

**Modulhandbuch des Studiengangs**  
**Human Resources Management**  
**(Bachelor of Arts)**  
  
**an der**  
**Universität der Bundeswehr München**  
  
**(Version 2022)**

Stand: 14. September 2022

# Inhaltsverzeichnis

1000	anrechenbare Sprachausbildung für HRM.....	4
2478	Bachelorarbeit HRM.....	6
<b>Pflichtmodule - HRM 2022</b>		
3176	Quantitative und qualitative Methoden.....	8
3593	Personalcontrolling & People Analytics.....	10
3594	Personalentwicklung.....	12
3595	Arbeits- und Sozialrecht.....	14
3596	Leadership & Interaktion im Team.....	16
3597	Innovation & Change.....	18
3598	Organisationsentwicklung.....	20
3600	Mathematik.....	22
3601	Grundlagen des Rechnungswesens.....	24
3602	Organisationskommunikation I.....	26
3603	Grundlagen der Volkswirtschaftslehre und Wirtschaftspolitik.....	29
3607	Wirtschafts- und Medieninformatik.....	31
3608	Betriebliche Wertschöpfungsprozesse.....	32
3702	Strategisches Human Resources Management und Personalveränderung.....	35
3862	Gestaltung und Wirkung von Arbeit.....	37
<b>Praktika - HRM 2022</b>		
1802	1. Praktikumsabschnitt.....	39
1803	2. Praktikumsabschnitt.....	40
<b>Wahlpflichtmodule - HRM 2022</b>		
1169	Europäische Wirtschaftsintegration.....	41
1182	Betriebliche Finanzwirtschaft.....	43
1536	Arbeits- und Sozialrecht Vertiefungskurs.....	45
1554	Wirtschaftsrecht Vertiefungskurs.....	47
1555	Forschungsseminar Arbeit und Motivation.....	49
1556	Blockchain-Technologie und Token-Ökonomie.....	51
1558	Forschungsseminar Führung.....	53
1636	Grundlagen XR: Augmented und Virtual Reality in ausgewählten Kontexten.....	55
1637	Nachhaltigkeit, Corporate Social Responsibility (CSR) und Environmental, Social, Governance (ESG).....	57
2491	Einführung in das Industriegütermarketing.....	59
2819	Datenschutz im Wirtschafts- und Arbeitsleben.....	62
2999	Medienjournalismus.....	64

3624	PR Vertiefungskurs.....	66
3701	Guided Research Project.....	68
3708	Djing and the Secrets of Personal Branding.....	70
3773	Change Management.....	72
3785	Potenzialanalysen zur Personalentwicklung.....	74
3786	Projektmanagement und Projektführung.....	76
3856	Grundlagen Business Analytics.....	78
3857	Design Thinking.....	80
3864	Management von Software-Projekten.....	83
4201	International Marketing.....	85
4202	Marketing Communications.....	87
<b>Studium+ Bachelor</b>		
1002	Seminar studium plus 1.....	89
1005	Seminar studium plus 2, Training.....	91
<b>Übersicht des Studiengangs: Konten und Module.....</b>		<b>93</b>
<b>Übersicht des Studiengangs: Lehrveranstaltungen.....</b>		<b>95</b>
<b>Epilog.....</b>		<b>97</b>

Modulname	Modulnummer
<b>anrechenbare Sprachausbildung für HRM</b>	1000

Konto	Gesamtkonto - Bachelor HRM 2022
-------	---------------------------------

Modulverantwortliche/r	Modultyp	Empf. Trimester
N.N.	Pflicht	

Workload in (h)	Präsenzzeit in (h)	Selbststudium in (h)	ECTS-Punkte
240	96	144	8

## Zugehörige Lehrveranstaltungen:

Nr.	Art	Veranstaltungsname	Teilnahme	TWS
1000 FT HRM	Ku	Militärische Pflichtsprachausbildung Englisch	Pflicht	2
1000 HT HRM	Ku	Militärische Pflichtsprachausbildung Englisch	Pflicht	2
1000 WT HRM	Ku	Militärische Pflichtsprachausbildung Englisch	Pflicht	2
<b>Summe (Pflicht und Wahlpflicht)</b>				<b>8</b>

## Qualifikationsziele

Die Studierenden erwerben in diesem Modul erste Erfahrungen, die in einem möglichst nahen Berufsfeldbezug stehen. Je nach angestrebtem Berufsfeld differieren daher die Qualifikationsziele, die vor- und außeruniversitär erbracht werden.

Durch den verstärkten internationalen Einsatz von Bundeswehr-soldaten werden fundierte Sprachkenntnisse in der NATO-Sprache Englisch für studierende Offizieranwärter/innen und Offiziere als eine wesentliche berufsbefähigende Qualifikation identifiziert. Die Studierenden sollen daher über Englischkenntnisse im Standardisierten Sprachleistungsprofil Stufe 3 (**SLP 3332**) verfügen. Dies umfasst Sprachfertigkeiten im Hören, im mündlichen Sprachgebrauch, im Lesen und Schreiben.

Zivile Studierende in den Studiengängen der UniBwM erlangen in diesem Modul einen ersten Einblick in ihr angestrebtes Berufsfeld und erwerben erste berufsrelevante Qualifikationen.

## Inhalt

In diesem Modul werden Inhalte vermittelt, die in einem engen Berufsfeldbezug stehen. Je nach Gruppe der Studierenden und je nach Berufszielen differieren daher die Inhalte des Moduls. Alle Leistungen müssen jedoch gemäß APO § 11 im Rahmen der Bachelor-Studiengänge anrechenbar sein.

**Für studierende Offizieranwärter/innen und Offiziere sind Sprachkenntnisse im Standardisierten Sprachleistungsprofil Stufe 3 nachzuweisen (SLP 3332).**

Für zivile Studierende in den Studiengängen der UniBwM werden insbesondere Leistungen anerkannt, die in einem engen Zusammenhang mit der Berufsbefähigung stehen. Dies können u.a. voruniversitäre Industriepraktika, berufliche Ausbildungsanteile oder das Erlernen von Sprachen im oben beschriebenen Sinne sein.

**Leistungsnachweis**

- Die Leistungen werden durch einen Teilnahmechein nachgewiesen
- Das Modul ist unbenotet
- **SLP 3332 unbenotet**

**Verwendbarkeit**

Das Modul ist für sämtliche Bachelor-Studiengänge gleichermaßen geeignet.

Modulname	Modulnummer
Bachelorarbeit HRM	2478

Konto	Gesamtkonto - Bachelor HRM 2022
-------	---------------------------------

Modulverantwortliche/r	Modultyp	Empf. Trimester
Prof. Dr. rer. pol. Thomas Wüstrich	Pflicht	9

Workload in (h)	Präsenzzeit in (h)	Selbststudium in (h)	ECTS-Punkte
330	0	330	11

#### Empfohlene Voraussetzungen

Die im Bachelorstudium vermittelten Kenntnisse und Kompetenzen sowie die in der SPOHRM/BA geforderten Voraussetzungen.

#### Qualifikationsziele

Die Studierenden sind in der Lage, eine Problemstellung aus dem jeweiligen Fach innerhalb einer vorgegebenen Frist selbständig mit wissenschaftlichen Methoden zu bearbeiten. Dazu gehört insbesondere:

- die systematische Anwendung wissenschaftlicher Methoden auf eine praxisrelevante Problemstellung
- eine Literaturrecherche im betreffenden Forschungsgebiet
- die Darstellung des aktuellen Stands der Forschung und dessen Relevanz für das praktische Problem
- ggf. auch die Durchführung einer empirischen Untersuchung, z.B. in Form einer Befragung
- die reflektierte Bewertung der eigenen Ergebnisse und ggf. das Aufzeigen identifizierter Forschungsfragen

#### Inhalt

Die spezifischen Inhalte sind abhängig vom Thema der Bachelorarbeit und ergeben sich nach Möglichkeit aus dem jeweiligen anwendungsbezogenen Forschungszusammenhang der Professur. Sie beziehen sich auf ein Thema aus dem weiten Feld des Human Resource Management. Besonderer Wert wird bei der Wahl der Bachelor-Arbeitsthemen auf den Praxisbezug der Problemstellung gelegt. Letzteres schließt ausdrücklich auch die Anfertigung einer praktischen Arbeit ein.

#### Literatur

Esselborn-Krumbiegel, H. (2017). Von der Idee zum Text. Eine Anleitung zum wissenschaftlichen Schreiben (5. Aufl.). Stuttgart: UTB.

Theisen, M. R. (2017). Wissenschaftliches Arbeiten: Erfolgreich bei Bachelor- und Masterarbeit (17. Aufl.). München: Vahlen.

Richtlinien der Universität der Bundeswehr/ Fakultät für Betriebswirtschaft zur Anfertigung wissenschaftlicher Arbeiten ( <a href="https://www.unibw.de/bw/dokumente/richtlinien-zur-anfertigung-wissenschaftlicher-arbeiten/">https://www.unibw.de/bw/dokumente/richtlinien-zur-anfertigung-wissenschaftlicher-arbeiten/</a> ).
<b>Leistungsnachweis</b>
Die Bachelor-Abschlussarbeit sollte zwischen 30 und 35 Seiten umfassen. Sie kann in deutscher oder englischer Sprache verfasst werden. Die prüfungsrechtlichen Bestimmungen ergeben sich aus der SPOHRM/BA.
<b>Verwendbarkeit</b>
Die Bachelorarbeit ist eine Voraussetzung für die Anfertigung einer Master-Arbeit in einem konsekutiven oder nicht-konsekutiven Master-Studiengang.
<b>Dauer und Häufigkeit</b>
Die Vergabe eines Themas erfolgt im 8. Trimester zwischen dem 15.02. und dem 31.03. Die Regelbearbeitungszeit beträgt drei Monate.

Modulname	Modulnummer
Quantitative und qualitative Methoden	3176

Konto	Pflichtmodule - HRM 2022
-------	--------------------------

Modulverantwortliche/r	Modultyp	Empf. Trimester
Prof. Dr. rer. pol. Philipp Rauschnabel	Pflicht	2

Workload in (h)	Präsenzzeit in (h)	Selbststudium in (h)	ECTS-Punkte
300	192	108	10

## Zugehörige Lehrveranstaltungen:

Nr.	Art	Veranstaltungsname	Teilnahme	TWS
31761	VL	Wissenschaftstheorie	Pflicht	2
31762	VÜ	Statistik	Pflicht	4
31763	VÜ	Quantitative Methoden	Pflicht	6
31764	VÜ	Qualitative Methoden	Pflicht	4
<b>Summe (Pflicht und Wahlpflicht)</b>				<b>16</b>

## Qualifikationsziele

Die Studierenden beherrschen die Grundlagen der Statistik und Wissenschaftstheorie, sowie ausgewählte quantitative und qualitative Methoden der empirischen Sozialforschung. Sie können diese Methoden und Instrumente einsetzen und selbstständig Forschungsdesigns bewerten, entwickeln und umsetzen. Sie sind zudem mit den Grundtechniken des wissenschaftlichen Arbeitens und der Wissenschaftstheorie vertraut. Dies ermöglicht es ihnen, in Folgemodulen empirische Arbeiten eigenständig durchzuführen.

## Inhalt

Das Modul umfasst die Vorlesungen „Wissenschaftstheorie“, „Statistik“, „Quantitative Methoden“ und „Qualitative Methoden“. Diese führen in die Grundlagen der empirischen Sozialforschung und die Wissenschaftstheorie ein. Dabei stellen sie Ziele und Probleme der empirischen Forschung dar und vermitteln basale Kenntnisse der Wissenschaftstheorie. Die vorgestellten Methoden werden vorlesungsbegleitend eingeübt.

## Literatur

Atteslander, Peter (2010): Methoden der empirischen Sozialforschung. 13. Aufl. Berlin: E.Schmidt.

Backhaus, K., Erichson, B., & Weiber, R. (2015). Fortgeschrittene multivariate Analysemethoden: eine anwendungsorientierte Einführung. Springer-Verlag.

Bortz, J., & Schuster, C. (2011). Statistik für Human- und Sozialwissenschaftler: Limitierte Sonderausgabe. Springer-Verlag.



<p>Brosius, F. (2011). SPSS 19. MITP-Verlags GmbH &amp; Co. KG.</p> <p>Field, A. (2016). An adventure in statistics: The reality enigma. Sage.</p> <p>Hayes, A. F. (2017). Introduction to mediation, moderation, and conditional process analysis: A regression-based approach. Guilford publications.</p> <p>Kuß, A., Wildner, R., &amp; Kreis, H. (2014). Marktforschung: Grundlagen der Datenerhebung und Datenanalyse. Springer-Verlag.</p> <p>Lane, D. M., Scott, D., Hebl, M., Guerra, R., Osherson, D., &amp; Zimmer, H. (2017). Introduction to statistics. Houston, TX: Rice University.</p> <p>Mayring, Philipp (2010), Qualitative Inhaltsanalyse: Grundlagen und Techniken, Weinheim: Beltz.</p> <p>Mayring, Philipp (2016), Einführung in die qualitative Sozialforschung. Weinheim: Beltz.</p> <p>Schnell, Rainer; Hill, Paul B.; Esser, Elke (2018): Methoden der empirischen Sozialforschung. 11. Aufl. München: Oldenbourg.</p> <p>Sedlmeier, P., &amp; Renkewitz, F. (2007). Forschungsmethoden und Statistik in der Psychologie. München, Germany: Pearson Studium.</p> <p>+ weitere (auch englischsprachige) Literatur</p>
<b>Leistungsnachweis</b>
sP-120, benotet
<b>Verwendbarkeit</b>
Das Modul ist Grundlage für alle wissenschaftlichen, insbesondere empirischen Arbeiten im weiteren Studienverlauf in betriebswirtschaftlichen, organisationskommunikationswissenschaftlichen und journalistischen Modulen
<b>Dauer und Häufigkeit</b>
Das Modul erstreckt sich über zwei Trimester. Es wird in jedem Studienjahr angeboten.

