwendet. In der Veranstaltung werden Instrumente aus der Finanzierung, dem Marketing, der Bilanzierung, der Organisation, dem Controlling und dem Steuerrecht aufgegriffen, um die Sanierungsfähigkeit eines Unternehmens zu prüfen, die Sanierung einzuleiten, den Sanierungsprozess zu überwachen und den Sanierungserfolg zu sichern. Dabei wird ein prozessualer Ansatz gewählt. Verschiedene Stakeholder-Perspektiven werden eingenommen (Unternehmen, Gesellschafter, Kapitalgeber, Berater). Im Vordergrund steht die Betrachtung der finanzwirtschaftlichen Komponente. Die Veranstaltung wird begleitet durch eine Vielzahl von Praxisfallstudien.</p>				
Literatur				
Neueste Auflage: Portisch: Sanierung und Insolvenz aus Bankensicht				
Lehrveranstaltungen				
Dozent(in)	Titel der Lehrveranstaltung			SWS
Portisch	Sanierungsmanagement Grundlagen			4

Hochschule Emden/Leer				
Studiengang: International Business Administration				
Modulbezeichnung: Projektarbeit - Controlling				
Semester	Dauer Häufigkeit	Art	ECTS-Punkte	Studentische Arbeitsbelastung
4/5	1 Sem. WS/SS	Schwerpunkt	5	150 h; Kontaktstudium: 54 h, Selbststudium: 96 h.

Voraussetzungen für die Teilnahme	Verwendbarkeit	Prüfungsform / Prüfungsdauer Häufigkeit (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)	Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r)
Keine	Betriebswirtschaftliche Studiengänge	Projektbericht und Präsentation	Projekt	Wilken

Kompetenzziele
<p>Das Modul „Projektarbeit - Controlling“ versetzt die Studierenden in die Lage, sich schnell und umfassend in Problem- und Aufgabenstellungen im Bereich des Controlling einzuarbeiten, diese zu analysieren, Lösungsvorschläge unter Anwendung ihrer fachlichen Kenntnisse zu erarbeiten und ggf. auch umzusetzen. Dabei arbeiten Sie in einer festen Projektorganisation mit einem extern besetzten Lenkungsausschuss nach einem durch einen Coach unterstützten Meilenstein-Konzept. Die Studierenden lernen, die durch seminaristische Lehrformen vorgestellten Techniken, Methoden und Verfahren in konkreten praktischen Fällen anzuwenden und können zudem einschlägige Erfahrungen im Bereich Moderation und Diskussion sammeln. Weiterhin können Sie Ihre sozialen und persönlichen Kompetenzen einschätzen und bewerten. Sie verbessern ihre Team- und Konfliktfähigkeit und ihre Belastungsfähigkeit. Sie erwerben praktische Umsetzungserfahrungen im Projektmanagement und vertiefen die diesbezüglich vorhandenen Kenntnisse und Fähigkeiten.</p>

Lehrinhalte
<p>Die Inhalte des Moduls orientieren sich fachlich an den konkreten Aufgabenstellungen, die in den Projekten bearbeitet werden und sind insoweit nicht standardisierbar. Daneben werden Kenntnisse im Projektmanagement angewendet und vertieft. Hierbei helfen standardisierte Vorgehensmodelle, die in einer Projektdatenbank hinterlegt sind (Standard-Geschäftsprozesse). Die Projekte werden häufig in enger Zusammenarbeit mit den in der Region ansässigen kleineren und mittleren Unternehmen durchgeführt.</p>

Literatur
<p>Berndt, Bingel, Bittner: Tools im Problemlösungsprozess, aktuelle Auflage Niedereichholz: Unternehmensberatung I, aktuelle Auflage Niedereichholz: Unternehmensberatung II, aktuelle Auflage</p>

Lehrveranstaltungen		
Dozent(in)	Titel der Lehrveranstaltung	SWS
N.N.	Projektarbeit - Controlling	4

Hochschule Emden/Leer Studiengang: International Business Administration
--

Modulbezeichnung: Unternehmensfinanzierung

Semester	Dauer Häufigkeit	Art	ECTS-Punkte	Studentische Arbeitsbelastung
4/5	1 Sem. SS	Schwerpunkt	5	150 h; Kontaktstudium: 54 h, Selbststudium: 96 h.

Voraussetzungen für die Teilnahme	Verwendbarkeit	Prüfungsform / Prüfungsdauer (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)	Lehr- und Lernmethoden	Modul- verantwortliche(r)
Keine	Betriebswirtschaftliche Studiengänge	Klausur 2h	Vorlesung Übungen	Portisch

Kompetenzziele

Das Modul Unternehmensfinanzierung versetzt die Studierenden in die Lage wichtige Finanzierungstheorien zu kennen und zur Lösung spezifischer Finanzierungsprobleme anzuwenden. Es sollen die Fähigkeiten erlernt werden komplexe Themenstellungen der Finanzierung anhand von wissenschaftlichen Methoden zu analysieren, zu bearbeiten und fachgebietsübergreifende Zusammenhänge zu begreifen. Zudem soll gelernt werden in Diskussionen Finanzierungsprobleme von Unternehmen zu erkennen und verschiedene Lösungsansätze zu beurteilen.

Lehrinhalte

Das Modul Unternehmensfinanzierung vertieft die Grundlagen aus dem Grundstudium. Es werden innovative Finanzierungsinstrumente aus Sicht der Unternehmung dargestellt und ihre Anwendung in der Praxis beurteilt. Dabei wird einer stärkeren Internationalisierung und Kapitalmarktorientierung der Unternehmensfinanzierung Rechnung getragen. Komplexe Themen werden anhand von praxisnahen integrierten Fragestellungen erlernt. Aktuelle Themengebiete werden im Rahmen von Hausarbeiten abgehandelt, anschließend im Plenum präsentiert und diskutiert.

Literatur

Neueste Auflage: Portisch (Hrsg.): Finanzierung im Unternehmenslebenszyklus

Lehrveranstaltungen

Dozent(in)	Titel der Lehrveranstaltung	SWS
Portisch	Unternehmensfinanzierung	4

Hochschule Emden/Leer				
Studiengang: International Business Administration				
Modulbezeichnung: Wertpapiermanagement I				
Semester	Dauer Häufigkeit	Art	ECTS-Punkte	Studentische Arbeitsbelastung
4/5	1 Sem. WS	Schwerpunkt	5	150 h; Kontaktstudium: 54 h, Selbststudium: 96 h.
Voraussetzungen für die Teilnahme	Verwendbarkeit	Prüfungsform/Prüfungsdauer (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)	Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r)
Keine	Betriebswirtschaftliche Studiengänge	Klausur 2h	Vorlesung Übungen	Portisch
Kompetenzziele				
Das Modul Wertpapiermanagement I vermittelt den Studenten die Fähigkeit zur Analyse und Bewertung von Aktien und Optionen. Anhand der Portfoliotheorie von Markowitz wird die Auswahl, Bewertung und Strukturierung von Anlageportfolios im Rahmen der Asset Allocation erlernt. Zudem werden verschiedene Modelle und Verfahren der Absicherung von Aktienportfolios über Optionen gelernt und angewendet. Es werden Fähigkeiten vermittelt den Anlageprozess zu strukturieren und das Verhalten von Anlegern systematisch zu untersuchen.				
Lehrinhalte				
Das Modul Wertpapiermanagement I umfasst die Vermittlung verschiedener Kapitalmarktmodelle zur Bewertung und Strukturierung von Aktien und Optionen im Portfolioverbund. Es wird der Prozess der Asset Allocation und der Portfolio Insurance anhand von aktuellen Beispielen erläutert und analysiert. Zudem wird eine Performance-Messung verschiedener Anlageerfolge anhand von wissenschaftlichen Kriterien vorgenommen. Weiter wird das Verhalten der Anleger im Rahmen von Heuristiken der Behavioral Finance untersucht.				
Literatur				
Neueste Auflage: Garz/Günther/Moriabadi: Portfolio-Management, Hull: Optionen, Futures und andere Derivative, Markowitz: Portfolio Selection, Shefrin: Börsenerfolg mit Behavioral Finance, Spremann: Portfoliomanagement, Steiner/Bruns: Wertpapier-Management, Steiner/Uhlir: Wertpapieranalyse				
Lehrveranstaltungen				
Dozent(in)	Titel der Lehrveranstaltung			SWS
Portisch	Wertpapiermanagement I			4

Hochschule Emden/Leer Studiengang: International Business Administration				
Modulbezeichnung: Wertpapiermanagement II				
Semester	Dauer Häufigkeit	Art	ECTS-Punkte	Studentische Arbeitsbelastung
4/5	1 Sem. WS	Schwerpunkt	5	150 h; Kontaktstudium: 54 h, Selbststudium: 96 h.

Voraussetzungen für die Teilnahme	Verwendbarkeit	Prüfungsform/Prüfungsdauer (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)	Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r)
Keine	Betriebswirtschaftliche Studiengänge	Klausur 2h	Vorlesung Übungen	Portisch

Kompetenzziele
Das Modul Wertpapiermanagement II vermittelt den Studenten die Fähigkeit zur Analyse und Bewertung verschiedener Anleiheformen. Eigenschaften und Risiken von Staatsanleihen, Industrianleihen und verschiedener Ausprägungen wie Kuponanleihen, Zerobonds, Wandelanleihen und Optionsanleihen werden betrachtet. Es werden verschiedene Bewertungsmodelle wie das Barwertkonzept, die renditeorientierte Beurteilung, die preisorientierte Bewertung und die rendite-risikoorientierte Bewertung diskutiert. Zudem wird auf das Zinsänderungsrisiko und die Duration eingegangen. Des Weiteren wird die Bewertung der Anleihen in Bezug zur aktuellen Zinsstruktur und der aktuellen Risikolage an den Geld- und Kapitalmärkten gesetzt.

Lehrinhalte
Das Modul Wertpapiermanagement II umfasst die Vermittlung verschiedener Kapitalmarktmodelle zur Bewertung und Strukturierung von Anleihen isoliert und im Portfolioverbund. Der Auswahlprozess wird anhand von aktuellen Beispielen erläutert und in Bezug zur derzeitigen Marktsituation gesetzt. Des Weiteren werden Anleihen als Beimischung zu einem umfassenden Anlageportfolio betrachtet.

Literatur
Bodie/Markus/Kane: Investments, Gallati: Verzinsliche Wertpapiere, Steiner/Bruns: Wertpapier-Management, Steiner/Uhlir: Wertpapieranalyse, jeweils aktuelle Auflage

Lehrveranstaltungen		
Dozent(in)	Titel der Lehrveranstaltung	SWS
Portisch	Wertpapiermanagement II	4

Hochschule Emden/Leer

Studiengang: Internationale Betriebswirtschaftslehre

Modulbezeichnung: Moderne Controlling-Konzepte

Semester	Dauer Häufigkeit	Art	ECTS-Punkte	Studentische Arbeitsbelastung
4./5.	1 Sem.	Schwerpunkt	5	150 h; Kontaktstudium: 60 h Selbststudium: 90 h

Voraussetzungen für die Teilnahme	Verwendbarkeit	Prüfungsform / Prüfungsdauer (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)	Lehr- und Lernmethoden	Modul- verantwortliche(r)
Keine	Betriebswirtschaftliche Studiengänge	Klausur 2h	Vorlesung Seminar	Döring

Kompetenzziele

Das Modul dient der Vermittlung von Grundlagen des Controlling und seiner Aufgabenbereiche unter besonderer Berücksichtigung von Aspekten des Risiko-, Finanz- und Umwelt-Managements im Rahmen eines „Integrierten Ansatzes“. Hierzu werden praxisnahe Wissensziele und Kompetenzen in der Herausforderung einer „dynamischen, beinahe turbulenten Umwelt“ des Unternehmens vermittelt.

Zudem vermittelt das Modul Grundkenntnisse zu exemplarisch ausgewählten Software-Produkten und deren Anwendungsrelevanz (Möglichkeiten und Grenzen), wozu neben einer theoretischen Vorbereitung (durch den Dozenten) auch eine konkrete Vorstellung entsprechender Produkte (durch einen Anbieter) beinhaltet.

Lehrinhalte

- Controlling in institutioneller und personeller, in strategischer und operativer Betrachtung
- Risikotheoretische Aspekte und ausgewählte Instrumente des Risiko-Managements
- Erfolgs- und Misserfolgskriterien, Erfahrungsökonomie, Frühwarnsysteme, Internes Berichtswesen
- Budgetierung (Trad. und Nullbasis), Budgetkontrolle und Nachsteuerung
- Ausgewählte Aspekte an der Schnittstelle zum Finanz-Management
- Controlling als Integriertes Management-Konzept
- Integrierte Finanzplanung als Steuerungsinstrument
- Öko- Controlling (in der Perspektive des Bundes-Umweltamtes)

Literatur

Neueste Auflage:

Weber, J.; Schäffer, U.: Einführung in das Controlling; Ziegenbein, K.: Controlling (Hrsg.: Olfert, K.), Kiehl-Verlag; Nau, H.- R.: Controlling-Instrumente – Die besten Werkzeuge für eine effiziente Unternehmenssteuerung, Business-Tools (mit CD-ROM); Crone, A.; Werner, H. (Hrsg.): Modernes Sanierungsmanagement, Verlag Vahlen, Bundesumweltamt/-ministerium (Hrsg.): Handbuch Umwelt-Controlling, München

Lehrveranstaltungen

Dozent(in)	Titel der Lehrveranstaltung	SWS
Döring	Moderne Controlling-Konzepte	4

Hochschule Emden/Leer Studiengang: International Business Administration				
Modulbezeichnung: Bank- und Finanzrecht I und II				
Semester	Dauer Häufigkeit	Art	ECTS-Punkte	Studentische Arbeitsbelastung
5/6	2 Semester WS/SS	Schwerpunkt	Jeweils 5	Je 150 h; Kontaktstudium: je 54h, Selbststudium: je 96h

Voraussetzungen für die Teilnahme	Verwendbarkeit	Prüfungsform / Prüfungsdauer (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)	Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r)
Keine	Betriebswirtschaftliche Studiengänge	Klausur	Seminaristische Vorlesung	Vogel

Kompetenzziele
Das Modul Bank- und Finanzrecht vermittelt den Studierenden erstens einen Überblick über das deutsche und europäische Finanzsystem und die rechtlichen Grundlagen des von Kredit- und Finanzdienstleistungsinstituten betriebenen (Bank- und Kapitalmarkt-) Geschäfts. Zweitens vermittelt es den Studierenden einen Überblick über die wesentlichen Instrumente und rechtlichen Rahmenbedingungen zur Unternehmensfinanzierung am Geld- und Kapitalmarkt. Das Modul versetzt die Studierenden in die Lage, bank- und finanzrechtliche Problemstellungen sowohl aus der Perspektive eines Unternehmens der Finanzdienstleistungsbranche als auch eines kapitalnachfragenden sonstigen Unternehmens zu erkennen und unter Berücksichtigung der geltenden rechtlichen Rahmenbedingungen eigene Lösungsansätze zu entwickeln.

Lehrinhalte
Das Modul Bank- und Finanzrecht umfasst in einem ersten Teilmodul (Bankrecht i.e.S.) die institutionellen und öffentlich-rechtlichen Rahmenbedingungen des Bankgewerbes auf europäischer und nationaler Ebene sowie namentlich das Bankgeschäftsrecht (Bankvertrag und AGB, Kredit- und Kreditsicherung mit Bezügen zum Insolvenzrecht, Zahlungsverkehr und Einlagengeschäft). Ein zweites Teilmodul (Finanzrecht i.e.S.) beinhaltet die Grundlagen des Kapitalmarktrechts (Börsenrecht, Prospektrecht, Emissionsgeschäft, Wertpapierhandelsgesetz, Effektingeschäft und Investmentgeschäft), des Anlegerschutzrechts sowie des Rechts der Unternehmensfinanzierung mit Bezügen zum Kapitalgesellschaftsrecht. Die theoretischen Inhalte werden im Wege der seminaristischen Vorlesung vermittelt und parallel anhand praktischer Fallstudien vertieft.

Literatur
Jeweils aktuelle Auflage: Knops, Kai-Oliver/Korff, Niklas/Lassen, Malte: Bank- und Kapitalmarktrecht; Claussen, Carsten Peter (Hrsg.): Bank- und Börsenrecht; Buck-Heeb, Petra: Kapitalmarktrecht; Fischer, Reinfried/Klanten, Thomas (Hrsg.): Bankrecht; Schimansky, Herbert/Bunte, Hermann-Josef/Lwowski, Hans-Jürgen (Hrsg.), Bankrechts-Handbuch

Lehrveranstaltungen		
Dozent(in)	Titel der Lehrveranstaltung	SWS
Vogel	Bank- und Finanzrecht I/Bank- und Finanzrecht II	Je 4

Hochschule Emden/Leer
 Studiengang: Bachelor (International) Business Administration (BBA/BIBA)

Modulbezeichnung: Sustainable Management

Semester SWS	Dauer Häufigkeit	Art	ECTS-Punkte	Studentische Arbeitsbelastung
4./5. 4	1 Sem. SS/WS	Schwerpunkt	5 ECTS	150h Kontakt: 60h Selbst: 90h

Voraussetzungen für die Teilnahme	Verwendbarkeit	Prüfungsform Prüfungsdauer (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)	Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r) Dozent/-in
Keine	Bw. Studiengänge	Kombination	Seminar	Wolf

Übergeordnetes Lernziel

In our rapidly changing global ecosystem, companies are being held to increasingly demanding environmental and social standards. Students will understand how these factors impact businesses.

Kompetenzziele

Können (instrumentale, systemische, kommunikative Kompetenz – Wissenserschließung):
 The students
 - understand through a combination of lecture, discussion and group exercises how to reduce risk, create competitive advantage and develop innovative services, products and processes in a sustainable way that builds value for society and protects the planet.
 - gain exposure to and experience in translating corporate performance on sustainability into financial performance.

Wissen und Verstehen (Wissensverbreiterung und Wissensvertiefung – Fachkompetenz):
 The students
 - develop the knowledge, skills and perspective they need to understand and address environmental and social challenges for companies.
 - experience the challenges of sustainable factors on management decisions during a simulation game.

Lehrinhalte

Students will learn and understand the different factors that will impact a company's business to build sustainable companies that meet the needs of society while delivering economic returns to shareholders and stakeholders.

Literatur in der aktuellen Auflage

tba

Hochschule Emden/Leer	
Studiengang:	Bachelor (International) Business Administration (BBA/BIBA)

Modulbezeichnung: Failing Corporates

Semester SWS	Dauer Häufigkeit	Art	ECTS-Punkte	Studentische Arbeitsbelastung
4./5. 4	1 Sem. SS/WS	Schwerpunkt	5 ECTS	150h Kontakt: 60h Selbst: 90h

Voraussetzungen für die Teilnahme	Verwendbarkeit	Prüfungsform Prüfungsdauer (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)	Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r) Dozent/-in
Keine	Bw. Studiengänge	Kombination	Seminar	Wolf

Übergeordnetes Lernziel
The course aims to achieve an in-depth understanding of a company's management problems and strategic decisions when the company is in the downturn of its life cycle in an interdisciplinary approach considering strategic, financial, and legal aspects.