Modulname	Modulnummer
<b>Personalcontrolling &amp; People Analytics</b>	3593

Konto	Pflichtmodule - HRM 2022
-------	--------------------------

Modulverantwortliche/r	Modultyp	Empf. Trimester
Prof. Dr. Uwe Messer	Pflicht	4

Workload in (h)	Präsenzzeit in (h)	Selbststudium in (h)	ECTS-Punkte
300	96	204	10

Zugehörige Lehrveranstaltungen:

Nr.	Art	Veranstaltungsname	Teilnahme	TWS
35931	SU	Personalcontrolling	Pflicht	4
35932	SU	People Analytics	Pflicht	4
<b>Summe (Pflicht und Wahlpflicht)</b>				<b>8</b>

Qualifikationsziele
<p>Studierende verstehen nach Abschluss des Moduls wie Humanressourcen mittels des Controlling-Regelkreises gesteuert werden. Grundlegende Instrumente des Personalcontrolling sind bekannt und die Studierenden können sich mit diesen kritisch auseinandersetzen. Sie kennen wesentliche Personalkennzahlen und sind fähig, diese zu berechnen. Darüber hinaus können Studierende einschätzen, wo entlang der Gestaltungsfelder des Personalmanagements People Analytics bei der Entscheidungsfindung unterstützen kann. Sie sind vertraut mit verschiedenen Datenquellen und verstehen den Unterschied zwischen strukturierten und unstrukturierten Daten. Die Studierenden können sich kritisch mit Methoden und Tools aus dem Bereich People Analytics auseinandersetzen und können deren Anwendungsmöglichkeiten erkennen und deren Limitationen einordnen.</p>
Inhalt
<p><b>Personalcontrolling</b></p> <p>Das Modul vermittelt die Grundlagen von Personalcontrolling als Teilfunktion des Personalmanagements. Hierzu gehört ein Überblick über Gegenstand, Ziele und Definitionen. Besonderer Fokus liegt auf der Planung, Messung und Steuerung der Personalarbeit im Controlling-Regelkreis sowie die hierfür notwendigen Instrumente wie beispielsweise Kennzahlen(-systeme), HR-Scorecard und Benchmarking.</p> <p><b>People Analytics</b></p> <p>People Analytics befasst sich mit der Fragestellung, wie Informationstechnologie, Daten und deren Analyse genutzt werden können, um Menschen in Organisationen zu verstehen und faktenbasierte Entscheidungen zu treffen. Gegliedert anhand der Gestaltungsfelder des Personalmanagements wird aufgezeigt, wie dies gelingen kann und welche Methoden sich hierfür eignen. Dabei werden klassische (wie z.B. HR-ERP,</p>

Mitarbeiterbefragung) sowie neue Datenquellen (wie z.B. Verhaltensdaten, Bild, Video, Sprache) für die Personalarbeit vorgestellt und Studierende lernen Methoden und Tools kennen, die für die Handhabung dieser Daten geeignet sind.
<b>Literatur</b>
Cascio, W., & Boudreau, J. (2010). Investing in people: Financial impact of human resource initiatives. Ft Press.
Schulte, C. (2011). Personalcontrolling mit Kennzahlen. München: Vahlen.
George, G., Haas, M. R., & Pentland, A. (2014). Big data and management.
McNulty, K. (2021). Handbook of Regression Modeling in People Analytics: With Examples in R and Python.
Edwards, M. R., & Edwards, K. (2019). Predictive HR analytics: Mastering the HR metric. Kogan Page Publishers.
Weitere Lehrbücher, Praxisliteratur und Journalpublikationen (ggf. englischsprachig) werden in der Veranstaltung bekanntgegeben.
<b>Leistungsnachweis</b>
sP-90, benotet
<b>Verwendbarkeit</b>
Grundlage für Wahlpflichtmodule und Abschlussarbeiten.
<b>Dauer und Häufigkeit</b>
Das Modul erstreckt sich über 2 Trimester. Es wird in jedem Studienjahr angeboten.

Modulname	Modulnummer
<b>Personalentwicklung</b>	3594

Konto	Pflichtmodule - HRM 2022
-------	--------------------------

Modulverantwortliche/r	Modultyp	Empf. Trimester
Prof. Dr. phil. Ellen Schmid	Pflicht	4

Workload in (h)	Präsenzzeit in (h)	Selbststudium in (h)	ECTS-Punkte
300	96	204	10

Zugehörige Lehrveranstaltungen:

Nr.	Art	Veranstaltungsname	Teilnahme	TWS
35941	SU	Personalentwicklung I	Pflicht	4
35942	SU	Personalentwicklung II	Pflicht	4
<b>Summe (Pflicht und Wahlpflicht)</b>				<b>8</b>

#### Empfohlene Voraussetzungen

Voraussetzungen für die erfolgreiche Teilnahme an diesem Modul sind ein Interesse an Fragestellungen der Personalentwicklung, die Bereitschaft zur aktiven Mitarbeit, zur kritischen Reflexion des eigenen (Arbeits-)Verhaltens, sowie zur Rezeption aktueller Fachliteratur.

#### Qualifikationsziele

Die Studierenden sind in der Lage, die verschiedenen Zyklen der Personalentwicklung zu verstehen und zu beschreiben. Sie kennen wichtige Instrumente der Personalentwicklung und können wirksame Personalentwicklungsmaßnahmen gestalten. Sie sind darüber hinaus in der Lage die wichtigsten Theorien des Lernens zu verstehen und zu beschreiben.

#### Inhalt

Das Modul Personalentwicklung umfasst die Grundlagen der Aus- und Weiterbildung und der Qualifikation von Mitarbeitenden in Organisationen. Basierend auf dem Lebenszyklus Personalentwicklung vermittelt das Modul theoretisches Wissen und praktische Instrumente um wirksame, evidenzbasierte Personalentwicklungsmaßnahmen realisieren zu können. Das Modul beinhaltet einen Überblick über die Funktionen und Ziele der Personalentwicklung, behandelt die wichtigsten Theorien der Psychologie des Lernens und vermittelt praktische Methoden der Personalentwicklung, wobei sowohl klassische Ansätze als auch neueste Trends beleuchtet werden.

#### Literatur

Kauffeld, S. (2019). Arbeits-, Organisations- und Personalpsychologie. Berlin, Heidelberg, New York: Springer.

Kauffeld, S. (2016). Nachhaltige Personalentwicklung und Weiterbildung. Berlin Heidelberg: Springer.

Weitere Literaturhinweise werden im Verlauf der Lehrveranstaltung gegeben.
<b>Leistungsnachweis</b>
sP-90, benotet
<b>Verwendbarkeit</b>
Das Modul bildet eine Grundlage für anwendungsorientierte Wahlpflichtmodule und Abschlussarbeiten im Bereich der Personalentwicklung. Weitere Veranstaltungen zu den Themen Organisationsentwicklung und Organisationsdiagnose bauen z.T. auf das Modul auf.
<b>Dauer und Häufigkeit</b>
Das Modul erstreckt sich über 2 Trimester. Es wird in jedem Studienjahr angeboten.

Modulname	Modulnummer
<b>Arbeits- und Sozialrecht</b>	3595

Konto	Pflichtmodule - HRM 2022
-------	--------------------------

Modulverantwortliche/r	Modultyp	Empf. Trimester
Prof. Dr. jur. Shirin Massumi	Pflicht	4

Workload in (h)	Präsenzzeit in (h)	Selbststudium in (h)	ECTS-Punkte
300	96	204	10

Zugehörige Lehrveranstaltungen:

Nr.	Art	Veranstaltungsname	Teilnahme	TWS
35951	VÜ	Arbeits- und Sozialrecht I	Pflicht	4
35952	VÜ	Arbeits- und Sozialrecht II	Pflicht	4
<b>Summe (Pflicht und Wahlpflicht)</b>				<b>8</b>

#### Empfohlene Voraussetzungen

Das Modul erfordert Grundkenntnisse des Wirtschaftsrechts.

#### Qualifikationsziele

Die Studierenden kennen die wesentlichen Grundlagen des Arbeits- und Sozialrechts und können ausgewählte praxisorientierte Fallbeispiele lösen. Sie verfügen über ein Verständnis hinsichtlich der grundlegenden Zusammenhänge im Arbeits- und Sozialrecht und sind in der Lage, Fälle aus der Praxis zu analysieren und einer angemessenen juristischen Lösung im Rahmen der Systematik und Wertehierarchie des Arbeits- und Sozialrechts zuzuführen.

#### Inhalt

Das Modul Arbeits- und Sozialrecht vermittelt die Grundlagen des individuellen und kollektiven Arbeits- sowie des Sozialversicherungsrechts. Es beinhaltet einen Überblick über Systematik, Grundbegriffe und Rechtsquellen des Arbeitsrechts, gefolgt von der vertiefenden Auseinandersetzung mit Begründung, Inhalt und Beendigung des Arbeitsverhältnisses, insb. den Rechten und Pflichten einschließlich deren gerichtlicher Durchsetzung. Den weiteren Schwerpunkt bilden die Grundzüge des Personalvertretungs- und Betriebsverfassungsrechts unter Berücksichtigung des Tarifrechts, abgerundet durch Einblicke in die Koalitionsfreiheit und das Arbeitskampfrecht. Ferner werden das Sozialversicherungsrecht und das System der sozialen Sicherheit behandelt.

#### Literatur

Alpmann-Schmidt, Arbeitsrecht, 23. Aufl., München 2022

A. Junker, Grundkurs Arbeitsrecht, 21. Aufl., München 2022

G. Schaub, Arbeitsrechts-Handbuch, 19. Aufl., München 2021

A. Kokemoor, Sozialrecht, 9. Aufl., München 2020
R. Waltermann, Sozialrecht, 14. Aufl., Heidelberg 2020
Conze / Karb / Wölk / Reidel, Personalbuch Arbeits- und Tarifrecht öffentlicher Dienst, 7. Aufl., München 2021
<b>Leistungsnachweis</b>
sP-120, benotet
<b>Verwendbarkeit</b>
Das Modul ist Grundlage für Wahlpflichtmodule und Abschlussarbeiten im Arbeits- und Sozialrecht.
<b>Dauer und Häufigkeit</b>
Das Modul erstreckt sich über 2 Trimester. Es wird in jedem Studienjahr angeboten.

Modulname	Modulnummer
<b>Leadership &amp; Interaktion im Team</b>	3596

Konto	Pflichtmodule - HRM 2022
-------	--------------------------

Modulverantwortliche/r	Modultyp	Empf. Trimester
Prof. Dr. phil. habil. Julia Reif	Pflicht	7

Workload in (h)	Präsenzzeit in (h)	Selbststudium in (h)	ECTS-Punkte
300	96	204	10

Zugehörige Lehrveranstaltungen:

Nr.	Art	Veranstaltungsname	Teilnahme	TWS
35961	SU	Leadership	Pflicht	4
35962	SU	Teamdiagnose	Pflicht	4
<b>Summe (Pflicht und Wahlpflicht)</b>				<b>8</b>

#### Empfohlene Voraussetzungen

Voraussetzungen für die erfolgreiche Teilnahme an diesem Modul sind ein Interesse an (arbeits-)psychologischen Fragestellungen, die Bereitschaft zur aktiven Mitarbeit, zur kritischen Reflexion des eigenen (Arbeits-)Verhaltens, sowie zur Rezeption aktueller Fachliteratur.

#### Qualifikationsziele

Die Studierenden sind in der Lage, die Entwicklung der Führungsforschung zu beschreiben, sowie Führungssituationen zu erkennen, anhand wissenschaftlicher Theorien zu beschreiben zu analysieren und zu reflektieren. Zudem sind sie in der Lage, Problemfelder in Teams mittels teamdiagnostischer Verfahren zu identifizieren. Sie können erläutern, wie Zusammenarbeit im Team abläuft und was Teams effektiv macht.

#### Inhalt

Das Modul Leadership und Interaktion im Team gibt einen Überblick über die Entwicklung der Führungsforschung und geht insbesondere auf klassische und aktuelle Führungstheorien (wie z.B. transaktionale und transformationale Führung, authentische oder dienende Führung) und deren praktische Umsetzung ein. Führung wird dabei auch in einem breiteren Kontext von Verantwortung und Macht diskutiert. Neben der Interaktion zwischen Führungskraft und Geführten wird auch die Interaktion im Team behandelt. Schwerpunktmäßig wird (theoretisch und praktisch-diagnostisch) den Fragen nachgegangen, wie Zusammenarbeit im Team abläuft und was Teams effektiv macht.

#### Literatur

Kauffeld, S. (2019). Arbeits-, Organisations- und Personalpsychologie. Berlin, Heidelberg, New York: Springer.

Nerdinger, F. W., Blickle, G. & Schaper, N. (2019). Arbeits- und Organisationspsychologie (4. Aufl.). Heidelberg: Springer.



Jöns I. (2016). Erfolgreiche Gruppenarbeit. Gabler Verlag, Wiesbaden.

Van Dick, R., & West, M. A. (2013). Teamwork, Teamdiagnose, Teamentwicklung. Göttingen: Hogrefe.

Yukl, G. (2010). Leadership in Organizations. Upper Saddle River, NJ: Pearson.

Weitere Literaturhinweise werden im Verlauf der Lehrveranstaltung(en) gegeben.

#### Leistungsnachweis

sP-90, benotet

#### Verwendbarkeit

Das Modul bildet eine Grundlage für anwendungsorientierte Wahlpflichtmodule und Abschlussarbeiten im Bereich der Wirtschafts- und Organisationspsychologie. Veranstaltungen zu den Themen Organisationsentwicklung und Organisationsdiagnose bauen z.T. auf das Modul auf.

#### Dauer und Häufigkeit

Das Modul erstreckt sich über 2 Trimester. Es wird in jedem Studienjahr angeboten.

Modulname	Modulnummer
Innovation & Change	3597

Konto	Pflichtmodule - HRM 2022
-------	--------------------------

Modulverantwortliche/r	Modultyp	Empf. Trimester
Prof. Dr. Rafaela Kraus	Pflicht	7

Workload in (h)	Präsenzzeit in (h)	Selbststudium in (h)	ECTS-Punkte
300	96	204	10

Zugehörige Lehrveranstaltungen:

Nr.	Art	Veranstaltungsname	Teilnahme	TWS
35971	VÜ	HRM I	Pflicht	4
35972	VÜ	HRM II	Pflicht	4
<b>Summe (Pflicht und Wahlpflicht)</b>				<b>8</b>

#### Empfohlene Voraussetzungen

Voraussetzungen für die erfolgreiche Teilnahme an diesem Modul sind ein Interesse an betriebswirtschaftlichen und personalpsychologischen Fragestellungen, die Bereitschaft zur aktiven Mitarbeit an Übungen und Engagement im Feld sowie zur Rezeption aktueller Fachliteratur im Selbststudium.