Kompetenzziele
<p>Können (instrumentale, systemische, kommunikative Kompetenz – Wissenserschließung):</p> <p>Students</p> <ul style="list-style-type: none"> - understand the economic cycle of companies, sources of corporate distress and business failures. - develop knowledge about corporate restructuring actions available to avoid insolvency and emerge from distress, and their potential for both value creation and destruction.
<p>Wissen und Verstehen (Wissensverbreiterung und Wissensvertiefung – Fachkompetenz):</p> <p>Students</p> <ul style="list-style-type: none"> - acquire expertise by identifying the best restructuring option or strategy for dealing with corporate financial distress. - execute a coherent process to implement the restructuring effectively to create the most value possible with case studies. - understand the responsibilities of management in a restructuring transaction. (LGBWL-3, LGBWL-

Lehrinhalte
The course consists of diverse modules combining theoretical and empirical research, case studies and guest lectures. On the organizational level, the course focuses on questions of organizational design and management decisions geared towards a corporate restructuring or insolvency, and the business strategies and economics that underlie major corporate restructuring transactions. On the individual level, the course discusses the role, duty and responsibility of the company's management to deal with financial distress and the impact on the company's constituencies.

Literatur in der aktuellen Auflage
tba

Hochschule Emden/Leer
 Studiengang: Bachelor (International) Business Administration (BBA/BIBA)

Modulbezeichnung: Strategic Decision Making

Semester SWS	Dauer Häufigkeit	Art	ECTS-Punkte	Studentische Arbeitsbelastung
4./5. 4	1 Sem. SS/WS	Schwerpunkt	5 ECTS	150h Kontakt: 60h Selbst: 90h

Voraussetzungen für die Teilnahme	Verwendbarkeit	Prüfungsform Prüfungsdauer (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)	Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r) Dozent/-in
Keine	Bw. Studiengänge	Kombination	Seminar	Wolf

Übergeordnetes Lernziel

The performance of companies depends on the quality of management, hence improving the quality of a company's decisions may improve the company's performance. There are certain decision-making tools that will help managers to make more successful decisions and feel confident about their actions.

Kompetenzziele

Können (instrumentale, systemische, kommunikative Kompetenz – Wissenserschließung):
 The students
 - learn and practice the processes required to make winning strategic decisions.
 - gain hands-on experience with tools for analysing strategic options and improving decision making in their organisations.

Wissen und Verstehen (Wissensverbreiterung und Wissensvertiefung – Fachkompetenz):
 The students
 - develop the knowledge, skills and perspective to reflect strategic management decisions.
 - experience the challenges of strategic decision making during a simulation game.

Lehrinhalte

Teaching a deeper, interdisciplinary understanding of management problems and decisions has limits. As part of a simulation game, students will learn how their decisions influence their organization by setting up and implementing a competitive market strategy for an international company. The management decisions have an influence on the market position and profit situation of the company and thus on its future viability. Making wrong decisions can put the company into distress. Through the active involvement in the simulation game, all students will benefit from further understanding the theoretical aspects but the students will directly apply them.

Literatur in der aktuellen Auflage

Hammond et. al. (1999). Smart Choices - A Practical Guide to Making Better Decisions, Harvard Business Review Press.
 Harvard Business Review (2013). On Making Smart Decisions, Harvard Business Review Press.
 Case Studies: tbd

Hochschule Emden/Leer
 Studiengang: Bachelor (International) Business Administration (BBA/BIBA)

Modulbezeichnung: Project Finance

Semester SWS	Dauer Häufigkeit	Art	ECTS-Punkte	Studentische Arbeitsbelastung
4./5. 4	1 Sem. SS/WS	Schwerpunkt	5 ECTS	150h Kontakt: 60h Selbst: 90h

Voraussetzungen für die Teilnahme	Verwendbarkeit	Prüfungsform Prüfungsdauer (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)	Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r) Dozent/-in
Keine	Bw. Studiengänge	Kombination	Seminar	Wolf

Übergeordnetes Lernziel

The overall aim of the course is to equip students with a comprehensive overview of project financing by taking them through all stages of a project financed transaction.

Kompetenzziele

Können (instrumentale, systemische, kommunikative Kompetenz – Wissenserschließung):
 The students
 - apply a structured and systematic approach to assessing project finance transactions.
 - use qualitative and quantitative tools and measures to distinguish the key risks and interpret each of the risks to determine their severity and potential impact on the transaction structure.
 - appreciate how the mechanisms in the transaction documents operate to protect the creditors and evaluate the protection provided.

Wissen und Verstehen (Wissensverbreiterung und Wissensvertiefung – Fachkompetenz):
 The students
 - recognise the key characteristics of a robust project and identify the weakest links in the transaction.
 - build a credit rationale in order to make and substantiate investment decisions.

Lehrinhalte

Students will learn and understand the different factors that will impact project finance deals. The course will introduce the theoretical foundation, which will be applied in case studies and be supported by guest lectures.

Literatur in der aktuellen Auflage

Graham Vinter et al. (2013). Project Finance, Sweet&Maxwell 4th Edition.
 Case Studies: tba.

Module Schwerpunkt International Marketing

Hochschule Emden/ Leer Studiengang: International Business Administration				
Modulbezeichnung: Business-to-Business Marketing				
Semester	Dauer Häufigkeit	Art	ECTS-Punkte	Studentische Arbeitsbelastung
4	1 Sem SS	Schwerpunkt	5	150 h; Kontaktstudium: 54 h, Selbststudium: 96 h.
Voraussetzungen für die Teilnahme	Verwendbarkeit	Prüfungsform / Prüfungsdauer (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)	Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r)
Marketing Grundlagen	Betriebswirtschaftliche Bachelor-Studiengänge	Klausur 1 h und Hausarbeit	Vorlesung Übung	Hummels
Kompetenzziele				
Die Studierenden verfügen über vertieftes Fachwissen und kritisches Verständnis der Theorien und Methoden des B2B-Marketings und können diese breit zur Bearbeitung und Lösung komplexer praktischer Probleme auf Industriegütermärkten anwenden. Sie können basierend auf eigenständiger Analyse alleine und in Expertenteams strukturiert Abwägungen und Entscheidungen in komplexen und unbekanntem Situationen treffen und wissenschaftliche Fragestellungen des Fachgebiets eigenständig definieren, recherchieren und ausarbeiten.				
Lehrinhalte				
Gegenstand des Moduls sind die Besonderheiten von Industriegütermärkten, um deren Identifikation es zunächst geht. Anschließend erfolgt weitgehend eine Orientierung an den Grundelementen des Marketings. So werden die Spezifika des organisationalen Kaufverhaltens, der Marktforschung auf Business Märkten, im Business-to-Business-Umfeld relevante strategische Fragestellungen sowie die Besonderheiten der Ausgestaltung des organisationsbezogenen Marketingmix vermittelt und angewandt. Alle Inhalte werden durch aktuelle Praxisbeispiele illustriert. Die Anwendung der erlernten Inhalte auf die Praxis erfolgt durch die Bearbeitung und Diskussion von Aufgaben (alleine und in Gruppenarbeiten), die den Charakter kleinerer Fallstudien haben. Die Anfertigung einer Hausarbeit dient der vertieften wissenschaftlichen Analyse ausgewählter aktueller Themen mit praktischem Bezug.				
Literatur				
<ul style="list-style-type: none"> • Godefroid, P./ Pförsch, W.: Business-to-Business Marketing. Kiehl, aktuelle Auflage • Literaturliste mit Auszügen aus anerkannten Lehrbüchern und Fachartikeln. 				
Lehrveranstaltungen				
Dozent(in)		Titel der Lehrveranstaltung		SWS
Hummels		Business-to-Business Marketing		4

Hochschule Emden/ Leer Studiengang: International Business Administration				
Modulbezeichnung: Business-to-Business Marketing				
Semester	Dauer Häufigkeit	Art	ECTS-Punkte	Studentische Arbeitsbelastung
4	1 Sem SS	Schwerpunkt	5	150 h; Kontaktstudium: 54 h, Selbststudium: 96 h.
Voraussetzungen für die Teilnahme	Verwendbarkeit	Prüfungsform / Prüfungsdauer (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)	Lehr- und Lernmethoden	Modul- verantwortliche(r)
Marketing Grundlagen	Betriebswirtschaftliche Bachelor-Studiengänge	Klausur 1 h und Hausarbeit	Vorlesung Übung	Hummels
Kompetenzziele				
Die Studierenden verfügen über vertieftes Fachwissen und kritisches Verständnis der Theorien und Methoden des B2B-Marketings und können diese breit zur Bearbeitung und Lösung komplexer praktischer Probleme auf Industriegütermärkten anwenden. Sie können basierend auf eigenständiger Analyse alleine und in Expertenteams strukturiert Abwägungen und Entscheidungen in komplexen und unbekanntem Situationen treffen und wissenschaftliche Fragestellungen des Fachgebiets eigenständig definieren, recherchieren und ausarbeiten.				
Lehrinhalte				
Gegenstand des Moduls sind die Besonderheiten von Industriegütermärkten, um deren Identifikation es zunächst geht. Anschließend erfolgt weitgehend eine Orientierung an den Grundelementen des Marketings. So werden die Spezifika des organisationalen Kaufverhaltens, der Marktforschung auf Business Märkten, im Business-to-Business-Umfeld relevante strategische Fragestellungen sowie die Besonderheiten der Ausgestaltung des organisationsbezogenen Marketingmix vermittelt und angewandt. Alle Inhalte werden durch aktuelle Praxisbeispiele illustriert. Die Anwendung der erlernten Inhalte auf die Praxis erfolgt durch die Bearbeitung und Diskussion von Aufgaben (alleine und in Gruppenarbeiten), die den Charakter kleinerer Fallstudien haben. Die Anfertigung einer Hausarbeit dient der vertieften wissenschaftlichen Analyse ausgewählter aktueller Themen mit praktischem Bezug.				
Literatur				
<ul style="list-style-type: none"> • Godefroid, P./ Pförtsch, W.: Business-to-Business Marketing. Kiehl, aktuelle Auflage • Literaturliste mit Auszügen aus anerkannten Lehrbüchern und Fachartikeln. 				
Lehrveranstaltungen				
Dozent(in)	Titel der Lehrveranstaltung			SWS
Hummels	Business-to-Business Marketing			4

Hochschule Emden/Leer Studiengang: International Business Administration				
Modulbezeichnung: Customer Relationship Management CRM				
Semester	Dauer Häufigkeit	Art	ECTS-Punkte	Studentische Arbeitsbelastung
4	1 Sem. SS	Schwerpunkt	5	150 h; Kontaktstudium: 54 h, Selbststudium: 96 h.

Voraussetzungen für die Teilnahme	Verwendbarkeit	Prüfungsform / Prüfungsdauer (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)	Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r)
Keine	Betriebswirtschaftliche Studiengänge	Gruppenarbeit Klausur 1 h	Vorlesung Übungen	Gündling

Kompetenzziele
Das Modul CRM versetzt die Studierenden in die Lage, ein CRM-Konzept (spezifisch zugeschnitten auf die Bedürfnisse von Unternehmen in der Praxis) zu entwickeln. Sie erlernen die beziehungsorientierte Planung, Durchführung und Kontrolle aller interaktiven Prozesse mit dem Kunden. Darüber hinaus erhalten sie einen Überblick über die Grundlagen des CRM sowie dessen Konzeptionierung auf Basis der Kundenlebenszyklen und der Erfolgskette als Managementprinzip. Sie lernen CRM-Systemlösungen, deren Einsatzgebiete und zentralen Funktionen kennen. Das Wissen kann direkt auf die berufliche Tätigkeit angewendet werden. Es werden ausgewählte Wissensbestände auf dem aktuellen Stand der Forschung gelehrt und entsprechend vertieft. Dabei erfolgt auch ein Austausch mit Fachvertretern.

Lehrinhalte
Inhaltlich umfasst das Modul neben der theoretischen Fundierung die Situationsanalyse, Zielplanung und Kundensegmentierung sowie die Strategieentwicklung mithilfe verschiedener Instrumente (z. B. Portfolioanalyse). Hieran schließt sich die Ausgestaltung des CRM-Instrumentariums sowie die Implementierung von CRM als strategisch-konzeptionellen und systemtechnischen Ansatz im Unternehmen an. Die Kontrolle des CRM-Erfolges wird über integrierte Kontrollsysteme wie die Balanced Scorecard sichergestellt.

Literatur
Neueste Ausgabe: Bruhn, Manfred: Relationship Marketing: Das Management von Kundenbeziehungen, Gündling, Ute: Strategische Analyse und Handlungsempfehlungen für den Online-Handel der camel activefashionworld, in: Pepels, W. (Hrsg.): Fallstudien zum Marketing, S. 429 – 450; Gündling, Ute: Die Neuausrichtung des Zeitungsmarketings durch Customer Relationship Management; Gündling, Ute: Grundlagen Database-Marketing, in: Erfolg durch Direktmarketing, Praxishandbuch für mittelständische Unternehmen im B-to-B, S. 1-23; Hippner, Hajo: Grundlagen des CRM; Rapp, Reinhold: Customer Relationship Management; Winkelmann, Peter: Vertriebskonzeption und Vertriebssteuerung

Lehrveranstaltungen		
Dozent(in)	Titel der Lehrveranstaltung	SWS
Gündling	Customer Relationship Management CRM	4

Hochschule Emden/Leer Studiengang: International Business Administration				
Modulbezeichnung: Dialogmarketing				
Semester	Dauer	Art	ECTS-Punkte	Studentische Arbeitsbelastung
5	1 Sem. WS	Schwerpunkt	5	150 h; Kontaktstudium: 54 h, Selbststudium: 96 h.
Voraussetzungen für die Teilnahme	Verwendbarkeit	Prüfungsform / Prüfungsdauer (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)	Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r)
keine	Betriebswirtschaftliche Studiengänge	Klausur 1 h Kursarbeit	Seminarveranstaltung	Gündling
Kompetenzziele				
Das Modul Dialogmarketing versetzt die Studierenden in die Lage, ein differenziertes, dialogfähiges Marketing-Konzept für Unternehmen, Organisationen und Privat-Kunden zu erarbeiten, zu testen, instrumentell auszugestalten und umzusetzen. Die Studierenden lernen integrierte Konzepte zur Interessenten- und Neukundengewinnung, Kundenbindung und Kundenrückgewinnung zu erarbeiten, die zur Zielerreichung geeigneten Instrumente auszuwählen und auszugestalten sowie die Konzepte auf den Grad ihrer Zielerreichung hin zu überwachen. Das Wissen kann auf die berufliche Tätigkeit angewendet werden; es erfolgt auch ein Austausch mit Fachvertretern in der Lehrveranstaltung.				
Lehrinhalte				
Inhaltlich umfasst das Modul die Analyse und Planung im Dialogmanagement, die Ausgestaltung der bedeutendsten dialogfähigen Instrumente und das Kundenbindungsmanagement. Analyseverfahren zur Effizienzsteigerung im Dialogmarketing werden ebenso behandelt und angewandt wie Kontrollsysteme zur Überwachung des Implementierungserfolges. Die Lehrveranstaltung ist in besonderer Weise auf die Belange des Mittelstandes zugeschnitten. Dialogmarketing ist im Vergleich zum klassischen Marketing flexibel und variabel einsetzbar und auch für kleine Budgets geeignet. Darüber hinaus eignet es sich zur Bearbeitung kleiner und spezifischer Zielgruppen und ist daher insbesondere für den Mittelstand ein zielgerichtetes und effizientes Marketing-Instrument. Praxisnahe Fallstudien, Gruppenübungen und die Aufbereitung und Vorstellung der Ergebnisse in Form von Präsentationen fördern explizit den Erwerb von Management-Kompetenzen und ermöglichen ihre praktische Anwendung.				
Literatur				
Neueste Auflage: Gündling, Ute: Strategische Analyse und Handlungsempfehlungen für den Online-Handel der camel activefashionworld, in: Pepels, W. (Hrsg.),: Fallstudien zum Marketing, S. 429 - 450, Gündling, Ute: Grundlagen Database-Marketing, in: Erfolg durch Direktmarketing, Praxishandbuch für mittelständische Unternehmen im B-to-B, S. 1-23; Holland, Heinrich: Direktmarketing; Kotler, Philip, Bliemel, Friedhelm: Marketing-Management: Analyse, Umsetzung und Steuerung; Vögele, Siegfried: Dialogmethode: das Verkaufsgespräch per Brief und Antwortkarte				
Lehrveranstaltungen				
Dozent(in)	Titel der Lehrveranstaltung			SWS
Gündling	Dialogmarketing			4

Hochschule Emden/Leer Studiengang: International Business Administration				
Modulbezeichnung: Direktmarketing				
Semester	Dauer Häufigkeit	Art	ECTS-Punkte	Studentische Arbeitsbelastung
5	1 Sem. WS	Schwerpunkt	5	150 h; Kontaktstudium: 54 h, Selbststudium 96 h

Voraussetzungen für die Teilnahme	Verwendbarkeit	Prüfungsform / Prüfungsdauer (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)	Lehr- und Lernmethoden	Modul- verantwortliche(r)
keine	Betriebswirtschaftliche Studiengänge	Klausur 1 h Kursarbeit	Seminar	Gündling

Kompetenzziele
<p>Im Modul Direktmarketing erhalten die Studierenden einen vollständigen Überblick über die Grundlagen des Direktmarketings, seine wichtigsten Instrumente, Einsatzgebiete und Erfolgsfaktoren. Sie werden in die Lage versetzt, ganzheitliche Direktmarketing-Aktionen selbst zu entwickeln, instrumentell auszugestalten und umzusetzen. Sie erkennen, dass eine zielgerichtete Marktsegmentierung die Voraussetzung für einen erfolgreichen Dialog mit dem Kunden darstellt, formulieren eigenständige Problemlösungen und arbeiten im Team. Sie tragen Verantwortung für die gemeinsam erarbeitete Problemlösung und können diese argumentativ verteidigen. Im Rahmen der Gruppenarbeit erfolgt auch der Austausch mit Fachvertretern.</p>

Lehrinhalte
<p>Inhaltlich umfasst das Modul die Aufgaben und Erfolgsfaktoren des Direktmarketings, seine Abgrenzung zum klassischen Marketing sowie die wichtigsten Instrumente, wie z. B. das Mailing, das Telefon und die modernen Online-Medien. Der Planungs-, Umsetzungs- und Kontrollprozess als Ganzes wird ebenso wie Testverfahren und Methoden der zielgerichteten Marktsegmentierung behandelt. Hierbei werden auch die Schnittstellen zu anderen Unternehmensbereichen aufgezeigt.</p>

Literatur
<p>Neueste Auflage: Becker, Jochen: Marketing-Konzeption: Grundlagen des zielstrategischen und operativen Marketing-Managements; Dallmer, Heinz: Handbuch Direct Marketing; Gündling, Christian: Maximale Kundenorientierung; Gündling, Ute: Strategische Analyse und Handlungsempfehlungen für den Online-Handel der camel activefashionworld, in: Pepels, W. (Hrsg.): Fallstudien zum Marketing, S. 429 – 450; Gündling, Ute: Grundlagen Database-Marketing, in: Erfolg durch Direktmarketing, Praxishandbuch für mittelständische Unternehmen im B-to-B, Neuwied, S. 1-23; Holland, Heinrich: Direktmarketing; Kreutzer, Ralf T.: Praxisorientiertes Online-Marketing; Vögele, Siegfried: Dialogmethode: das Verkaufsgespräch per Brief und Antwortkarte</p>

Lehrveranstaltungen		
Dozent(in)	Titel der Lehrveranstaltung	SWS
Gündling	Direktmarketing	4

Hochschule Emden/Leer Studiengang: International Business Administration				
Modulbezeichnung: Angewandte Marktforschung				
Semester	Dauer	Art	ECTS-Punkte	Studentische Arbeitsbelastung
4	1 Sem. SS	Schwerpunkt	5	150 h; Kontaktstudium: 54 h, Selbststudium: 96 h.