#### Qualifikationsziele

Das Modul vermittelt Kompetenzen zur systematischen Planung, Steuerung und Kontrolle von Innovationen in Organisationen, um Ideen in wirtschaftlich erfolgreiche Produkte bzw. Dienstleistungen zu transferieren und Prozesse zu optimieren. Schwerpunkte liegen auf der Gestaltung von Rahmenbedingungen und Instrumenten zur Förderung von Intrapreneurship, dem unternehmerischen Verhalten von Mitarbeitenden, der Förderung von Entrepreneurship mittels Ausgründungen und/oder Zusammenarbeit mit Startups sowie dem Change Management mit Fokus auf Innovation und digitale Transformation.

#### Inhalt

Das Modul gliedert sich in zwei Teile: HRM I und HRM II.

HRM I befasst sich aus betriebswirtschaftlicher Perspektive mit strategischen HR-Themen an der Schnittstelle zur Organisationstrategie, die sich auf die Erfolgspotenziale von Organisationen beziehen. Sie lernen die Systematik und die Kernprozesse des HRM (z.B. Organisationsformen und geplanter organisatorischer Wandel, Personaleinsatz, Personalentwicklung, Anreiz- und Entgeltsysteme, Personalfreisetzung, Kultur und Führung) in Fallbeispielen praktisch anzuwenden.

HRM II befasst sich aus (personal)psychologischer Perspektive mit der Gewinnung, Auswahl und Bindung von Mitarbeitenden (z.B. Employer Branding und Personalmarketing, Eignungsdiagnostik, Onboarding). Zudem werden bestehende HR-Konzepte evidenzbasiert beschrieben und bewertet.

<b>Literatur</b>
Hauschildt, J., Salomo, S., Kock, A., & Schultz, C. (2016). Innovationsmanagement. München: Vahlen.
Kraus, R. (2020). Erfolgreiches Change Management. In: Lutz von Rosenstiel, Erika Regnet & Michel Domsch (Hrsg.) Führung von Mitarbeitern. 8.Aufl. Stuttgart: Schäffer-Poeschl.
Kraus, R., Kreitenweis, T. & Jeraj, B. (Hrsg.) (2021) Intrapreneurship. Unternehmergeist, Systeme und Gestaltungsmöglichkeiten. Wiesbaden: Springer Gabler.
Weitere Literaturhinweise werden im Verlauf der Lehrveranstaltung(en) gegeben.
<b>Leistungsnachweis</b>
sP-90, benotet
<b>Verwendbarkeit</b>
Das Modul bildet eine Grundlage für anwendungsorientierte Wahlpflichtmodule und Abschlussarbeiten im Personalbereich.
<b>Dauer und Häufigkeit</b>
Das Modul erstreckt sich über 2 Trimester. Es wird in jedem Studienjahr angeboten.

Modulname	Modulnummer
<b>Organisationsentwicklung</b>	3598

Konto	Pflichtmodule - HRM 2022
-------	--------------------------

Modulverantwortliche/r	Modultyp	Empf. Trimester
Prof. Dr. phil. Ellen Schmid	Pflicht	7

Workload in (h)	Präsenzzeit in (h)	Selbststudium in (h)	ECTS-Punkte
300	96	204	10

Zugehörige Lehrveranstaltungen:

Nr.	Art	Veranstaltungsname	Teilnahme	TWS
35981	SU	Organisationsdiagnose	Pflicht	4
35982	SU	Organisationsentwicklung	Pflicht	4
<b>Summe (Pflicht und Wahlpflicht)</b>				<b>8</b>

#### Empfohlene Voraussetzungen

Voraussetzungen für die erfolgreiche Teilnahme an diesem Modul sind ein Interesse an (arbeits-)psychologischen Fragestellungen, die Bereitschaft zur aktiven Mitarbeit, zur kritischen Reflexion des eigenen (Arbeits-)Verhaltens, sowie zur Rezeption aktueller Fachliteratur.

#### Qualifikationsziele

Die Studierenden sind in der Lage, Modelle der Organisationskultur zu beschreiben sowie die wichtigsten Schritte der Organisationsentwicklung zu verstehen, Veränderungsprozesse zu planen und geeignete Methoden zu identifizieren. Zudem sind sie in der Lage, Stärken und Entwicklungspotentiale in Organisationen mittels organisationsdiagnostischer Verfahren zu identifizieren.

#### Inhalt

Das Modul umfasst die theoretischen und praktischen Grundlagen der Organisationsentwicklung. Hierzu werden zunächst verschiedene Modelle der Organisationskultur und des Organisationsklimas beleuchtet. Basierend auf der praxisorientierten Vermittlung von organisationsdiagnostischen Verfahren (insbesondere am Beispiel Mitarbeiterbefragung) und anhand der wichtigsten Schritte der Organisationsentwicklung beleuchtet das Modul, wie Veränderungen von Organisationen geplant und durchgeführt werden können. Klassische und neuste Methoden der Intervention und deren Evaluation werden diskutiert.

#### Literatur

Kauffeld, S. (2019). Arbeits-, Organisations- und Personalpsychologie. Berlin, Heidelberg, New York: Springer.

Nerdinger, F. W., Blickle, G. & Schaper, N. (2019). Arbeits- und Organisationspsychologie (4. Aufl.). Heidelberg: Springer.

<p>Werther, S. (2015). Einführung in Feedbackinstrumente in Organisationen: vom 360-Feedback bis hin zur Mitarbeiterbefragung. Springer-Verlag.</p> <p>Jöns, I., &amp; Bungard, W. (Eds.). (2018). Feedbackinstrumente im Unternehmen: Grundlagen, Gestaltungshinweise, Erfahrungsberichte. Springer-Verlag.</p> <p>Borg, I. (2014). Mitarbeiterbefragungen in der Praxis. Hogrefe Verlag.</p> <p>Schiersmann, C., &amp; Thiel, H. U. (2018). Organisationsentwicklung: Prinzipien und Strategien von Veränderungsprozessen. Springer-Verlag.</p> <p>Weitere Literaturhinweise werden im Verlauf der Lehrveranstaltung(en) gegeben.</p>
<b>Leistungsnachweis</b>
sP-90, benotet
<b>Verwendbarkeit</b>
Das Modul bildet eine Grundlage für anwendungsorientierte Wahlpflichtmodule und Abschlussarbeiten im Bereich der Wirtschafts- und Organisationspsychologie. Weitere Veranstaltungen zu den Themen Führung und Teamarbeit bauen z.T. auf das Modul auf.
<b>Dauer und Häufigkeit</b>
Das Modul erstreckt sich über 2 Semester. Es wird in jedem Studienjahr angeboten.

Modulname	Modulnummer
Mathematik	3600

Konto	Pflichtmodule - HRM 2022
-------	--------------------------

Modulverantwortliche/r	Modultyp	Empf. Trimester
Prof. Dr. rer. nat. Dominik Bayer	Pflicht	1

Workload in (h)	Präsenzzeit in (h)	Selbststudium in (h)	ECTS-Punkte
150	72	78	5

Zugehörige Lehrveranstaltungen:

Nr.	Art	Veranstaltungsname	Teilnahme	TWS
36000	VÜ	Einführung in die Wirtschaftsmathematik	Pflicht	6
<b>Summe (Pflicht und Wahlpflicht)</b>				<b>6</b>

Qualifikationsziele
<p>Die Studierenden verfügen über grundlegende Kenntnisse elementarer mathematischer Begriffe und Methoden, und wissen, wie diese auf Fragen und Sachverhalte vornehmlich, aber nicht ausschließlich, der Wirtschaftswissenschaften angewendet werden.</p> <p>Sie verfügen über einen Einblick in mathematische Denk- und Argumentationsweisen und sind befähigt, diese selbstständig zur Analyse und Lösung wirtschaftlicher Probleme einzusetzen.</p>
Inhalt
<p>Nach einer gründlichen Wiederholung von Schulstoff, wie etwa dem elementaren Rechnen mit Zahlen und Termen, Bruchrechnen, Prozentrechnen und Dreisatz, werden einige Grundlagen der Finanzmathematik, etwa Zins- und Zinseszinsrechnung und die Rentenformel, dargestellt. Es wird auf die Investitionsrechnung und den Begriff des Effektivzinssatzes eingegangen.</p> <p>Aus dem Gebiet der Analysis werden als mathematische Werkzeuge arithmetische und geometrische Folgen und Reihen, Gleichungen und Ungleichungen, verschiedene grundlegende Funktionen, Grenzwerte und Ableitungen besprochen, und anschließend auf Extremwertprobleme und im Newton-Verfahren zur numerischen Berechnung der Nullstellen einer Funktion angewendet.</p> <p>Aus der linearen Algebra werden lineare Gleichungssysteme, Matrizen und Vektoren behandelt und etwa bei der Lösung linearer Optimierungsprobleme zur Anwendung gebracht.</p>
Literatur
Tietze, Jürgen, „Einführung in die Finanzmathematik“, 12. Aufl., Springer, 2015

Tietze, Jürgen, „Einführung in die angewandte Wirtschaftsmathematik“, 17. Aufl., Springer, 2014
Leistungsnachweis
sP-90, benotet
Verwendbarkeit
Voraussetzung für eine Vielzahl nachfolgender Module
Dauer und Häufigkeit
Das Modul erstreckt sich über ein Trimester. Es wird in jedem Studienjahr angeboten.

Modulname	Modulnummer
Grundlagen des Rechnungswesens	3601

Konto	Pflichtmodule - HRM 2022
-------	--------------------------

Modulverantwortliche/r	Modultyp	Empf. Trimester
Prof. Dr. rer. pol. Manfred Sargl	Pflicht	2

Workload in (h)	Präsenzzeit in (h)	Selbststudium in (h)	ECTS-Punkte
300	96	204	10

## Zugehörige Lehrveranstaltungen:

Nr.	Art	Veranstaltungsname	Teilnahme	TWS
36011	VL	Grundlagen des Rechnungswesens Vorlesung	Pflicht	4
36011	VL	Grundlagen des Rechnungswesens Vorlesung	Pflicht	4
36012	UE	Grundlagen des Rechnungswesens Übung	Pflicht	2
36012	UE	Grundlagen des Rechnungswesens Übung	Pflicht	2
<b>Summe (Pflicht und Wahlpflicht)</b>				12

## Empfohlene Voraussetzungen

Das Modul setzt die erfolgreiche Absolvierung des Moduls 3600 "Mathematik" voraus.

## Qualifikationsziele

Die Studierenden kennen die rechtlichen Grundlagen der Buchführung. Sie können einzelne Bilanzposten bilanzieren und bewerten. Sie können eine Jahresabschlussanalyse durchführen und deren Ergebnis interpretieren.

Die Studierenden kennen die Aufgaben und Arten der Kosten- und Leistungsrechnung. Sie sind in der Lage, Voll- und Teilkostenrechnung im Gesamten und in Teilbereichen durchzuführen.

Die Studierenden werden befähigt, die Kostenrechnung als Informationsinstrumentarium für die betriebliche Entscheidungserstellung zu nutzen und können deren Möglichkeiten und Grenzen einschätzen.

## Inhalt

Die Veranstaltung startet mit den Rechtsgrundlagen der Bilanzierung. Nach den grundlegenden Bilanzansätzen und Bewertungsprinzipien wird die Gliederung eines Jahresabschlusses, der Gewinn- und Verlustrechnung und der Cashflow-Rechnung vorgestellt. Anschließend wird auf das Thema Jahresabschlussanalyse eingegangen sowie deren Grenzen aufgezeigt.



Der zweite Teil der Veranstaltung beschäftigt sich mit der Kosten- und Leistungsrechnung, wobei Aufbau der Voll- und Teilkostenrechnung und ihre Einsatzmöglichkeiten aufgezeigt werden.
<b>Literatur</b>
Coenenberg/Haller/Mattner/Schultze (2016): Einführung in das Rechnungswesen, (6. Aufl.), Schäfer-Poeschel Verlag, Stuttgart.
Coenenberg/Haller/Schultze (2016): Jahresabschluss und Jahresabschlussanalyse, (24. Aufl.), Schäfer-Poeschel Verlag, Stuttgart.
Coenenberg Adolf (2016): Kostenrechnung und Kostenanalyse, (9. überarb. Aufl.), Schäfer-Poeschel Verlag, Stuttgart
Jorasz William (2009): Kosten- und Leistungsrechnung, (5. überarb. Aufl.), Schäfer-Poeschel Verlag, Stuttgart
Wöhe/Mock (2010): Die Handels- und Steuerbilanz, (6. Aufl.), Vahlen Verlag, München.
<b>Leistungsnachweis</b>
sP-90, benotet
<b>Verwendbarkeit</b>
Das Modul ist Voraussetzung für eine Vielzahl nachfolgender Module.
<b>Dauer und Häufigkeit</b>
Das Modul erstreckt sich über 2 Trimester. Es wird in jedem Studienjahr angeboten.

Modulname	Modulnummer
<b>Organisationskommunikation I</b>	3602

Konto	Pflichtmodule - HRM 2022
-------	--------------------------

Modulverantwortliche/r	Modultyp	Empf. Trimester
Prof. Dr. phil. habil. Natascha Zowislo-Grünewald	Pflicht	3

Workload in (h)	Präsenzzeit in (h)	Selbststudium in (h)	ECTS-Punkte
180	48	132	6

Zugehörige Lehrveranstaltungen:

Nr.	Art	Veranstaltungsname	Teilnahme	TWS
36020	VÜ	Organisationskommunikation I	Pflicht	4
<b>Summe (Pflicht und Wahlpflicht)</b>				<b>4</b>

#### Empfohlene Voraussetzungen

Als Voraussetzung für den erfolgreichen Besuch dieses Moduls empfiehlt sich neben einem ausgeprägten persönlichen Interesse an der Gestaltung von Kommunikationsprozessen auch der erfolgreiche Besuch der in den vorhergehenden Trimestern angebotenen, medien- und kommunikationsrelevanten Veranstaltungen wie insb. die "Einführung in die Journalismus- und Medienforschung" (36061).

#### Qualifikationsziele

Die Studierenden verfügen über Kenntnisse zu Grundzügen, Grundbegriffen und Methoden der Organisationskommunikation und können aufbauend hierauf Kommunikationsziele adäquat identifizieren und Kommunikationsprozesse mit passenden Kommunikationsinstrumenten gestalten. Sie können Planungsprozesse in der Organisationskommunikation in den Grundzügen in der Praxis umsetzen.

Die Studierenden verfügen über einen Überblick über Theorien der Public Relations und entsprechender Kommunikationsmodelle und können so Kommunikationsprozesse in der Praxis analysieren und bewerten.

Die Studierenden sind mit dem Konzept der Anspruchsgruppen vertraut und haben die Fähigkeit, es in der Praxis der Organisationskommunikation anzuwenden (Stakeholder Mapping & Management).

Die Studierenden kennen die Besonderheiten des Managements der Kommunikation mit spezifischen Anspruchsgruppen und können diese in der Praxis der Organisationskommunikation zielorientiert berücksichtigen.

#### Inhalt

Das Modul Organisationskommunikation I vermittelt die Grundlagen des Kommunikationsmanagements von Unternehmen und anderen Organisationen. Hierzu

gehört ein Überblick über Funktionen, Ziele und Methoden ebenso wie die Darstellung grundlegender Begrifflichkeiten und Konzepte.

Ein besonderer Schwerpunkt wird auf die Theorie und Praxis des Anspruchsgruppenmanagements als Gravitationszentrum der modernen Organisationskommunikation gelegt. Im Hinblick auf die Anwendung dieses Konzepts wird auch auf die Besonderheiten der Beziehungsarbeit und Kommunikation mit zentralen internen und externen Anspruchsgruppen eingegangen.

Weiterhin werden die Grundlagen des Planungsprozesses von Kommunikation vermittelt sowie in Techniken der Kommunikationsplanung und die Anwendung von Konzeptionsmodellen eingeführt.

#### Literatur

Baines, P., Egan, J. & Jefkins, F. (2004). Public Relations: Contemporary Issues and Techniques. Oxford: Elsevier Butterworth-Heinemann.

Bluhm, M. (2005). Kommunikationspolitik. 3. Aufl., München: Vahlen.

Bruhn, M. (2009). Integrierte Unternehmens- und Markenkommunikation. Strategische Planung und operative Umsetzung. Stuttgart: Schäffer-Poeschel.

Deg, R. (2012). Basiswissen Public Relations. Professionelle Presse- und Öffentlichkeitsarbeit. Wiesbaden. Springer VS

Freeman, R. E. (1984). Strategic Management. A Stakeholder Approach. Cambridge: Cambridge University Press.

Friedrichsen, M. & Hennecke, M. J. (Hrsg.). (2011). Wertschöpfung durch Unternehmenskommunikation: Integrierte Kommunikation im Umfeld medialer und gesellschaftlicher Veränderungen. Baden-Baden: Nomos.

Fröhlich, R., Szyszka, P. & Bentele, G. (Hrsg.). (2015). Handbuch der Public Relations. Wissenschaftliche Grundlagen und berufliches Handeln. Mit Lexikon. 3. Aufl., Wiesbaden: Springer VS.

Grunig, J. & Hunt, T. (1984). Managing Public Relations. New York u.a.: Holt, Rinehart and Winston.

Grupe, S. (2011). Public Relations. Ein Wegweiser für die PR-Praxis. Berlin u. Heidelberg: Springer-Verlag.

Harris, P. & Fleisher, C. S. (2005). The Handbook of Public Affairs, Sage.

Heath, R. L. (ed.) (2001). Handbook of Public Relations, Sage.

Herbst, D. (2003). Praxishandbuch Unternehmenskommunikation. Berlin: Cornelsen.

Lies, J. (Hrsg.). (2015). Praxis des PR-Managements. Strategien – Instrumente – Anwendung. Wiesbaden: Springer Gabler

Mast, C. (2006). Unternehmenskommunikation. Ein Leitfaden. Stuttgart: Lucius und Lucius.

Moss, D. & DeSanto, B. (2002). Public Relations Cases. International Perspectives, Routledge.

Piwinger, M. & Zerfaß, A. (Hrsg.). (2007). Handbuch Unternehmenskommunikation. Wiesbaden: Gabler.

Rosenberger, N. & Niederhäuser, M. (2010). Identitätsorientierte Unternehmenskommunikation: Konzept — Funktion — Fallbeispiele. Wiesbaden: Gabler.

Röttger, U. (Hrsg.). (2009). Theorien der Public Relations. Grundlagen und Perspektiven der PR-Forschung. Wiesbaden: VS Verlag

Schmid, B. F. & Lyczek, B. (Hrsg.). (2006). Unternehmenskommunikation. Kommunikationsmanagement aus Sicht der Unternehmensführung. Wiesbaden: Gabler Verlag.

Zerfaß, A. (2004). Unternehmensführung und Öffentlichkeitsarbeit. Grundlegung einer Theorie der Unternehmenskommunikation und Public Relations. 2. Aufl., Wiesbaden: VS Verlag.

Zowislo-Grünwald, N. & Beitzinger, F. (2015). Lehrbuch Strategisches Kommunikationsmanagement. Berlin: LIT Verlag.

Weitere Literaturhinweise werden im Verlauf der Lehrveranstaltung gegeben.

**Leistungsnachweis**

sP-120, benotet

**Verwendbarkeit**

Das Modul legt die Grundlagen für den Besuch von Modul 3612 "Organisationskommunikation II".

**Dauer und Häufigkeit**

Das Modul erstreckt sich über ein Trimester. Es wird in jedem Studienjahr angeboten.

Modulname	Modulnummer
<b>Grundlagen der Volkswirtschaftslehre und Wirtschaftspolitik</b>	3603

Konto	Pflichtmodule - HRM 2022
-------	--------------------------

Modulverantwortliche/r	Modultyp	Empf. Trimester
Prof. Dr. rer. pol. Thomas Wüstrich	Pflicht	4

Workload in (h)	Präsenzzeit in (h)	Selbststudium in (h)	ECTS-Punkte
300	96	204	10

## Zugehörige Lehrveranstaltungen:

Nr.	Art	Veranstaltungsname	Teilnahme	TWS
36030	VÜ	Grundlagen der Volkswirtschaftslehre und Wirtschaftspolitik	Pflicht	4
36030	VÜ	Grundlagen der Volkswirtschaftslehre und Wirtschaftspolitik	Pflicht	4
<b>Summe (Pflicht und Wahlpflicht)</b>				<b>8</b>

## Empfohlene Voraussetzungen

Das Modul setzt die erfolgreiche Teilnahme am Modul "Mathematik" voraus.

## Qualifikationsziele

Die Studierenden kennen grundlegende Zusammenhänge und Funktionsweisen moderner, arbeitsteilig organisierter und weltwirtschaftlich interdependenter Volkswirtschaften und entwickeln dabei Fähigkeiten zur Analyse aktueller wirtschaftspolitischer Grundprobleme. Sie können diese in den polit-ökonomischen Kontext der Bundesrepublik Deutschland und Europäischen Union einordnen und entwickeln dabei die Kompetenz zum Transfer theoretischer Lösungsansätze auf aktuelle wirtschaftspolitische Fragestellungen.

## Inhalt

Inhaltlich setzen sich die Studierenden mit den Grundtatbeständen des Wirtschaftens, dem Problem der Knappheit (Güter, Bedarf, Bedürfnis, Nachfrage), den Grundlagen der Produktion, den Produktionsmöglichkeiten, den Produktionsfaktoren und der Arbeitsteilung, den Wirtschaftssystemen, Wirtschaftsordnungen und der Wirtschaftsverfassung auseinander. Ferner erlernen sie Grundzüge der Mikroökonomie wie die Funktionsweise von Märkten, Marktformen, Preisbildung und Marktgleichgewicht und Marktversagen. Sie lernen das volkswirtschaftliche Rechnungswesen und die volkswirtschaftliche Gesamtrechnung kennen. Abgerundet wird dieses Wissen durch die Kenntnis der Rahmenbedingungen der Wirtschaftspolitik und der Inhalte der herrschenden volkswirtschaftlichen Paradigmen. Abschließend setzen sie sich mit den Zielen und Trägern der Wirtschaftspolitik, der ökonomischen Theorie der Politik und den Phasen des wirtschaftspolitischen Entscheidungsprozesses auseinander, bevor sie die Inhalte und Gegenstände, Grundzüge der Ordnungspolitik und der Instrumente der

Konjunktur-, Stabilitäts-, Sozial-, Aussenwirtschafts-, Wachstums- und Strukturpolitik kennen lernen und einordnen können
<b>Literatur</b>
Baßeler, U., Heinrich, J., Utecht, B., (2010), Grundlagen und Probleme der Volkswirtschaft, 19. Auflage, Stuttgart, Verlag Schäffer-Poeschel.
Baßeler, U, Heinrich, J. / Utecht, B. (2012), Grundlagen und Probleme der Volkswirtschaft, Übungsbuch, 6., überarbeitete Auflage, Stuttgart, Verlag Schäffer-Poeschel.
Herrmann, M., John, S. L., (2017), Arbeitsbuch Volkswirtschaftslehre, Stuttgart, Verlag Schäffer-Poeschel.
Krugman, P., Wells, R., (2017), Volkswirtschaftslehre, 2. überarbeitete Auflage, Stuttgart, Verlag Schäffer-Poeschel.
Mankiw, N. G., Taylor, M. P., (2016), Grundzüge der Volkswirtschaftslehre, 6. überarbeitete Auflage, Stuttgart, Verlag Schäffer-Poeschel.
Mussel, G., Pätzold, J., (2012), Grundfragen der Wirtschaftspolitik, 8. Überarbeitete Auflage, München, Verlag Franz Vahlen.
Weitere Literaturhinweise werden im Verlauf der Lehrveranstaltungen gegeben.
<b>Leistungsnachweis</b>
sP-90, benotet
<b>Verwendbarkeit</b>
Das Modul ist Voraussetzung für eine Vielzahl volkswirtschaftlicher Wahlpflichtmodule in Bachelor- und Masterstudiengängen.
<b>Dauer und Häufigkeit</b>
Das Modul erstreckt sich über 2 Trimester. Es wird in jedem Studienjahr angeboten.

Modulname	Modulnummer
<b>Wirtschafts- und Medieninformatik</b>	3607

Konto	Pflichtmodule - HRM 2022
-------	--------------------------

Modulverantwortliche/r	Modultyp	Empf. Trimester
Prof. Dr. rer. nat. Bo Hu	Pflicht	7

Workload in (h)	Präsenzzeit in (h)	Selbststudium in (h)	ECTS-Punkte
300	96	204	10

Zugehörige Lehrveranstaltungen:

Nr.	Art	Veranstaltungsname	Teilnahme	TWS
36070	VÜ	Wirtschafts- und Medieninformatik	Pflicht	4
36070	VÜ	Wirtschafts- und Medieninformatik	Pflicht	4
<b>Summe (Pflicht und Wahlpflicht)</b>				<b>8</b>

Qualifikationsziele
Die Studierenden können informationstechnologische Grundkenntnisse im betriebswirtschaftlichen Umfeld anwenden und sind zur Mitwirkung in betriebswirtschaftlichen oder medientechnischen IT-Projekten in der Lage. Sie verfügen über ein Verständnis über die Zusammenhänge zwischen ökonomischer und gesellschaftlicher Fragestellung einerseits und informationstechnologischer Entwicklung andererseits.
Inhalt
Das Modul vermittelt Grundlagen zu essentiellen Aspekten der System- und Anwendungsentwicklung, wie zu Objekten und Klassen und zur Datenmodellierung. Betriebswirtschaftliche und medientechnische Anwendungssysteme und dazugehörige Entstehungsprozesse werden vorgestellt, desgleichen informationstechnologisch unterstützte Zusammenarbeit.
Literatur
Th. H. Cormen, Ch. E. Leiserson, R. Rivest, C. Stein: Algorithmen - Eine Einführung. 2. Aufl., ISBN 978-3-486-58262-8, Oldenbourg, München, 2001
Hans Robert Hansen, Gustaf Neumann: Wirtschaftsinformatik I. 8. Auflage, durchgesehener Nachdruck, ISBN 3-8252-0802-1, Lucius & Lucius, Stuttgart, 2002
Leistungsnachweis
Portfolio
Dauer und Häufigkeit
Das Modul erstreckt sich über zwei Trimester. Es wird in jedem Studienjahr angeboten.

Modulname	Modulnummer
<b>Betriebliche Wertschöpfungsprozesse</b>	3608

Konto	Pflichtmodule - HRM 2022
-------	--------------------------

Modulverantwortliche/r	Modultyp	Empf. Trimester
Prof. Dr. rer. pol. Frank Müller-Langer	Pflicht	1

Workload in (h)	Präsenzzeit in (h)	Selbststudium in (h)	ECTS-Punkte
300	96	204	10

## Zugehörige Lehrveranstaltungen:

Nr.	Art	Veranstaltungsname	Teilnahme	TWS
36081	VHB	Principles of Marketing (engl)	Pflicht	2
36082	VL	Prozessmanagement	Pflicht	4
36083	VL	Wirtschaftsrecht	Pflicht	2
<b>Summe (Pflicht und Wahlpflicht)</b>				<b>8</b>

Qualifikationsziele
<p>Die Studierenden kennen nach erfolgreicher Teilnahme die relevanten Grundlagen in Produkt-, Preis-, Distributions- und Kommunikationspolitik. Die Studierenden sind zudem in der Lage, erste Transferleistungen zu erbringen; d. h. die vermittelten Inhalte zur Lösung praxisnaher Problemstellungen anzuwenden, z. B. bei der Erstellung eines Marketingplans oder der Lösung von Fallstudien.</p> <p>Die Studierenden sind in der Lage, organisatorisches Gestaltungs- und Methodenwissen anzuwenden. Zusätzlich sind die Studierenden mit dem Ablauf eines Projektes und den zugehörigen Tätigkeiten des Projektmanagements vertraut. Des Weiteren sind sie im Stande, kleinere Projekte mit wesentlichen Techniken des Projektmanagement zu bearbeiten basierend auf aktuellen Projektmanagementstandards.</p> <p>Die Studierenden kennen die wesentlichen Grundlagen und Methoden des Wirtschaftsprivatrechts. Sie sind in der Lage, einfache juristische Probleme in diesem Bereich zu erkennen, zu analysieren und zu bearbeiten. Zudem können sie juristische Fragestellungen überschlägig bewerten und in wirtschaftliche und gesellschaftliche Zusammenhänge einordnen.</p>
Inhalt
<p>Das Modul „Betriebliche Wertschöpfungsprozesse“ umfasst die Lehrveranstaltungen „Principles of Marketing“ (in englischer Sprache), „Prozessmanagement“ und „Wirtschaftsrecht“.</p> <p>„Principles of Marketing“ führt Grundlagen des Marketings ein. Dazu gehören nach der Schaffung eines basalen Begriffsverständnisses Produktpolitik (Brand Management, Product Management, Produktinnovation), Preispolitik (dynamische Preissetzung, Preisdifferenzierung, Preisstrategie), Kommunikationspolitik und Distributionspolitik.</p>