Voraussetzungen für die Teilnahme	Verwendbarkeit	Prüfungsform / Prüfungsdauer (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)	Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r)
keine	Betriebswirtschaftliche Studiengänge	Hausarbeit und Gruppenarbeit	Seminar (max. 15 Teilnehmer)	Gündling

Kompetenzziele
Das Modul „Angewandte Marktforschung“ versetzt die Studierenden in die Lage, sich schnell und umfassend in Problem- und Aufgabenstellungen einzuarbeiten, diese zu analysieren, Lösungsvorschläge unter Anwendung ihrer fachlichen Kenntnisse zu erarbeiten und direkt in die berufliche Praxis umzusetzen. Sie lernen, die durch seminaristische Lehrformen vorgestellten Techniken in konkreten praktischen Fällen anzuwenden und können einschlägige Erfahrungen in der Teamarbeit, der Erstellung wissenschaftlicher Arbeiten sowie in der Moderation sammeln. Weiterhin können Sie Ihre sozialen und persönlichen Kompetenzen einschätzen und Teamverantwortung übernehmen. Sie verbessern ihre Team- und Konfliktfähigkeit und ihre Belastungsfähigkeit. Im Modul Angewandte Marktforschung bearbeiten die Studierenden konkrete Problemstellungen aus der Marktforschung, setzen passende Marktforschungsinstrumente in der Praxis ein, fassen die Ergebnisse in einem schriftlichen Bericht lösungsorientiert zusammen und präsentieren sachgerecht.

Lehrinhalte
Inhaltlich umfasst das Modul die Analyse, Planung und Umsetzung einer konkreten Aufgabenstellung aus dem Bereich der Primärforschung. Im Rahmen eines branchenspezifischen Mystery-Shopping-Projektes werden die Untersuchungsorganisation festgelegt, ein Stichprobenplan erstellt und geeignete Testkäufer ausgewählt und geschult. Nach Durchführung des Mystery-Shoppings in der Praxis wird das erhobene Datenmaterial ausgewertet und analysiert. Im Anschluss hieran erfolgt die Ableitung von Handlungsempfehlungen. Die Lehrveranstaltung ist in besonderer Weise auf die Belange des Mittelstandes zugeschnitten, da das Instrument des Mystery-Shoppings sehr flexibel einsetzbar und auch für kleine Budgets geeignet ist.

Literatur
Neueste Auflage: Döbelstein, Th.; Windbacher, D.: Mystery-Shopping – Ziele, Prozess und Qualität eines Verfahrens zum Controlling der Dienstleistungsqualität; Weiss, H.: Den Kunden zum König machen. Norderstedt Books on Demand GmbH; Wartmuth, D.; Weinhold, M.: Kundenorientierte Führung durch Mystery-Shopping – Damit der Kunde nicht mehr stört

Lehrveranstaltungen		
Dozent(in)	Titel der Lehrveranstaltung	SWS
Gündling	Angewandte Marktforschung	4

Hochschule Emden/ Leer Studiengang: International Business Administration				
Modulbezeichnung: International Marketing (engl.)				
Semester	Dauer Häufigkeit	Art	ECTS-Punkte	Studentische Arbeitsbelastung
4	1 Sem./ SS	Schwerpunkt	5	150 h; Kontaktstudium: 54 h, Selbststudium: 96 h.

Voraussetzungen für die Teilnahme	Verwendbarkeit	Prüfungsform / Prüfungsdauer (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)	Lehr- und Lernmethoden	Modul- verantwortliche(r)
Marketing Grundlagen/ Principles	Betriebswirtschaft- liche Bachelor- Studiengänge	Klausur 2 h	Vorlesung Übung	Hummels

Kompetenzziele
The students acquire an extended knowledge and critical understanding of theories, principles, and methods of International Marketing. Intercultural competencies enable them to analyze cultural differences and evaluate their effects on marketing decision making. Both on their own and in expert teams they are enabled to appraise and judge unknown issues in International Marketing and apply their knowledge and make decisions in complex, unknown, and unstable contexts. They are able to critically discuss international marketing issues and to expand their knowledge base independently and in a purposeful way.

Lehrinhalte
The module starts out with an investigation and discussion of the global economic environment which constitutes the general conditions for international corporate operations. The concept of culture, as one key influence on buying behavior, is analyzed in detail. Subsequently, the particularities of international marketing activities are being explored. To a large extent this is based on the fundamental elements of Marketing and thus includes international market research, strategic issues and the international marketing mix. However, particularly in the strategic section additional aspects such as generic internationalization strategies, methods of evaluating and selecting countries as target markets, and market entry modes extend the scope of contents to entirely new fields. All contents are being illustrated by using up-to-date examples from both consumer and industrial goods markets. Exercises and case studies are used to apply learned contents to real life scenarios.

Literatur
<ul style="list-style-type: none"> • Doole, I./ Lowe, R./ Kenyon, A.: International Marketing Strategy. Cengage Learning, aktuelle Auflage • Hollensen, S.: Global Marketing. Pearson, aktuelle Auflage

Lehrveranstaltungen		
Dozent(in)	Titel der Lehrveranstaltung	SWS
Hummels	International Marketing (engl.)	4

Hochschule Emden/Leer Studiengang: International Business Administration				
Modulbezeichnung: Projektarbeit - Marketing				
Semester	Dauer Häufigkeit	Art	ECTS-Punkte	Studentische Arbeitsbelastung
4/5	1 Sem./ je- des Sem.	Schwerpunkt	5	150 h; Kontaktstudium: 54 h, Selbststudium: 96 h.

Voraussetzungen für die Teilnahme	Verwendbarkeit	Prüfungsform / Prüfungsdauer (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)	Lehr- und Lernmethoden	Modul- verantwortliche(r)
Marketing Grundlagen	Betriebswirtschaft- liche Bachelor- Studiengänge	Projektbericht und Präsentation	Projekt	Hummels

Kompetenzziele
Die Studierenden werden befähigt, sich eigenständig und schnell vertieftes Wissen für unbekannte und komplexe Fragestellungen aus Marketing und Vertrieb und für die Projektabwicklung anzueignen. Dazu bedienen Sie sich eines breiten Spektrums an wissenschaftlichen Methoden für die Recherche, Wissensvertiefung, Analyse und Problemlösung. Sie definieren die notwendigen Arbeitsprozesse und gestalten diese selbstständig aus. Sie entwickeln neue Lösungen und wägen unterschiedliche Aspekte und Perspektiven gegeneinander ab. Sie vertreten Ihre Lösungsvorschläge gegenüber hochschulinternen und –externen Experten. Sie arbeiten in einem Expertenteam verantwortlich zusammen und verbessern dabei soziale und persönliche Kompetenzen wie Selbst- und Zeitmanagement, Team- und Konfliktfähigkeit und die Interaktion mit externen Kunden.

Lehrinhalte
Gegenstand des Moduls sind konkrete praktische Projektaufträge von Unternehmen von innerhalb und außerhalb der Region, die in Gruppen bearbeitet werden. Die Projektaufträge entstammen der gesamten Bandbreite von Marketingfragestellungen in unterschiedlichen Branchen und Unternehmen. Auf Basis einer strukturierten Recherche und Anwendung aktueller wissenschaftlicher Erkenntnisse zum Thema erfolgt die Erarbeitung von Lösungsalternativen und Handlungsempfehlungen. Dies erfolgt in enger Abstimmung mit den externen Auftraggebern, deren Grundlagen in einer gemeinsamen Auftaktveranstaltung gelegt werden und deren Abschluss aus einer Präsentation beim Auftraggeber besteht. Neben fachlichen Inhalten werden somit auch Kenntnisse im Projektmanagement angewandt und praktisch vertieft. Die Verantwortung für den Projekterfolg liegt bei den Studierenden.

Literatur
<ul style="list-style-type: none"> • Kotler, P./ Keller, K.: Marketing-Management. Pearson, 14. Auflage, 2015. • Niedereichholz: Unternehmensberatung Band 2: Auftragsdurchführung und Qualitätssicherung. Oldenbourg, 6. Auflage 2013. • Fachliteratur je nach Themenschwerpunkt

Lehrveranstaltungen		
Dozent(in)	Titel der Lehrveranstaltung	SWS
Gündling/ Hummels	Projektarbeit - Marketing	4

Hochschule Emden/ Leer				
Studiengang: International Business Administration				
Modulbezeichnung: Vertrieb				
Semester	Dauer Häufigkeit	Art	ECTS-Punkte	Studentische Arbeitsbelas- tung
5	1 Sem. WS	Schwerpunkt	5	150 h; Kontaktstudium: 54 h, Selbststudium: 96 h.