<p>Die Veranstaltung „Prozessmanagement“ befasst sich mit grundlegenden Organisationsfragen und dem Management von Projekten in organisatorischen und nicht-organisatorischen Aufgabenfeldern. Behandelt werden theoretische Grundlagen wie eine Organisation gestaltet werden kann und die dazugehörigen Methoden und Techniken. Zusätzlich werden im Bereich Projektmanagement Grundlagenwissen, Projektmanagementstandards sowie entsprechende Tools dargestellt.</p> <p>„Wirtschaftsrecht“ führt in die Grundzüge des Wirtschaftsprivatrechts ein. Es wird zunächst ein Überblick gegeben über die Funktion und wesentliche Begriffe des Wirtschaftsprivatrechts. Behandelt wird sodann insbesondere das Vertragsrecht (Vertragsschluss, Vertragsinhalt, Abwicklung von Verträgen, Lösung vom Vertrag, Probleme bei der Vertragsdurchführung) und die Grundzüge des Handels- und Gesellschaftsrechts.</p>
<p><b>Literatur</b></p>
<p>Principles of Marketing:</p> <p>Jobber/Ellis-Chadwick: Principles and Practices of Marketing, 9th ed., McGrawHill, 2019.</p> <p>Prozessmanagement:</p> <p>Weinert: Organisation: Organisationsgestaltung – Organisationsmethodik, Fallklausuren, Vahlen München, 2002.</p> <p>Bergmann/Garrecht: Organisation und Projektmanagement, 2. Aufl., Springer, 2016.</p> <p>Alam/Gühl: Projektmanagement für die Praxis: Ein Leitfaden und Werkzeugkasten für erfolgreiche Projekte, Springer, 2016.</p> <p>Wirtschaftsrecht:</p> <p>Aktuelle Gesetzestexte BGB und Wirtschaftsprivatrecht.</p> <p>Müssig, Wirtschaftsprivatrecht, 23. Auflage, C.F. Müller, 2022</p> <p>Führich / Werdan, Wirtschaftsprivatrecht in Fällen und Fragen, 8. Auflage, Vahlen, 2020</p> <p>Grädler / Ullrich, Wirtschaftsrecht für Betriebswirte, 9. Auflage, NWB, 2022</p> <p>Weitere Literaturhinweise werden bei Bedarf im Verlauf der Lehrveranstaltungen gegeben.</p>
<p><b>Leistungsnachweis</b></p>
<p>sP -120, benotet</p>
<p><b>Verwendbarkeit</b></p>
<p>Principles of Marketing:</p>

Vermittlung grundlegender Kenntnisse für die Module Organisationskommunikation sowie die verschiedenen Pflicht- und Wahlpflichtmodule mit Marketing- bzw. Kommunikationsbezug sowie mit betriebswirtschaftlichem Bezug

Prozessmanagement:

Vermittlung grundlegender Gestaltungstechniken von inner- und zwischenbetrieblicher Strukturen und Prozessen unter Berücksichtigung von Projektorganisation und Projektmanagement für Alltag, Studium und Beruf

Wirtschaftsrecht:

Vermittlung unverzichtbarer Rechtskenntnisse für alle wirtschaftsbezogenen Tätigkeitsfelder.

Dauer und Häufigkeit

Das Modul erstreckt sich über ein Trimester. Es wird in jedem Studienjahr angeboten

Modulname	Modulnummer
<b>Strategisches Human Resources Management und Personalveränderung</b>	3702

Konto	Pflichtmodule - HRM 2022
-------	--------------------------

Modulverantwortliche/r	Modultyp	Empf. Trimester
Prof. Dr. Rafaela Kraus	Pflicht	2

Workload in (h)	Präsenzzeit in (h)	Selbststudium in (h)	ECTS-Punkte
300	96	204	10

## Zugehörige Lehrveranstaltungen:

Nr.	Art	Veranstaltungsname	Teilnahme	TWS
37021	VÜ	Strategisches Human Resources Management und Personalveränderung I	Pflicht	4
37022	VÜ	Strategisches Human Resources Management und Personalveränderung II	Pflicht	4
<b>Summe (Pflicht und Wahlpflicht)</b>				<b>8</b>

## Empfohlene Voraussetzungen

Voraussetzungen für die erfolgreiche Teilnahme an diesem Modul sind ein Interesse an betriebswirtschaftlichen und personalpsychologischen Fragestellungen, die Bereitschaft zur aktiven Mitarbeit an Übungen und Engagement im Feld sowie zur Rezeption aktueller Fachliteratur im Selbststudium.

## Qualifikationsziele

Ausgehend von wissenschaftlichen Erkenntnissen erschließen sich die Studierenden die organisationalen Handlungsfelder des Human Resources Managements. Sie vermögen deren strategischen Beitrag zum Erfolg von Organisationen zu erkennen und zu erklären. Sie verstehen die Bedeutung und Systematik des Personalmanagements, seiner Funktionen, Strukturen und Instrumente und werden in die Lage versetzt, bestehende HR-Konzepte (evidenzbasiert) zu beurteilen und neue Konzepte selbst zu entwickeln. Des Weiteren werden die Studierenden befähigt, Techniken und Instrumente zur Wahrnehmung und Gestaltung der Personalfunktion und ihrer strategischen Ausrichtung adäquat auf eigene Problemstellungen zu übertragen und einzusetzen.

## Inhalt

Das Modul gliedert sich in zwei Teile: HRM I und HRM II.

HRM I befasst sich aus betriebswirtschaftlicher Perspektive mit strategischen HR-Themen an der Schnittstelle zur Organisationstrategie, die sich auf die Erfolgspotenziale von Organisationen beziehen. Sie lernen die Systematik und die Kernprozesse des HRM (z.B. Organisationsformen und geplanter organisatorischer Wandel, Personaleinsatz, Personalentwicklung, Anreiz- und Entgeltsysteme, Personalfreisetzung, Kultur und Führung) in Fallbeispielen praktisch anzuwenden.

HRM II befasst sich aus (personal)psychologischer Perspektive mit der Gewinnung, Auswahl und Bindung von Mitarbeitenden (z.B. Employer Branding und Personalmarketing, Eignungsdiagnostik, Onboarding). Zudem werden bestehende HR-Konzepte evidenzbasiert beschrieben und bewertet.
<b>Literatur</b>
<p><b>HRM I:</b></p> <p>Kraus, R. &amp; Kreitenweis, T. (2020). Führung messen. Berlin: Springer.</p> <p>Thommen, J.-P., Achleitner A.-K., Gilbert D., Hachmeister, D., Jarchow S. &amp; Kaiser G. (2017). Allgemeine Betriebswirtschaftslehre. (8. Aufl.). Wiesbaden: Springer.</p> <p><b>HRM II:</b></p> <p>Kauffeld, S. (2019). Arbeits-, Organisations- und Personalpsychologie. Berlin, Heidelberg, New York: Springer.</p> <p>Nerdinger, F. W., Blickle, G. &amp; Schaper, N. (2019). Arbeits- und Organisationspsychologie (4. Aufl.). Heidelberg: Springer.</p> <p>Schuler, H. &amp; Kanning, U. P. (2014). Lehrbuch der Personalpsychologie. Göttingen: Hogrefe.</p> <p>Schuler, H. (2014). Psychologische Personalauswahl: Eignungsdiagnostik für Personalentscheidungen und Berufsberatung. Göttingen: Hogrefe.</p> <p>Weitere Literaturhinweise werden im Verlauf der Lehrveranstaltung(en) gegeben.</p>
<b>Leistungsnachweis</b>
sP-90, benotet
<b>Verwendbarkeit</b>
Das Modul bildet eine Grundlage für anwendungsorientierte Wahlpflichtmodule und Abschlussarbeiten im Personalbereich.
<b>Dauer und Häufigkeit</b>
Das Modul erstreckt sich über 2 Trimester. Es wird in jedem Studienjahr angeboten.

Modulname	Modulnummer
<b>Gestaltung und Wirkung von Arbeit</b>	3862

Konto	Pflichtmodule - HRM 2022
-------	--------------------------

Modulverantwortliche/r	Modultyp	Empf. Trimester
Prof. Dr. phil. habil. Julia Reif	Pflicht	1

Workload in (h)	Präsenzzeit in (h)	Selbststudium in (h)	ECTS-Punkte
300	96	204	10

Zugehörige Lehrveranstaltungen:

Nr.	Art	Veranstaltungsname	Teilnahme	TWS
38621	VÜ	Gestaltung und Wirkung von Arbeit I	Pflicht	4
38622	SU	Gestaltung und Wirkung von Arbeit II	Pflicht	4
<b>Summe (Pflicht und Wahlpflicht)</b>				<b>8</b>

#### Empfohlene Voraussetzungen

Voraussetzungen für die erfolgreiche Teilnahme an diesem Modul sind ein Interesse an (arbeits-)psychologischen Fragestellungen, die Bereitschaft zur aktiven Mitarbeit, zur kritischen Reflexion des eigenen (Arbeits-)Verhaltens, sowie zur Rezeption aktueller Fachliteratur.

#### Qualifikationsziele

Die Studierenden sind in der Lage, arbeitsanalytische Verfahren zu benennen, zu beschreiben und anzuwenden. Sie können Kriterien humaner Arbeit, verschiedene Maßnahmen zur humanen Arbeitsgestaltung sowie deren Vor- und Nachteile erläutern und bewerten. Sie sind in der Lage, motiviertes (Arbeits-)Verhalten, sowie die Entstehung von Gesundheit und Stress anhand psychologischer Theorien zu analysieren und zu erklären. Die Studierenden können Maßnahmen des Stressmanagements erörtern. Sie können praktische Problemstellungen in wissenschaftliche Fragestellungen übersetzen und anhand der im Modul vermittelten Inhalte systematisch diskutieren.

#### Inhalt

Das Modul Gestaltung und Wirkung von Arbeit gibt einen Überblick über psychologische Methoden der Arbeitsanalyse, sowie über Merkmale einer humanen und motivationsförderlichen Arbeitsgestaltung. Anhand spezifischer arbeits- und organisationspsychologischer Theorien vermittelt das Modul, wie sich Arbeit auf Individuen auswirkt und geht dabei auf die psychosozialen Funktionen von Arbeit ein. Schwerpunktmäßig werden Arbeitszufriedenheit, Arbeitsmotivation, sowie Gesundheit und Stress als Wirkungen von Arbeit betrachtet. Praktische Implikationen für eine ressourcenorientierte Arbeitsgestaltung werden abgeleitet.

#### Literatur

Kauffeld, S. (2019). Arbeits-, Organisations- und Personalpsychologie. Berlin, Heidelberg, New York: Springer.

<p>Nerdinger, F. W., Blickle, G. &amp; Schaper, N. (2019). Arbeits- und Organisationspsychologie (4. Aufl.). Heidelberg: Springer.</p> <p>Weitere Literaturhinweise werden im Verlauf der Lehrveranstaltung(en) gegeben.</p>
<p><b>Leistungsnachweis</b></p>
<p>sP-90, benotet</p>
<p><b>Verwendbarkeit</b></p>
<p>Das Modul bildet eine Grundlage für anwendungsorientierte Wahlpflichtmodule und Abschlussarbeiten im Bereich der Wirtschafts- und Organisationspsychologie. Weitere Veranstaltungen zu den Themen Führung, Teamarbeit und Organisationsentwicklung bauen z.T. auf das Modul auf.</p>
<p><b>Dauer und Häufigkeit</b></p>
<p>Das Modul erstreckt sich über 2 Trimester. Es wird in jedem Studienjahr angeboten.</p>

Modulname	Modulnummer
1. Praktikumsabschnitt	1802

Konto	Praktika - HRM 2022
-------	---------------------

Modulverantwortliche/r	Modultyp	Empf. Trimester
Prof. Dr. rer. nat. Dominik Bayer	Pflicht	3

Workload in (h)	Präsenzzeit in (h)	Selbststudium in (h)	ECTS-Punkte
330			11

Qualifikationsziele
<p><b>Praktikum im Bereich Human Resources Management</b></p> <p>Die Studierenden verfügen über einen Überblick über grundlegende Arbeitsweisen im Human Resources Management. Die Studierenden verfügen über Kenntnisse zeitgemäßer Verfahren zur Lösung personalwirtschaftlicher Aufgaben in Organisationen. Die Studierenden sind befähigt, diese Verfahren eigenverantwortlich, kompetent und in einem konkreten Arbeitsumfeld anzuwenden. Sie haben rudimentäre Handlungskompetenzen im Human Resources Management.</p>
Inhalt
Der 1. Praktikumsabschnitt kann ausschließlich im Bereich Human Resources Management absolviert werden.
Leistungsnachweis
Der Nachweis über die Ableistung der praktischen Tätigkeit muss in Form eines Berichtsheftes, entsprechend den Formvorgaben des Praktikantenamtes, geführt und zusammen mit dem Praktikantenzugnis fristgerecht zur Anerkennung im Praktikantenamt vorgelegt werden. Zu einem vollständigen Berichtsheft gehören insbesondere Arbeits- und Wochenberichte, die vom Ausbildungsleiter zu unterzeichnen sind.
Dauer und Häufigkeit
Der zeitliche Umfang des 1. Praktikumsabschnitts beträgt mindestens 10 Wochen in der lehrveranstaltungsfreien Zeit nach dem dritten Trimester.