Voraussetzungen für die Teilnahme	Verwendbarkeit	Prüfungsform / Prüfungsdauer Häufigkeit (Vo- raussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)	Lehr- und Lernmethoden	Modul- verantwortliche(r)
Keine	Betriebswirtschaft- liche Studiengänge	Klausur 1 h und Präsentation	Vorlesung Übung	Hummels

Kompetenzziele
<p>Gegenstand des Moduls "Vertrieb" ist der persönliche Verkauf komplexer Güter, wie er vornehmlich - aber nicht nur - im Business-to-Business-Geschäft anzutreffen ist. Es gibt den Studierenden Einblicke in die alltäglichen operativen Aufgaben von Vertriebsbeauftragten im Außendienst und vermittelt eine prozessorientierte Struktur zum systematischen vertrieblichen Vorgehen. Dabei erlernen die Teilnehmer Strukturen und Methoden, die es ihnen ermöglichen das Tagesgeschäft als Vertriebsmitarbeiter zu planen und Kundenkontakte erfolgsorientiert durchzuführen und abzuschließen, Kundenbeziehungen zu pflegen und die dazu notwendigen Entscheidungen zu treffen.</p>

Lehrinhalte
<p>Inhaltlich werden die Bereiche Kundenidentifikation und -qualifikation, Kontaktplanung und -management, Verkaufsgesprächsplanung, -durchführung und -nachbereitung sowie Kundennachbetreuung behandelt und ihre Relevanz für und Besonderheiten in den verschiedenen Vertriebsformen diskutiert. Dabei werden auch die Schnittstellen zu anderen Unternehmensbereichen einbezogen. Ziel des Moduls ist neben der Vermittlung der theoretischen Grundlagen deren Anwendung in Situationen des realen Vertriebslebens.</p>

Literatur
<p>Literaturliste mit Auszügen aus anerkannten Lehrbüchern und Fachartikeln Basis: Winkelmann, P.: Vertriebskonzeption und Vertriebssteuerung. Vahlen, 4. Auflage, 2008.</p>

Lehrveranstaltungen		
Dozent(in)	Titel der Lehrveranstaltung	SWS
Hummels	Vertrieb	4

Anbietende Hochschule: Fachhochschule Emden/Leer Studiengang: Betriebswirtschaftslehre				
Modulbezeichnung: Operatives Marketing für KMU				
Semester	Dauer	Art	ECTS-Punkte	Studentische Arbeitsbelastung
5	1 Sem. WS	Schwerpunkt	5	132 h; Kontaktstudium: 54 h, Selbststudium: 78 h.
Voraussetzungen für die Teilnahme	Verwendbarkeit	Prüfungsform / Prüfungsdauer (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)	Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r)
keine	Betriebswirtschaftliche Studiengänge	Klausur 1 h Kursarbeit	Seminarveranstaltung	Gündling
Kompetenzziele				
Das Modul „Operatives Marketing für KMU“ versetzt die Studierenden in die Lage, ein Marketing-Konzept (mit Schwerpunkt auf der operativen Ebene) für Unternehmen, Organisationen und Privatkunden zu erarbeiten, instrumentell auszugestalten und umzusetzen. Die Studierenden lernen auf Basis der neuesten neuropsychologischen Erkenntnisse zielgerichtete Kommunikationskonzepte zu entwickeln, die zur Zielerreichung geeigneten Instrumente auszuwählen, zu implementieren und die Konzepte auf den Grad ihrer Zielerreichung hin zu überwachen. Das Wissen kann direkt auf die berufliche Tätigkeit angewendet werden; es erfolgt ein Austausch mit Fachvertretern in der Lehrveranstaltung.				
Lehrinhalte				
Inhaltlich umfasst das Modul die Analyse, Planung, Auswahl und Ausgestaltung der bedeutendsten Instrumente im operativen Marketing von KMU. Strategische Analyseverfahren werden ebenso wie die Steuerungsgrößen des Markterfolges und die Entwicklung von Buyer Personas behandelt. Geeignete Medien werden definiert, zielgerechte Werbebotschaften verfasst und direkt auf ein von den Studierenden selbst gewähltes KMU umgesetzt. Die Lehrveranstaltung ist daher in besonderer Weise auf die Belange des Mittelstandes zugeschnitten. Die zielgerichtete Erarbeitung ganzheitlicher Problemlösungen in der Gruppe, die direkte Implementierung der erlernten Inhalte am Beispiel eines konkreten Unternehmens sowie die Aufbereitung und Vorstellung der Ergebnisse in Form von Präsentationen fördern explizit den Erwerb von Management-Kompetenzen und ermöglichen ihre praktische Anwendung.				
Literatur				
Neueste Auflage: Becker, Jochen: Marketing-Konzeption: Grundlagen des zielstrategischen und operativen Marketing-Managements; Gündling, Ute: Strategische Analyse und Handlungsempfehlungen für den Online-Handel der camel activefashionworld, in: Pepels, W. (Hrsg.),: Fallstudien zum Marketing, S. 429 - 450, Gündling, Ute: Grundlagen Database-Marketing, in: Erfolg durch Direktmarketing, Praxishandbuch für mittelständische Unternehmen im B-to-B, S. 1-23; Kotler, Philip, Bliemel, Friedhelm: Marketing-Management: Analyse, Umsetzung und Steuerung; Kreutzer, Ralf: Praxisorientiertes Dialogmarketing: Konzepte-Instrumente-Fallbeispiele; Vögele, Siegfried: Dialogmethode: das Verkaufsgespräch per Brief und Antwortkarte				
Lehrveranstaltungen				
Dozent(in)	Titel der Lehrveranstaltung			SWS
Gündling	Operatives Marketing für KMU			4

Module Schwerpunkt International Operations Management

Hochschule Emden/Leer Studiengänge: International Business Administration				
Modulbezeichnung: Datenbanken				
Semester	Dauer Häufigkeit	Art	ECTS- Punkte	Studentische Arbeitsbelas- tung
4 und/oder 5	1 Sem. WS und/oder SS	Schwerpunkt	5	150 h; Kontaktstunden: 54 h, Selbststudium: 96 h

Voraussetzungen für die Teilnahme	Verwendbarkeit	Prüfungsform / Prüfungsdauer (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)	Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r)
Keine	Betriebswirtschaftliche Studiengänge	Hausarbeit und Klausur (1 o.1,5h)	Seminar	Belling-Seib

Kompetenzziele
<p>Wissensverbreitung und –vertiefung: Die Studierenden kennen und verstehen den grundlegenden Aufbau, die grundlegende Arbeitsweise und die Einsatzmöglichkeiten von Datenbanksystemen, insbesondere relationalen Datenbanksystemen.</p> <p>Können – instrumentale Kompetenz: Die Studierenden können ein einfaches relationales Datenbanksystem modellieren und implementieren.</p> <p>Können – systemische Kompetenz: Die Studierenden sind in der Lage, die organisatorischen Möglichkeiten und Konsequenzen der Nutzung von Datenbanksystemen zu erkennen und eigenständig in Konzepte umzusetzen.</p> <p>Soziale Kompetenz: Die Studierenden können sich im Team organisieren und zusammenarbeiten.</p>

Lehrinhalte
<p>Dieses Modul besteht aus einem Praxis- und einem Theorieteil:</p> <p>Im Theorieteil werden der grundsätzliche Aufbau von Datenbanksystemen zur Aufnahme und Verarbeitung von strukturierten Daten, deren Vor- und Nachteile, die Modellierungsschritte, die Realisierbarkeit und die betriebliche Bedeutung besprochen. Als Modellierungssprache wird UML (Klassendiagramm) verwendet. Es werden Grundelemente von SQL behandelt.</p> <p>Im Praxisteil wird der Umgang mit dem Datenbankmanagementsystem MS-ACCESS erlernt, sodass die Studierenden ein kleines Datenbanksystem implementieren können.</p>

Literatur
<p>RRZN-Handbuch. SQL – Grundlagen und Datenbankdesign, aktuelle Auflage RRZN-Handbuch: Access 2010 – Grundlagen für Datenbank-Entwickler, aktuelle Auflage aktuelle Literatur nach Ansage, z.B. http://www.highscore.de/uml/klassendiagramm.html zu den Klassendiagrammen. Eigene Skripte</p>

Lehrveranstaltungen		
Dozent(in)	Titel der Lehrveranstaltung	SWS
Belling-Seib	Datenbanken	4

Hochschule Emden/Leer				
Studiengang: International Business Administration				
Modulbezeichnung: ERP-Systeme				
Semester	Dauer Häufigkeit	Art	ECTS-Punkte	Studentische Arbeitsbelastung
4/5	1 Sem. WS/SS	Schwerpunkt	5	150 h; Kontaktstudium: 54 h, Selbststudium: 96 h.

Voraussetzungen für die Teilnahme	Verwendbarkeit	Prüfungsform / Prüfungsdauer (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)	Lehr- und Lernmethoden	Modul- verantwortliche(r)
Keine	Betriebswirtschaftliche Studiengänge	Kursarbeit und Referat	Vorlesung Übung	Elsner

Kompetenzziele
Das Modul ERP-Systeme soll die Studierenden in die Lage versetzen, die grundlegenden Zusammenhänge von ERP-Systemen zu verstehen, zu verfolgen und anwenden zu können. Dabei sollen verschiedene Ansätze und Basiskonzepte für technische und konzeptionelle Grundstrukturen erkannt und für konkrete Einsatzfälle bewertet werden können. Es sind die Einsatzfelder und die wesentlichen Funktionen bekannt und es kann von einem Anforderungsprofil auf notwendige ERP-Funktionen geschlossen werden.

Lehrinhalte
In dem Modul sind u.a. folgende Themen vorgesehen: ERP-Grundlagen und -architektur, Technischer Aufbau, typische Geschäftsvorfälle am Beispiel ausgewählter ERP-Systeme, Vorgehensmodelle für die Einführung und das Customizing von ERP-Systemen.

Literatur
Aktuelle Auflage: Schuh, G.; Marktspiegel Business-Software

Lehrveranstaltungen		
Dozent(in)	Titel der Lehrveranstaltung	SWS
Ihnen	ERP-Systeme	4

Hochschule Emden/Leer Studiengang: International Business Administration				
Modulbezeichnung: Industrielle Geschäftsprozesse				
Semester	Dauer Häufigkeit	Art	ECTS-Punkte	Studentische Arbeitsbelastung
4/5	1 Sem. WS	Schwerpunkt	5	150 h; Kontaktstudium: 54 h, Selbststudium: 96 h.

Voraussetzungen für die Teilnahme	Verwendbarkeit	Prüfungsform / Prüfungsdauer (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)	Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r)
Keine	Betriebswirtschaftliche Studiengänge	Klausur 2 h	Vorlesung	Elsner

Kompetenzziele
Das Modul Industrielle Geschäftsprozesse soll die Studierenden in die Lage versetzen, die grundlegenden Zusammenhänge eines Industriebetriebes in Bezug auf die horizontale Prozesskette der Erstellung von Sachgütern und seiner logistischen Basiskonzepte zu analysieren und mit diesen sowohl fachlich als auch in der Konkretisierung für den Anwendungsfall umgehen zu können. Dabei sollen verschiedene Ansätze des Computer-Integrated-Manufacturing ebenso beherrscht werden, wie Verfahren und Techniken zur Produktionsplanung und -steuerung bis hin zur Anbindung der Lieferanten, Vertriebsstrukturen und Kunden.

Lehrinhalte
In dem Modul sind u.a. folgende Themen vorgesehen: Beschaffungslogistik, Produktionslogistik, Distributionslogistik, Stücklisten, Arbeitspläne, Primär- und Sekundärbedarfsplanung, Zeit- und Kapazitätsplanung, Produktions-/Fertigungssteuerung, Supply Chain Management.

Literatur
Scheer, A.W., Industrielle Geschäftsprozesse, aktuelle Auflage Best, E., Geschäftsprozesse optimieren: Praxisleitfaden, aktuelle Auflage

Lehrveranstaltungen		
Dozent(in)	Titel der Lehrveranstaltung	SWS
Elsner	Industrielle Geschäftsprozesse	4

Hochschule Emden/Leer Studiengang: International Business Administration				
Modulbezeichnung: Kommunikation in der Logistik				
Semester	Dauer Häufigkeit	Art	ECTS-Punkte	Studentische Arbeitsbelastung
5	1 Sem. WS	Schwerpunkt	5	150 h; Kontaktstudium: 54 h, Selbststudium: 96 h.

Voraussetzungen für die Teilnahme	Verwendbarkeit	Prüfungsform / Prüfungsdauer (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)	Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r)
Keine	Betriebswirtschaftliche Studiengänge	Hausarbeit und Präsentation	Vorlesung Seminar	Elsner

Kompetenzziele
Das Modul Kommunikation in der Logistik soll die Studierenden in die Lage versetzen, die grundlegenden Kommunikationsstrukturen in Logistik und Produktion industriell geprägter Produktionsunternehmen zu kennen und zur Optimierung und Verschlankung in sogenannten Produktionssystemen zu nutzen.

Lehrinhalte
In dem Modul sind u.a. folgende Themen vorgesehen: Logistik – Grundlagen, Grundlagen der Kommunikation, Produktionssysteme und Vorgehensmodelle.

Literatur
Jeweils aktuelle Auflage: Prockl, G., Logistik-Management im Spannungsfeld zwischen wissenschaftlicher Erklärung und praktischer Handlung Elger, C. E., "neuroleadership" Remus, J., "Infonautik" Duarte, N., "Slide:ology"

Lehrveranstaltungen		
Dozent(in)	Titel der Lehrveranstaltung	SWS
N.N.	Kommunikation in der Logistik	4

Hochschule Emden/Leer Studiengang: International Business Administration				
Modulbezeichnung: Projektarbeit - Produktion				
Semester	Dauer Häufigkeit	Art	ECTS-Punkte	Studentische Arbeitsbelastung
4/5	1 Sem. WS/SS	Schwerpunkt	5	150 h; Kontaktstudium: 54 h, Selbststudium: 96 h.

Voraussetzungen für die Teilnahme	Verwendbarkeit	Prüfungsform / Prüfungsdauer (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)	Lehr- und Lern- methoden	Modul- verantwortliche(r)
Keine	Betriebswirtschaft- liche Studiengänge	Projektbericht und Präsentation	Projekt	Elsner

Kompetenzziele
<p>Das Modul „Projektarbeit - Produktion“ versetzt die Studierenden in die Lage, sich schnell und umfassend in Problem- und Aufgabenstellungen im Bereich Produktion, Logistik und Wirtschaftsinformatik, diese zu analysieren, Lösungsvorschläge unter Anwendung ihrer fachlichen Kenntnisse zu erarbeiten und ggf. auch umzusetzen. Dabei arbeiten Sie in einer festen Projektorganisation mit einem extern besetzten Lenkungsausschuss nach einem durch einen Coach unterstützten Meilenstein-Konzept, bei dem ein Double-Loup-Learning möglich wird. Die Studierenden lernen, die durch seminaristische Lehrformen vorgestellten Techniken, Methoden und Verfahren in konkreten praktischen Fällen anzuwenden und können zudem einschlägige Erfahrungen im Bereich Moderation und Diskussion sammeln. Weiterhin können Sie Ihre sozialen und persönlichen Kompetenzen einschätzen und bewerten. Sie verbessern ihre Team- und Konfliktfähigkeit und ihre Belastungsfähigkeit. Sie erwerben praktische Umsetzungserfahrungen im Projektmanagement und vertiefen die diesbezüglich vorhandenen Kenntnisse und Fähigkeiten.</p>

Lehrinhalte
<p>Die Inhalte des Moduls orientieren sich fachlich an den konkreten Aufgabenstellungen, die in den Projekten bearbeitet werden und sind insoweit nicht standardisierbar. Daneben werden Kenntnisse im Projektmanagement angewendet und vertieft. Hierbei helfen standardisierte Vorgehensmodelle, die in einer Projektdatenbank hinterlegt sind (Standard-Geschäftsprozesse). Die Projekte werden häufig in enger Zusammenarbeit mit den in der Region ansässigen kleineren und mittleren Unternehmen durchgeführt.</p>

Literatur
<p>Berndt, Bingel, Bittner: Tools im Problemlösungsprozess, aktuelle Auflage Niedereichholz: Unternehmensberatung I, aktuelle Auflage Niedereichholz: Unternehmensberatung II, aktuelle Auflage</p>

Lehrveranstaltungen		
Dozent(in)	Titel der Lehrveranstaltung	SWS
N.N.	Projektarbeit - Produktion	4

Module Schwerpunkt International Management

Hochschule Emden/Leer Studiengang: International Business Administration				
Modulbezeichnung: Crisis Management in International Mergers and Acquisitions				
Semester	Dauer Häufigkeit	Art	ECTS-Punkte	Studentische Arbeitsbelastung
4/5	1 Sem. WS/SS	Schwerpunkt	5	150 h; Kontaktstudium: 54 h, Selbststudium: 96 h.

Voraussetzungen für die Teilnahme	Verwendbarkeit	Prüfungsform / Prüfungsdauer (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)	Lehr- und Lernmethoden	Modul- verantwortliche(r)
Keine	BIBA	Hausarbeit mit Referat	Seminar	Alvares-Wegner

Kompetenzziele
Mergers and acquisitions have recently become the most dramatic expression of corporate strategy.. This course combines analytic and process views to gauge the complexity of such strategic moves, gives the students an overview of the critical aspects that have an impact on M&As, encourages them to learn from past experience and provides them with a platform for finding solutions for crisis management in this field. Case studies involving mergers and acquisitions in the automobile, brewery, pharmaceuticals, telecommunication and grocery retail sectors in Europe and other parts of the world shall be discussed. .An in-depth understanding of the factors necessary for success in international transactions especially in the preparation, implementation and integration phase shall be addressed.

Lehrinhalte
<p>Topics to be discussed include:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Classification of mergers • Motives behind mergers and acquisitions • Pre-merger preparation • The implementation phase • Post-merger integration and management • Due diligence • Defence mechanisms • Corporate valuation • Merger control • Lessons learned

Literatur
<p>DePamphilis, Donald (2015) Mergers and Acquisitions and Other Restructuring Activities, 8th Edition, Academic Press, Amsterdam, ISBN-10: 0128013907</p> <p>Picot, Gerhard (2002) Handbook of International Mergers and Acquisitions: Planning, Execution and Integration, Palgrave Macmillan, New York, ISBN: 0-333-96867-0</p>

Lehrveranstaltungen		
Dozent(in)	Titel der Lehrveranstaltung	SWS
Alvares-Wegner	Crisis Management in Int. Mergers and Acquisitions	4

Hochschule Emden/Leer				
Studiengang: International Business Administration				
Modulbezeichnung: International Human Resource Management				
Semester	Dauer Häufigkeit	Art	ECTS-Punkte	Studentische Arbeitsbelastung
5	1 Sem. WS	Schwerpunkt	5	150 h; Kontaktstudium: 54 h, Selbststudium: 96 h.

Voraussetzungen für die Teilnahme	Verwendbarkeit	Prüfungsform / Prüfungsdauer (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)	Lehr- und Lernmethoden	Modul- verantwortliche(r)
Keine	BIBA	Hausarbeit mit Referat	Seminar	Alvares-Wegner

Kompetenzziele
<p>This course focuses on the management of human resources on a global basis. The approach to international Human Resource Management often reflects an organization's international corporate strategy. International human resource managers participate in the international strategic planning process, but usually in a limited way. However, HR managers can and should provide essential advice and input at every step of the traditional strategic management process. An organisation's overall corporate strategy usually determines the approach to managing and staffing subsidiaries: recruitment and selection, training and development, performance evaluation, compensation and benefits, and labour relations are some of the areas that are encompassed within the topic concerned.</p>

Lehrinhalte
<p>Topics to be discussed include:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Defining International Human Resource Management • Staffing international operations for sustained global growth • Recruiting and selecting staff for international assignments • International training and development • International compensation • Re-entry and career issues • Global employee performance management

Literatur
<p>Dowling, Peter J./Festing, Marion/Engle, Allen D. and Engle, Sr. (2013) International Human Resource Management, 6th Edition, Seng Lee Press, Singapore, ISBN-10:1408032090</p>

Lehrveranstaltungen		
Dozent(in)	Titel der Lehrveranstaltung	SWS
Alvares-Wegner	International Human Resource Management	4

Hochschule Emden/Leer Studiengang: International Business Administration				
Modulbezeichnung: International Management in Small and Medium Enterprises				
Semester	Dauer Häufigkeit	Art	ECTS-Punkte	Studentische Arbeitsbelastung
4/5	1 Sem. WS/SS	Schwerpunkt	5	150 h; Kontaktstudium: 54 h, Selbststudium: 96 h.