Modulname	Modulnummer
2. Praktikumsabschnitt	1803

Konto	Praktika - HRM 2022
-------	---------------------

Modulverantwortliche/r	Modultyp	Empf. Trimester
Prof. Dr. rer. nat. Dominik Bayer	Pflicht	6

Workload in (h)	Präsenzzeit in (h)	Selbststudium in (h)	ECTS-Punkte
330			11

Qualifikationsziele
<p><b>Bereich Human Resources Management</b></p> <p>Die Studierenden verfügen über einen vertiefenden Einblick in spezifische Arbeitsweisen Human Resource Management. Die Studierenden verfügen über Kenntnisse zeitgemäßer Verfahren zur Lösung personalwirtschaftlicher Aufgaben in Organisationen. Die Studierenden sind befähigt, diese Verfahren eigenverantwortlich, kompetent und in einem konkreten Arbeitsumfeld anzuwenden. Sie verfügen damit über Handlungskompetenzen im Human Resource Management.</p> <p><b>Praktikum im kaufmännischen Bereich</b></p> <p>Die Studierenden sind zur selbständigen Bearbeitung von betriebsgestaltenden und prozessregelnden konkreten Aufgabenstellungen (konzeptionelle Arbeiten, organisatorische Tätigkeiten, Projektarbeiten, planende, überwachende, steuernde Tätigkeiten) in betriebswirtschaftlichen Handlungsfeldern befähigt. Die Studierenden verfügen über betriebswirtschaftliche Problemlösungskompetenz. Sie sind mit betriebswirtschaftlichen Tätigkeiten, die dem Ausbildungsstand und dem späteren Berufsfeld angemessen sind, vertraut.</p>
Inhalt
Der 2. Praktikumsabschnitt kann wahlweise im Bereich Human Resources Management oder in einem kaufmännischen Bereich absolviert werden.
Leistungsnachweis
Der Nachweis über die Ableistung der praktischen Tätigkeit muss in Form eines Berichtsheftes, entsprechend den Formvorgaben des Praktikantenamtes, geführt und zusammen mit dem Praktikantenzugnis fristgerecht zur Anerkennung im Praktikantenamt vorgelegt werden. Zu einem vollständigen Berichtsheft gehören insbesondere Arbeits- und Wochenberichte, die vom Ausbildungsleiter zu unterzeichnen sind.
Dauer und Häufigkeit
Der zeitliche Umfang des 2. Praktikumsabschnitts beträgt mindestens 10 Wochen in der lehrveranstaltungsfreien Zeit nach dem sechsten Trimester.



Modulname	Modulnummer
<b>Europäische Wirtschaftsintegration</b>	1169

Konto	WPFL - HRM 2022
-------	-----------------

Modulverantwortliche/r	Modultyp	Empf. Trimester
Prof. Dr. rer. pol. Thomas Wüstrich	Wahlpflicht	6

Workload in (h)	Präsenzzeit in (h)	Selbststudium in (h)	ECTS-Punkte
150	48	102	5

Zugehörige Lehrveranstaltungen:

Nr.	Art	Veranstaltungsname	Teilnahme	TWS
11690	SE	Europäische Wirtschaftsintegration	Wahlpflicht	4
<b>Summe (Pflicht und Wahlpflicht)</b>				<b>4</b>

#### Empfohlene Voraussetzungen

Das Modul setzt die erfolgreiche Teilnahme am Modul "Grundlagen der Volkswirtschaftslehre und Wirtschaftspolitik" voraus.

#### Qualifikationsziele

Die Studierenden kennen die politische, historische und ökonomische Dimension der europäischen Integration. Die Studierenden verfügen ferner über ein fundiertes Verständnis für die Bedeutung der europäischen Wirtschaftsintegration in einer global vernetzten und interdependenten Weltwirtschaft. Nach dem erfolgten Besuch der Veranstaltung sind die Studierenden in der Lage, eine informierte und theoretisch fundierte Position in Bezug auf aktuelle Problemstellungen der europäischen Wirtschaftsintegration einzunehmen.

#### Inhalt

Das Modul beleuchtet zunächst die Entstehung und die Entwicklung der Europäischen Union. Eine besondere Rolle spielen dabei die Darstellung der zugrundeliegenden Motivation bei der Entstehung und die Ursachen für die Weiterentwicklung. Darauf aufbauend werden Ziele, Methoden und Akteure der europäischen Wirtschaftsintegration sowie Organe und Institutionen der Europäischen Union vorgestellt und diskutiert. Nachdem diese Grundlagen gelegt sind, wird die Rechtsetzung innerhalb der EU besprochen – ein besonderer Fokus liegt dabei auf den Quellen des Gemeinschaftsrechts sowie den Entscheidungsstrukturen und -prozessen.

Den nächsten Abschnitt des Moduls bildet die ökonomische Analyse der Gemeinschaftspolitik. Neben der Betrachtung des einheitlichen europäischen Binnenmarktes als Kern der ökonomischen Integration bildet die Wirtschafts- und Finanzpolitik in einer Währungsunion den Schwerpunkt der Betrachtungen. Zum Abschluss des Moduls erfolgt ein Ausblick auf die Europäische Union auf dem Weg zur Transferunion und den Stand der Integration sowie Perspektiven für die Zukunft (Erweiterung und Vertiefung).

<b>Literatur</b>
Deutsche Bundesbank (2004), Die Europäische Wirtschafts- und Währungsunion, Frankfurt/M.
Deutsche Bundesbank (2005), Die Europäische Union: Grundlagen und Politikbereiche ausserhalb der Wirtschafts- und Währungsunion, Frankfurt/M.
Europäische Union, versch. Veröffentlichungen, Brüssel, verschiedene Jahrgänge.
Wagener, H.-J., Eger, T., (2014), Europäische Integration, Wirtschaft und Recht, Geschichte und Politik, 3. vollständig überarbeitete Auflage, München.
Fischer, K., H. (2010), Der Vertrag von Lissabon, Text und Kommentar zum Europäischen Reformvertrag, 2. Auflage, Baden-Baden.
Haratsch, A., Koenig, Ch., Pechstein, M., (2016): Europarecht, 10. überarbeitete und aktualisierte Auflage, Tübingen.
<b>Leistungsnachweis</b>
Seminararbeit einschließlich Vortrag, benotet.
<b>Verwendbarkeit</b>
Das Modul kann als Grundlage für Bachelorarbeiten im Themenbereich genutzt werden.
<b>Dauer und Häufigkeit</b>
Das Modul erstreckt sich über 1 Trimester. Das Modul wird im Rahmen des Wahlpflichtangebots regelmäßig angeboten.

Modulname	Modulnummer
<b>Betriebliche Finanzwirtschaft</b>	1182

Konto	WPFL - HRM 2022
-------	-----------------

Modulverantwortliche/r	Modultyp	Empf. Trimester
Prof. Dr. rer. pol. Manfred Sargl	Wahlpflicht	6

Workload in (h)	Präsenzzeit in (h)	Selbststudium in (h)	ECTS-Punkte
150	48	102	5

Zugehörige Lehrveranstaltungen:

Nr.	Art	Veranstaltungsname	Teilnahme	TWS
11820	SU	Betriebliche Finanzwirtschaft	Wahlpflicht	4
<b>Summe (Pflicht und Wahlpflicht)</b>				<b>4</b>

#### Empfohlene Voraussetzungen

Der erfolgreiche Abschluß der Module "Mathematik" und "Grundlagen des Rechnungswesens" wird empfohlen.

#### Qualifikationsziele

Die Studierenden können selbständig einfache Finanzplanungen sowie Finanz- und Investitionsrechnungen durchführen.

Die Studierenden können zielorientiert mit den klassischen Instrumenten der Finanzwirtschaft umgehen und diese auf eine konkrete Fragestellung anwenden. Die Studierenden entwickeln ihr unternehmerisches Denken im Bereich der betrieblichen Finanzwirtschaft.

#### Inhalt

Die Veranstaltung legt die Grundlagen der Finanzierung. Es wird von der Kapitalbedarfsplanung über die verschiedenen klassischen Formen der Finanzierung zu den Sonderformen vorgegangen. Nach den Themen Kreditfähigkeit und Rating wird außerdem die statische und dynamische Investitionsrechnung sowie Investition unter Unsicherheit vorgestellt.

#### Literatur

Becker, Hans Paul; Peppmeier, Arno: Investition und Finanzierung. Grundlagen der betrieblichen Finanzwirtschaft. Wiesbaden: Springer Gabler (Lehrbuch); in der jeweils aktuellen Auflage.

Größl, Lothar; Reutenauer, Uwe; Sargl, Manfred: Finanzierung und Investition. Finanzwirtschaftliche Steuerung von Unternehmen in Theorie und Praxis ; mit zahlreichen Beispielen, prüfungsrelevanten Aufgaben und Lösungen. Renningen: expert-Verl. (Die Betriebswirtschaft - Studium + Praxis, Bd. 13); in der jeweils aktuellen Auflage.

Zantow, Roger; Dinauer, Josef: Finanzwirtschaft des Unternehmens. Die Grundlagen des modernen Finanzmanagements. München: Pearson Studium (Wirtschaft); in der jeweils aktuellen Auflage.
<b>Leistungsnachweis</b>
Seminararbeit.
<b>Verwendbarkeit</b>
Das Modul kann als Grundlage für eine Bachelor-Arbeit im Bereich Finanzierung genutzt werden.
<b>Dauer und Häufigkeit</b>
Das Modul erstreckt sich über 1 Trimester. Das Modul wird im Rahmen des Wahlpflichtangebots regelmäßig angeboten.

Modulname	Modulnummer
<b>Arbeits- und Sozialrecht Vertiefungskurs</b>	1536

Konto	WPFL - HRM 2022
-------	-----------------

Modulverantwortliche/r	Modultyp	Empf. Trimester
Prof. Dr. jur. Shirin Massumi	Wahlpflicht	6

Workload in (h)	Präsenzzeit in (h)	Selbststudium in (h)	ECTS-Punkte
150	48	102	5

Zugehörige Lehrveranstaltungen:

Nr.	Art	Veranstaltungsname	Teilnahme	TWS
15360	SE	Arbeits- und Sozialrecht Vertiefungskurs	Wahlpflicht	4
<b>Summe (Pflicht und Wahlpflicht)</b>				<b>4</b>

#### Empfohlene Voraussetzungen

Das Modul setzt die erfolgreiche Teilnahme am Modul „Arbeits- und Sozialrecht“ voraus.

#### Qualifikationsziele

Die Studierenden haben bereits das erlernte arbeits- und sozialrechtliche Grundwissen weiter verfestigt und erwerben zusätzliche Kenntnisse in der wissenschaftlichen Herangehensweise im Zusammenhang mit den Arbeitnehmerschutzrechten und den damit verbundenen Rechtsbeziehungen zwischen Arbeitnehmer und Arbeitgeber einerseits und der Erfüllung des grundgesetzlichen Auftrags zur Sicherung des Sozialstaatsprinzips andererseits. Sie sind in der Lage sich erfolgreich mit speziellen Fallbearbeitungen auseinanderzusetzen.

#### Inhalt

Der Vertiefungskurs Arbeits- und Sozialrecht beinhaltet die wissenschaftliche Aufarbeitung komplexerer Fachgebiete sowie Fallgestaltungen des Systems arbeits- und sozialrechtlicher Regulierungen.

#### Literatur

Alpmann-Schmidt, Arbeitsrecht, 23. Aufl., München 2022

A. Junker, Grundkurs Arbeitsrecht, 21. Aufl., München 2022

G. Schaub, Arbeitsrechts-Handbuch, 19. Aufl., München 2021

S. Knickrehm, R. Kreikebohm, R. Waltermann, Kommentar zum Sozialrecht, 7. Aufl., München 2021

W. Däubler, J. Hjort, M. Schubert, M. Wolmerath, Kommentar zum Arbeitsrecht, 5. Aufl., Baden-Baden 2022

<b>Leistungsnachweis</b>
Seminararbeit einschließlich Vortrag, benotet.
<b>Verwendbarkeit</b>
Das Modul kann als Grundlage für Bachelorarbeiten im Themenbereich Arbeits- und Sozialrecht genutzt werden.
<b>Dauer und Häufigkeit</b>
Das Modul erstreckt sich über 1 Trimester. Das Modul wird im Rahmen des Wahlpflichtangebots regelmäßig angeboten.

Modulname	Modulnummer
<b>Wirtschaftsrecht Vertiefungskurs</b>	1554

Konto	WPFL - HRM 2022
-------	-----------------

Modulverantwortliche/r	Modultyp	Empf. Trimester
Prof. Dr. jur. Shirin Massumi	Wahlpflicht	6

Workload in (h)	Präsenzzeit in (h)	Selbststudium in (h)	ECTS-Punkte
150	48	102	5

Zugehörige Lehrveranstaltungen:

Nr.	Art	Veranstaltungsname	Teilnahme	TWS
15540	SE	Wirtschaftsrecht Vertiefungskurs	Wahlpflicht	4
<b>Summe (Pflicht und Wahlpflicht)</b>				<b>4</b>

#### Empfohlene Voraussetzungen

Das Modul setzt die erfolgreiche Teilnahme am Modul „betriebliche Wertschöpfungsprozesse“ voraus.

#### Qualifikationsziele

Die Studierenden lernen weitere wichtige Teilbereiche des Wirtschaftsrechts wie Handels-/Gesellschaftsrecht, Kartell- und Wettbewerbsrecht, gewerblicher Rechtsschutz und europäischen Wirtschaftsrecht kennen. Die Studierenden werden befähigt rechtliche Konstellationen in der Praxis zu analysieren, einzuordnen und zu bewerten. Die Studierenden erwerben Methodenkompetenz in der rechtlichen Beurteilung von Lebenssachverhalten und werden damit in die Lage versetzt rechtliche Entscheidungen im Berufsleben zu treffen.

#### Inhalt

Der Vertiefungskurs Wirtschaftsrecht beinhaltet die wissenschaftliche Aufarbeitung komplexerer Wirtschaftsgebiete sowie aktuelle Fallgestaltungen im Wirtschaftsrecht.

#### Literatur

Müssig, Wirtschaftsprivatrecht, Lehrbuch, 23. Aufl., 2022

Weitere Literaturhinweise werden bei Bedarf im Verlauf des Seminars abhängig vom Thema der Seminararbeit gegeben.

#### Leistungsnachweis

Seminararbeit einschließlich Vortrag, benotet.

#### Verwendbarkeit

Das Modul kann als Grundlage für Bachelorarbeiten im Themenbereich Wirtschaftsrecht genutzt werden.

**Dauer und Häufigkeit**

Das Modul erstreckt sich über 1 Trimester. Das Modul wird im Rahmen des Wahlpflichtangebots regelmäßig angeboten.



Modulname	Modulnummer
<b>Forschungsseminar Arbeit und Motivation</b>	1555

Konto	WPFL - HRM 2022
-------	-----------------

Modulverantwortliche/r	Modultyp	Empf. Trimester
Prof. Dr. phil. habil. Julia Reif	Wahlpflicht	6

Workload in (h)	Präsenzzeit in (h)	Selbststudium in (h)	ECTS-Punkte
150	48	102	5

Zugehörige Lehrveranstaltungen:

Nr.	Art	Veranstaltungsname	Teilnahme	TWS
15550	SE	Forschungsseminar Arbeit und Motivation	Wahlpflicht	4
<b>Summe (Pflicht und Wahlpflicht)</b>				<b>4</b>

#### Empfohlene Voraussetzungen

Voraussetzungen für die erfolgreiche Teilnahme an diesem Modul sind ein Interesse an wissenschaftlichen Fragestellungen der Wirtschafts- und Organisationspsychologie, sowie die Bereitschaft, sich in allen Phasen des Moduls aktiv einzubringen und mitzuarbeiten.

#### Qualifikationsziele

Nach einer erfolgreichen Teilnahme am Modul sind die Studierenden in der Lage, basierend auf aktuellen wissenschaftlichen Erkenntnissen selbstständig in Gruppen eine Forschungsfrage zu einem aktuellen Thema aus den Bereichen Arbeit und Motivation zu erarbeiten und umzusetzen.

#### Inhalt

In diesem Wahlpflichtmodul werden gemeinsam mit den Studierenden konkrete Forschungsfragestellungen und entsprechende Untersuchungsdesigns zu einem psychologischen Thema aus den Bereichen Arbeit und Motivation entwickelt. Die konkrete Fragestellung, die Formulierung der Hypothesen und die methodische Vorgehensweise werden basierend auf grundlegender Literatur gemeinsam in der Veranstaltung erarbeitet. Die Studierenden sind von der Entwicklung einer Fragestellung über die Durchführung der empirischen Untersuchungen (im Feld, Labor, Internet, etc.) bis zur Berichterstellung (nach APA-Richtlinien) in einen vollständigen Forschungsprozess involviert.

#### Literatur

American Psychological Association (2020). Publication manual of the American Psychological Association: The official guide to APA style (7. Aufl.).

Sonnentag, S. (2006). Abschlussarbeiten und Dissertationen in der angewandten psychologischen Forschung. Hogrefe Verlag.

Spaeth-Hilbert, T., & Imhof, M. (2020). Bachelorarbeit in Psychologie. utb GmbH.
Leistungsnachweis
Seminararbeit.
Verwendbarkeit
Das Modul vertieft Inhalte verschiedener Pflichtmodule und dient zudem zur Vorbereitung und Qualifizierung für Abschlussarbeiten.
Dauer und Häufigkeit
Das Modul erstreckt sich über 1 Trimester. Das Modul wird im Rahmen des Wahlpflichtangebots regelmäßig angeboten.

Modulname	Modulnummer
<b>Blockchain-Technologie und Token-Ökonomie</b>	1556

Konto	WPFL - HRM 2022
-------	-----------------

Modulverantwortliche/r	Modultyp	Empf. Trimester
Prof. Dr. Rafaela Kraus	Wahlpflicht	6

Workload in (h)	Präsenzzeit in (h)	Selbststudium in (h)	ECTS-Punkte
150	48	102	5

## Zugehörige Lehrveranstaltungen:

Nr.	Art	Veranstaltungsname	Teilnahme	TWS
15560	SE	Blockchain-Technologie und Token-Ökonomie	Wahlpflicht	4
<b>Summe (Pflicht und Wahlpflicht)</b>				<b>4</b>

## Empfohlene Voraussetzungen

Voraussetzungen für die erfolgreiche Teilnahme an diesem Modul sind ein Interesse an den Themen Blockchain und Token Ökonomie bzw. grundsätzlich an technologischen Innovationen und deren Auswirkungen auf Wirtschaft, Gesellschaft und Staat.

## Qualifikationsziele

Nach einer erfolgreichen Teilnahme am Modul sind den Studierenden die Grundlagen von Blockchain Technologie und Token Ökonomie sowie deren technologische Innovationskraft und Potenziale bekannt. Studierende kennen die Anwendungsfälle der Technologie und können Möglichkeiten und Grenzen abschätzen. Sie sind auch in der Lage Anwendungsfälle in der Praxis anzuwenden und theoretisch tiefergehend zu analysieren.

## Inhalt

Im Wahlpflichtmodul erlernen Studierende wie die Blockchain Technologie funktioniert, welche Anwendungsfälle Blockchain Technologie bietet und inwieweit man die Technologie zur weiteren Digitalisierung von öffentlichen Institutionen und Privatwirtschaft sowie für den Aufbau von wirtschaftlichen, sozialen und öffentlichen Geschäftsmodellen und Projekten nutzen kann. Ebenso wird ein Ausblick auf die mögliche digitale Welt der Zukunft in Form einer Blockchain basierten Token-Ökonomie gegeben. Studierende erleben im Laufe des Kurses, dass Blockchain Technologie inzwischen weit mehr als Kryptowährungen ermöglicht, sondern eine Basis für zahlreiche Digitalisierungsmöglichkeiten und Geschäftsmodelle über Branchen hinweg bildet und dass dies bereits in der Realität der Fall ist. Neben den Potenzialen von Blockchain werden im Kurs aber auch Grenzen und Risiken von Blockchain und Token-Ökonomie diskutiert. Abgeschlossen wird der Kurs durch das konkrete eigene Anwenden und die gemeinsame Umsetzung und Diskussion von Anwendungsfällen rund um Blockchain und Token-Ökonomie.

<b>Literatur</b>
<p>Sandner, Philipp, Isabell Welp, and Andranik Tumasjan. Der Blockchain-Faktor: Wie die Blockchain unsere Gesellschaft verändern wird. BoD–Books on Demand, 2020.</p> <p>Hosp, Julian. Blockchain 2.0 – einfach erklärt – mehr als nur Bitcoin: Gefahren und Möglichkeiten aller 100 innovativsten Anwendungen durch Dezentralisierung, Smart Contracts, Tokenisierung und Co. einfach erklärt. FinanzBuch Verlag, 2018.</p> <p>Tapscott, Dan, Tapscott, Alex. Blockchain Revolution: How the Technology Behind Bitcoin and Other Cryptocurrencies Is Changing the World, Portfolio/Penguin, 2018.</p> <p>Weitere Literatur wird themenspezifisch im Seminar angegeben.</p>
<b>Leistungsnachweis</b>
<p>Portfolio, bestehend aus einer Case Study (verschriftlicht) und einer Präsentation mit Vortrag.</p>
<b>Verwendbarkeit</b>
<p>Die erlernten Inhalte können unmittelbar zur Beurteilung von Möglichkeiten und Grenzen der Nutzung von Blockchain Technologie für wirtschaftliche, gesellschaftliche, soziale und staatliche Fragestellungen verwendet werden. Konkrete Anwendungsfälle können erprobt und validiert sowie deren Umsetzung in der Praxis begleitet werden. Ferner wird eine Basis für eine vertiefte wissenschaftliche Auseinandersetzung mit dem Thema, z.B. in einer Abschlussarbeit, geschaffen.</p>
<b>Dauer und Häufigkeit</b>
<p>Das Modul erstreckt sich über 1 Trimester. Das Modul wird im Rahmen des Wahlpflichtangebots regelmäßig angeboten.</p>

Modulname	Modulnummer
<b>Forschungsseminar Führung</b>	1558

Konto	WPFL - HRM 2022
-------	-----------------

Modulverantwortliche/r	Modultyp	Empf. Trimester
Prof. Dr. phil. Ellen Schmid	Wahlpflicht	6

Workload in (h)	Präsenzzeit in (h)	Selbststudium in (h)	ECTS-Punkte
150	48	102	5

Zugehörige Lehrveranstaltungen:

Nr.	Art	Veranstaltungsname	Teilnahme	TWS
15580	SE	Forschungsseminar Führung	Wahlpflicht	4
<b>Summe (Pflicht und Wahlpflicht)</b>				<b>4</b>

#### Empfohlene Voraussetzungen

Voraussetzungen für die erfolgreiche Teilnahme an diesem Modul sind ein Interesse an wissenschaftlichen Fragestellungen der (Personal)Führung, sowie die Bereitschaft, sich in allen Phasen des Moduls aktiv einzubringen und mitzuarbeiten.

#### Qualifikationsziele

Nach einer erfolgreichen Teilnahme am Modul sind die Studierenden in der Lage, basierend auf aktuellen wissenschaftlichen Erkenntnissen selbstständig in Gruppen eine Forschungsfrage zu einem aktuellen Thema aus den Bereichen der Führung zu erarbeiten und umzusetzen.

#### Inhalt

In diesem Wahlpflichtmodul werden gemeinsam mit den Studierenden konkrete Forschungsfragestellungen und entsprechende Untersuchungsdesigns zu einem Thema aus den Bereichen Führung entwickelt. Die konkrete Fragestellung, die Formulierung der Hypothesen und die methodische Vorgehensweise werden basierend auf grundlegender Literatur gemeinsam in der Veranstaltung erarbeitet. Die Studierenden sind von der Entwicklung einer Fragestellung über die Durchführung der empirischen Untersuchungen (im Feld, Labor, Internet, etc.) bis zur Berichterstellung (nach APA-Richtlinien) in einen vollständigen Forschungsprozess involviert.

#### Literatur

American Psychological Association (2020). Publication manual of the American Psychological Association: The official guide to APA style (7. Aufl.).

Yukl, G. (2010). Leadership in Organizations, Global edition. Pearson.

Hoch, J. E., Bommer, W. H., Dulebohn, J. H., & Wu, D. (2018). Do ethical, authentic, and servant leadership explain variance above and beyond transformational leadership? A meta-analysis. Journal of Management, 44(2), 501-529.

Weitere Literatur wird im Seminar angegeben.
Leistungsnachweis
Seminararbeit.
Verwendbarkeit
Das Modul vertieft Inhalte verschiedener Pflichtmodule und dient zudem zur Vorbereitung und Qualifizierung für Abschlussarbeiten.
Dauer und Häufigkeit
Das Modul erstreckt sich über 1 Trimester. Das Modul wird im Rahmen des Wahlpflichtangebots regelmäßig angeboten.

Modulname	Modulnummer
<b>Grundlagen XR: Augmented und Virtual Reality in ausgewählten Kontexten</b>	1636

Konto	WPFL - HRM 2022
-------	-----------------

Modulverantwortliche/r	Modultyp	Empf. Trimester
Prof. Dr. rer. pol. Philipp Rauschnabel	Wahlpflicht	6

Workload in (h)	Präsenzzeit in (h)	Selbststudium in (h)	ECTS-Punkte
150	0	150	5

## Zugehörige Lehrveranstaltungen:

Nr.	Art	Veranstaltungsname	Teilnahme	TWS
16360	VHB	Grundlagen XR: Augmented und Virtual Reality in ausgewählten Kontexten	Wahlpflicht	4
<b>Summe (Pflicht und Wahlpflicht)</b>				<b>4</b>

Empfohlene Voraussetzungen
keine

Qualifikationsziele
Die Studierenden kennen die wesentlichen Begriffe aus dem Bereich XR und können diese abgrenzen. Sie sind zudem mit den Grundlagen der technischen Besonderheiten (bspw. Trackingverfahren, Displays etc.) vertraut und können diese entsprechend bewerten (bspw. Datenschutz, Kontrast etc.). Die Studierenden kennen zudem die Einsatzmöglichkeiten von XR in Unternehmen, insbesondere zu Unterstützung der Kernaufgaben, im Marketing sowie als neue Geschäftsmodelle und können entsprechende Use Cases systematisch bewerten und entwickeln. Sie vertiefen ihr Wissen in ausgewählten Domänen (z.B. XR im Tourismus). Durch die Praxisnähe des Kurses ist es ihnen möglich, das erworbene Wissen zur Lösung praxisnaher, ökonomischer, ökologischer, rechtlicher oder ethischer Problemstellungen mit XR-Bezug anzuwenden.

Inhalt
Die Online-Vorlesung "Grundlagen XR: Augmented und Virtual Reality in ausgewählten Kontexten" führt in die Grundlagen neuer Realitätsformate (insbes. Augmented Reality, Assisted Reality, Virtual Reality, Mixed Reality, 360° etc.) ein. Zu Beginn der Veranstaltung werden die begrifflichen Grundlagen dargelegt und diskutiert. Zudem lernen die Studierenden Grundlagen der dahinterliegenden Technologien (bspw. Tracking, Tiefenkameras oder See-Through-Displays) und die Grundlagen der menschlichen Informationsverarbeitung (bspw. Tiefensehen). Auf Basis dieser Grundlagen werden dann die Herausforderungen im professionellen Einsatz anhand aktueller Frameworks praxisnah dargelegt. Dabei werden drei Kernbereiche thematisiert: Der Einsatz im Marketing, der Einsatz zur Effizienzsteigerung (bspw. neue Trainingsansätze, Pick-by-Vision im Lager, Onboarding, Fabrikplanung etc.) und neue Geschäftsmodelle durch AR und VR. All diese Aspekte werden unter ökonomischen

(bspw. Erfolgsmessung), ökologischen (bspw. Retourensenkung), rechtlichen (bspw. Datenschutz) und ethischen Gesichtspunkten unter Berücksichtigung aktueller Forschung und Praxisbeispielen diskutiert. Zudem werden die Lehrmaterialien mit Input aus der Unternehmenspraxis angereichert, bspw. in Form von Fallstudien oder Interviews.
<b>Literatur</b>
Billinghamurst, M. (2021). Grand challenges for augmented reality. <i>Frontiers in Virtual Reality</i> , 2, 12. Peddie, J. (2017). <i>Augmented reality: Where we will all live</i> . Springer. Craig, A. B. (2013). <i>Understanding augmented reality: Concepts and applications</i> . Newnes. Rauschnabel, P. A., Felix, R., Hinsch, C., Shahab, H., & Alt, F. (2022). What is XR? Towards a Framework for Augmented and Virtual Reality. <i>Computers in Human Behavior</i> , 133, 107289. Rauschnabel, P. A., Babin, B. J., tom Dieck, M. C., Krey, N., & Jung, T. (2022). What is augmented reality marketing? Its definition, complexity, and future. <i>Journal of Business Research</i> , 142, 1140-1150. Vorlesungsspezifische Unterlagen (Videos, Podcasts, Readings, weitere deutsch- und englischsprachige Artikel)
<b>Leistungsnachweis</b>
sP-90, benotet
<b>Verwendbarkeit</b>
Das Modul bildet eine Grundlage für anwendungsorientierte Wahlpflichtmodule und Abschlussarbeiten.
<b>Dauer und Häufigkeit</b>
Das Modul erstreckt sich über 1 Trimester. Das Modul wird im Rahmen des Wahlpflichtangebots regelmäßig angeboten.
<b>Sonstige Bemerkungen</b>
Für die Teilnahme am Modul ist eine Registrierung und Anmeldung für den Kurs "Grundlagen XR: Augmented und Virtual Reality in ausgewählten Kontexten" auf der Website der Virtuellen Hochschule Bayern Voraussetzung.