Voraussetzungen für die Teilnahme	Verwendbarkeit	Prüfungsform / Prüfungsdauer (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)	Lehr- und Lernmethoden	Modul- verantwortliche(r)
Keine	BIBA	Hausarbeit mit Referat	Seminar	Alvares-Wegner

Kompetenzziele
The aim of this course is to get an overview of strategic issues that affect international management, especially focusing on the involvement of SMEs in such processes. Strategic management is imperative if international organisations wish to maintain success and hence it is of great significance to consider alternative approaches to strategy formulation in complex environments, to examine the options and challenges that the international SME is confronted with, and to design an appropriate strategy for the implementation of the strategy. The course will be supported by lectures/workshops which will entail analyses of case studies and discussions.

Lehrinhalte
<p>Topics to be discussed include:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Introducing and understanding strategy and strategic development • Studying the environment of SMEs and the international perspective • Strategic capability of SMEs in the international scene • Directions and methods of development • Culture and international management • Ethics and social responsibility • Communication issues for SMEs taking international aspects into consideration

Literatur
Olejnik, Edith (2014) International Small and Medium-Sized Enterprises: Internationalization Patterns, Mode Changes, Configurations and Success Factors, Springer Gabler, Wiesbaden, ISBN-10: 3658048751

Lehrveranstaltungen		
Dozent(in)	Titel der Lehrveranstaltung	SWS
Alvares-Wegner	Int. Management for Small and Medium Enterprises	4

Hochschule Emden/Leer
 Studiengang: Bachelor (International) Business Administration (BBA/BIBA)

Modulbezeichnung: Sustainable Management

Semester SWS	Dauer Häufigkeit	Art	ECTS-Punkte	Studentische Arbeitsbelastung
4./5. 4	1 Sem. SS/WS	Schwerpunkt	5 ECTS	150h Kontakt: 60h Selbst: 90h

Voraussetzungen für die Teilnahme	Verwendbarkeit	Prüfungsform Prüfungsdauer (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)	Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r) Dozent/-in
Keine	Bw. Studiengänge	Kombination	Seminar	Wolf

Übergeordnetes Lernziel

In our rapidly changing global ecosystem, companies are being held to increasingly demanding environmental and social standards. Students will understand how these factors impact businesses.

Kompetenzziele

Können (instrumentale, systemische, kommunikative Kompetenz – Wissenserschließung):
 The students
 - understand through a combination of lecture, discussion and group exercises how to reduce risk, create competitive advantage and develop innovative services, products and processes in a sustainable way that builds value for society and protects the planet.
 - gain exposure to and experience in translating corporate performance on sustainability into financial performance.

Wissen und Verstehen (Wissensverbreiterung und Wissensvertiefung – Fachkompetenz):
 The students
 - develop the knowledge, skills and perspective they need to understand and address environmental and social challenges for companies.
 - experience the challenges of sustainable factors on management decisions during a simulation game.

Lehrinhalte

Students will learn and understand the different factors that will impact a company's business to build sustainable companies that meet the needs of society while delivering economic returns to shareholders and stakeholders.

Literatur in der aktuellen Auflage

tba

Hochschule Emden/Leer
 Studiengang: Bachelor (International) Business Administration (BBA/BIBA)

Modulbezeichnung: Strategic Decision Making

Semester SWS	Dauer Häufigkeit	Art	ECTS-Punkte	Studentische Arbeitsbelastung
4./5. 4	1 Sem. SS/WS	Schwerpunkt	5 ECTS	150h Kontakt: 60h Selbst: 90h

Voraussetzungen für die Teilnahme	Verwendbarkeit	Prüfungsform Prüfungsdauer (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)	Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r) Dozent/-in
Keine	Bw. Studiengänge	Kombination	Seminar	Wolf

Übergeordnetes Lernziel

The performance of companies depends on the quality of management, hence improving the quality of a company's decisions may improve the company's performance. There are certain decision-making tools that will help managers to make more successful decisions and feel confident about their actions.

Kompetenzziele

Können (instrumentale, systemische, kommunikative Kompetenz – Wissenserschließung):
 The students
 - learn and practice the processes required to make winning strategic decisions.
 - gain hands-on experience with tools for analysing strategic options and improving decision making in their organisations.

Wissen und Verstehen (Wissensverbreiterung und Wissensvertiefung – Fachkompetenz):
 The students
 - develop the knowledge, skills and perspective to reflect strategic management decisions.
 - experience the challenges of strategic decision making during a simulation game.

Lehrinhalte

Teaching a deeper, interdisciplinary understanding of management problems and decisions has limits. As part of a simulation game, students will learn how their decisions influence their organization by setting up and implementing a competitive market strategy for an international company. The management decisions have an influence on the market position and profit situation of the company and thus on its future viability. Making wrong decisions can put the company into distress. Through the active involvement in the simulation game, all students will benefit from further understanding the theoretical aspects but the students will directly apply them.

Literatur in der aktuellen Auflage

Hammond et. al. (1999). Smart Choices - A Practical Guide to Making Better Decisions, Harvard Business Review Press.
 Harvard Business Review (2013). On Making Smart Decisions, Harvard Business Review Press.
 Case Studies: tbd

Hochschule Emden/Leer Studiengang: Betriebswirtschaft				
---	--	--	--	--

Modulbezeichnung: Praxisphase				
--------------------------------------	--	--	--	--

Semester	Dauer Häufigkeit	Art	ECTS-Punkte	Studentische Arbeitsbelastung
6	3 Monate	Pflicht	18	540 h

Voraussetzungen für die Teilnahme	Verwendbarkeit	Prüfungsform / Prüfungsdauer (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)	Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r)
140 ECTS ohne Fehlscheine aus Sem. 1-3, Teilnahme an Vorbereitungen	Betriebswirtschaftliche Studiengänge	Firmenbescheinigung, Bericht und Abschlusspräsentation	Praktikum	Ahring

Kompetenzziele
Durch das Modul Praxisphase sollen die Studierenden einen Einblick in die Aufgabenbereiche und das Arbeitsumfeld eines Hochschulabsolventen (Bachelor of Business Administration) erhalten. Dabei soll eine konkrete Aufgabenstellung unter Anleitung einer zielgerichteten Lösung zugeführt werden. In diesem Zusammenhang sollen die Fähigkeiten bezüglich der Anwendung von wissenschaftlichen Methoden zur Lösung von Problemen vertieft werden. Darüber hinaus sollen die Sozial- und Selbstkompetenz der Studierenden gestärkt werden, insbesondere das Selbstmanagement, das zielorientierte Handeln und die Kommunikationsfähigkeiten.

Lehrinhalte
Die Betreuung der Studierenden übernehmen ein Lehrender (Grundsatz: Erstprüfer der Bachelorarbeit) und ein Praxisvertreter. Die Aufgaben des Lehrenden umfassen: <ul style="list-style-type: none"> • Absprache mit den Unternehmen im Hinblick auf die Aufgabenstellung bzw. Lernziele • Betreuung, Hilfestellung und methodische Beratung während der Durchführung der Praxisphase • Bewertung von Praxisbericht und Referat. Um die Studierenden auf die Praxisphase vorzubereiten, sind drei Pflichtveranstaltungen zu besuchen. In zwei Veranstaltungen werden die Studierenden über organisatorische Rahmenbedingungen und rechtliche Voraussetzungen durch den Praxisphasenbeauftragten informiert. In einer weiteren Veranstaltung präsentieren Studierende, die ihre Praxisphase beendet haben, ihre Aufgaben und Erfahrungen vor einer größeren Gruppe. So lernen die Studierenden, die noch ihre Praxisphase ableisten müssen, von den Erfahrungen der Kommilitonen.

Literatur

Lehrveranstaltungen		
Dozent(in)	Titel der Lehrveranstaltung	SWS
Alle	Praxisphase	

Hochschule Emden/Leer				
Studiengang: Betriebswirtschaftslehre				

Modulbezeichnung: Bachelorarbeit				
---	--	--	--	--

Semester	Dauer Häufigkeit	Art	ECTS-Punkte	Studentische Arbeitsbelastung
6	2 Monate	Pflicht	12	360 h

Voraussetzungen für die Teilnahme	Verwendbarkeit	Prüfungsform / Prüfungsdauer (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)	Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r)
Abgeschlossene Praxisphase	Betriebswirtschaftliche Studiengänge	Bachelorarbeit	Bachelorarbeit	Betreuer (Alle)

Kompetenzziele				
-----------------------	--	--	--	--

Die Bachelorarbeit bildet den berufsqualifizierenden Abschluss des Studiums. Dabei soll eine konkrete Aufgabe mittels grundlegender wissenschaftlicher Methoden einer zielgerichteten Lösung zugeführt werden. Mit der Bachelorarbeit sollen die Studierenden den Nachweis erbringen, wissenschaftliche Methoden in ihren Grundzügen selbständig anwenden zu können. Darüber hinaus vertiefen die Studierenden auch Erfahrungen im Hinblick auf das Selbst- und Zeitmanagement.

Lehrinhalte				
--------------------	--	--	--	--

Der Gegenstand der Bachelorarbeit kann eine praktische Problemstellung (Praxisarbeit) oder ein theoretisches Thema (Theoriearbeit) sein. Dabei wird die Betreuung primär durch den Erstprüfer übernommen. Die Aufgaben des Erstprüfers umfassen:

- Absprache mit der unternehmenseitigen Betreuungsperson bei Praxisarbeiten
- Betreuung, Hilfestellung, methodische Beratung während der Erstellung der Arbeit
- Durchführung des Kolloquiums
- Bewertung von Arbeit und Kolloquium

Literatur				
------------------	--	--	--	--

--	--	--	--	--

Lehrveranstaltungen				
----------------------------	--	--	--	--

Dozent(in)	Titel der Lehrveranstaltung	SWS
Alle	Bachelorarbeit	