Modulname	Modulnummer
<b>Nachhaltigkeit, Corporate Social Responsibility (CSR) und Environmental, Social, Governance (ESG)</b>	1637

Konto	WPFL - HRM 2022
-------	-----------------

Modulverantwortliche/r	Modultyp	Empf. Trimester
Prof. Dr. rer. pol. Manfred Sargl	Wahlpflicht	6

Workload in (h)	Präsenzzeit in (h)	Selbststudium in (h)	ECTS-Punkte
150	0	150	5

## Zugehörige Lehrveranstaltungen:

Nr.	Art	Veranstaltungsname	Teilnahme	TWS
16370	VHB	Nachhaltigkeit, Corporate Social Responsibility (CSR) und Environmental, Social, Governance (ESG)	Wahlpflicht	4
<b>Summe (Pflicht und Wahlpflicht)</b>				<b>4</b>

Empfohlene Voraussetzungen
keine
Qualifikationsziele
Die Studierenden verstehen die relevanten Systeme, Prinzipien, Bestandteile und Prozesse des Nachhaltigkeitsmanagements. Sie verfügen über das modelltheoretische und regulatorische Wissen, um an einem Nachhaltigkeits-(CSR- / ESG-) Managementsystem mitzuarbeiten. Sie verstehen die regulatorischen Grundlagen der Nachhaltigkeitsberichterstattung und den Zusammenhang mit dem Unternehmenscontrolling. Sie können Nachhaltigkeitsberichte analysieren und bei deren Erstellung mitwirken.
Inhalt
Das Modul umfasst die gesetzlichen Grundlagen für eine Nachhaltigkeitsberichterstattung (CSR / ESG) und die Funktionsweise der entsprechenden Managementsysteme. Es befasst sich mit den Standards, Werkzeugen und Methoden für Nachhaltigkeitsmanagement (CSR- / ESG-Management). Es wird dabei u.a. auf das Lieferkettengesetz und die Taxonomie-Verordnung der EU eingegangen.
Literatur
EU-Richtlinie: (EU) 2014/95 EU-Verordnung: (EU) 2021/2139 ISO Normen: 37000:2021, ISO 37301:2021; ISO 37001:2021 WRI & WBCSD: The Greenhouse Gas Protocol: A Corporate Accounting and Reporting Standard. Bundesregierung: Gesetz über die unternehmerischen Sorgfaltspflichten in Lieferketten Aktuelle Literatur wird themenabhängig ergänzt
Leistungsnachweis
sP-90, benotet

<b>Verwendbarkeit</b>
Das Modul kann als Grundlage für eine Master-Arbeit im Bereich Nachhaltigkeit genutzt werden.
<b>Dauer und Häufigkeit</b>
Das Modul erstreckt sich über ein Trimester. Es wird in jedem Studienjahr angeboten.
<b>Sonstige Bemerkungen</b>
Für die Teilnahme am Modul ist eine Registrierung und Anmeldung für den Kurs "Nachhaltigkeit, Corporate Social Responsibility (CSR) und Environmental, Social, Governance (ESG)" auf der Website der Virtuellen Hochschule Bayern Voraussetzung.

Modulname	Modulnummer
<b>Einführung in das Industriegütermarketing</b>	2491

Konto	WPFL - HRM 2022
-------	-----------------

Modulverantwortliche/r	Modultyp	Empf. Trimester
Prof. Dr. oec. publ. Carsten Rennhak	Wahlpflicht	6

Workload in (h)	Präsenzzeit in (h)	Selbststudium in (h)	ECTS-Punkte
150	0	150	5

Zugehörige Lehrveranstaltungen:

Nr.	Art	Veranstaltungsname	Teilnahme	TWS
24910	VHB	Einführung in das Industriegütermarketing	Wahlpflicht	4
<b>Summe (Pflicht und Wahlpflicht)</b>				<b>4</b>

Qualifikationsziele
<p>Die Studierenden verfügen über ein breites Grundwissen bezüglich der Aufgaben und Einsatzgebiete des Industriegütermarketings in Unternehmen und sind nach Abschluß des Moduls in der Lage, Themen des Industriegütermarketings als Teildisziplin des Marketings im Gebäude der Betriebswirtschaftslehre zu verorten und zwischen den Typologien des B2B-Marketings zu unterscheiden. Darüber hinaus können sie absatzmarktbezogene Problemstellungen auf der betrieblichen Ebene identifizieren und lösen. Sie sind in der Lage Produkt- und Markenpositionierungen auf die Marktgegebenheiten abzustimmen, Neuentwicklungen zu vermarkten und eine ökonomisch sinnvolle Preisgestaltung durchzuführen. Die Studierenden können Produkte in B2B-Märkten im Kommunikationsinstrumente-Kanon vermarkten und die passenden Kommunikationskanäle für die entsprechende Zielgruppe wählen. Sie sind in der Lage Konzepte des Key Account Management zu erarbeiten, anzupassen und anzuwenden.</p>
Inhalt
<p>Das Modul gibt einen Überblick über das Industriegütermarketing als Teildisziplin des Marketings. Hierbei werden verschiedene praxisrelevante Aspekte näher beleuchtet. Zum einen wird auf die Analyse von Absatzmärkten und deren Erforschung eingegangen. Ebenso wird den Studierenden eine zielführende Preisgestaltung und Produktpolitik vorgestellt. Des Weiteren werden eine praxisnahe Vertriebs- und Kommunikationspolitik und deren Verfahren behandelt. Als abschließender Schwerpunkt werden den Studierenden die Methoden des modernen Key Account Managements und den Customer Development Ansatz aufgezeigt.</p> <p>Industriegütermarketing ist in allen Industriesparten relevant, umfasst verschiedenste Aspekte (wie z. B. preisliche Abstimmungen, rechtliche Langzeitvereinbarungen und Vertriebsstrategien) und weist Besonderheiten in den Transaktionsprozessen auf, die diese Teildisziplin klar vom Konsumgütermarketing abgrenzen. Dementsprechend birgt das Thema eine hohe Relevanz für Studierende verschiedenster Disziplinen, welche in ihren Studiencurricula in der Regel keine Berührungspunkte mit der</p>

<p>Industriegütervermarktung aufweisen, aber in der Zukunft möglicherweise in genau diesen Branchen, in Marketing, Vertrieb oder Produktmanagement arbeiten werden. Die inhaltliche Konzeption des Moduls trägt diesem Aspekt besonders Rechnung, in dem die Lehrveranstaltung einen stark anwendungsorientierten Ansatz verfolgt.</p>
<p><b>Literatur</b></p> <p>Backhaus, K.; Voeth, M. (2014): Industriegütermarketing. Grundlagen des Business-to-Business-Marketings. 10., überarbeitete Auflage, Vahlen.</p> <p>Backhaus, K.; Voeth, M. (Hg.) (2015): Handbuch Business-to-Business-Marketing. Grundlagen, Geschäftsmodelle, Instrumente des Industriegütermarketing. 2., vollständig überarbeitete Auflage. Wiesbaden: Springer Gabler.</p> <p>Kreutzer R.T., Rumler A., Wille-Baumkauff B. (2015): Charakterisierung von B2B-Märkten. In: B2B-Online-Marketing und Social Media. Springer Gabler, Wiesbaden.</p> <p>Rennhak C., Opresnik M.O. (2016): Marketing: Grundlagen. Studienwissen kompakt. Springer Gabler, Berlin, Heidelberg</p> <p>Stangl U. (2005): Besonderheiten der Industriegüter-Marktforschung. In: Fröhlich-Glantschnig, E. (Hg.) Marketing im Perspektivenwechsel. Springer, Berlin, Heidelberg</p> <p>Bridges, E.; Goldsmith, R. E.; Hofacker, C. F. (2005): Attracting and Retaining Online Buyers: Comparing B2B and B2C Customers. In: Advances in Electronic Marketing. IGI Global, 2005. 1-27.</p> <p>Iankova, S.; Davies, I.; Archer-Brown, C.; Marder, B.; Yau, A. (2018): A comparison of social media marketing between B2B, B2C and mixed business models. In: Industrial Marketing Management (2018).</p> <p>Vinod, K.; Raheja, E. G. (2012): Business to business (b2b) and business to consumer (b2c) management. In: International Journal of Computers &amp; Technology 3.3b. 447-451.</p> <p>Wiersema, F. (2013): The B2B agenda: The current state of B2B marketing and a look ahead. In: Industrial Marketing Management 4.42 (2013): 470-488.</p> <p>Mattson, J. (2012): Strategic insights from mystery shopping in B2B relationships. In: Journal of Strategic Marketing, Vol. 20 (4), 313-322</p> <p>Weitere aktuelle – auch englischsprachige – Literatur wird fortlaufend hinzugefügt und frühzeitig bekannt gegeben.</p>
<p><b>Leistungsnachweis</b></p> <p>Portfolio (Essay und Testat). Alle Teilleistungen müssen bestanden werden.</p>
<p><b>Verwendbarkeit</b></p> <p>Das Modul kann als Grundlage für Abschlussarbeiten im Themenbereich dienen.</p>

<b>Dauer und Häufigkeit</b>
Das Modul erstreckt sich über 1 Trimester. Es wird im Rahmen des Wahlpflichtangebots regelmäßig angeboten.
<b>Sonstige Bemerkungen</b>
Für die Teilnahme am Modul ist eine Registrierung und Anmeldung für den Kurs "Einführung in das Industriegütermarketing" auf der Website der Virtuellen Hochschule Bayern Voraussetzung.

Modulname	Modulnummer
Datenschutz im Wirtschafts- und Arbeitsleben	2819

Konto	WPFL - HRM 2022
-------	-----------------

Modulverantwortliche/r	Modultyp	Empf. Trimester
Prof. Dr. jur. Shirin Massumi	Wahlpflicht	6

Workload in (h)	Präsenzzeit in (h)	Selbststudium in (h)	ECTS-Punkte
150	48	102	5

Zugehörige Lehrveranstaltungen:

Nr.	Art	Veranstaltungsname	Teilnahme	TWS
28190	SE	Datenschutz im Wirtschafts- und Arbeitsleben	Wahlpflicht	4
<b>Summe (Pflicht und Wahlpflicht)</b>				<b>4</b>

#### Empfohlene Voraussetzungen

Das Modul setzt die erfolgreiche Teilnahme am Modul „Betriebliche Wertschöpfungsprozesse“ voraus.

#### Qualifikationsziele

Die Studierenden erwerben vertieftes Wissen auf dem Gebiet des Wirtschaftsrechts und können die Auswirkungen des Datenschutzes auf das Wirtschafts- und Arbeitsleben analysieren, einordnen und bewerten. Die Studierenden werden zu einer eigenverantwortlichen Problemlösung im Bereich des Datenschutzes im Wirtschaftsleben befähigt.

#### Inhalt

Das Modul beleuchtet nach einer Auseinandersetzung mit der Historie des Datenschutzes in Deutschland die rechtlichen Rahmenbedingungen für den Datenschutz wie die europäische Datenschutzgrundverordnung sowie das deutsche Bundesdatenschutzgesetz. Die Thematik des Datenschutzes im Wirtschaftsleben wird mit zahlreichen Beispielen aus der Praxis näher beleuchtet wie unter anderem die Verarbeitung von Beschäftigtendaten, Videoüberwachung, Bestellung eines Datenschutzbeauftragten sowie die Rolle der Aufsichtsbehörden wird Gegenstand des Wahlpflichtmoduls.

#### Literatur

Rüpke / v. Lewinski / Eckhardt, Datenschutzrecht, Grundlagen und europarechtliche Neugestaltung, 2. Aufl., München 2022

Däubler, Gläserne Belegschaften, Das Handbuch zum Beschäftigtendatenschutz, 9. Aufl., Frankfurt am Main 2021

Haaz, Aufgaben des Datenschutzbeauftragten, 1. Aufl., München 2022

P. Gola, D. Heckmann, Kommentar Datenschutz-Grundverordnung Bundesdatenschutzgesetz, 3. Aufl., München 2022
B. Paal, D. Pauly, Kommentar Datenschutz-Grundverordnung Bundesdatenschutzgesetz, 3. Aufl., München 2021
<b>Leistungsnachweis</b>
Seminararbeit einschließlich Vortrag, benotet.
<b>Verwendbarkeit</b>
Das Modul kann als Grundlage für Bachelorarbeiten im Themenbereich Wirtschafts- und Arbeitsrecht genutzt werden.
<b>Dauer und Häufigkeit</b>
Das Modul erstreckt sich über 1 Trimester. Das Modul wird im Rahmen des Wahlpflichtangebots regelmäßig angeboten.

Modulname	Modulnummer
Medienjournalismus	2999

Konto	WPFL - HRM 2022
-------	-----------------

Modulverantwortliche/r	Modultyp	Empf. Trimester
Prof. Dr. phil. Sonja Kretzschmar	Wahlpflicht	6

Workload in (h)	Präsenzzeit in (h)	Selbststudium in (h)	ECTS-Punkte
150	48	102	5

Zugehörige Lehrveranstaltungen:

Nr.	Art	Veranstaltungsname	Teilnahme	TWS
29990	SU	Medienjournalismus	Wahlpflicht	4
<b>Summe (Pflicht und Wahlpflicht)</b>				<b>4</b>

Qualifikationsziele
<p><b>Fachkompetenz:</b> Die Studierenden erwerben die Fähigkeit, sich kritisch mit den uns umgebenden Medien auseinanderzusetzen und argumentativ über verschiedene Medienthemen und ihre gesellschaftliche Relevanz zu berichten. Sie erlernen, wie man Material für einen Beitrag recherchiert, sich inhaltlich einem medienjournalistischen Thema nähert und einen eigenen Zugang zur Realisation findet.</p> <p><b>Diskurskompetenz:</b> In der Auseinandersetzung über verschiedene Möglichkeiten, medienjournalistische Themen zu bearbeiten, diskutieren die Studierenden über Darstellungsmöglichkeiten und können Qualitätskriterien im Medienjournalismus benennen.</p>
Inhalt
<p>Von FakeNews über Influencer zu Augmented Reality im Journalismus: Dieses Praxis- Seminar beschäftigt sich mit der Berichterstattung und der Analyse von Entwicklungen, Produkten und Innovationen unserer medialen Wirklichkeit. Die Studierenden setzen sich mit Themen der Produktion, Rezeption und Politik der Medien auseinander. Medien(selbst-)kritik und medienethische Gesichtspunkte fließen in die Auseinandersetzung ein. Aufbauend auf das Bachelor-Modul „Innovation im Journalismus“ werden Beiträge erarbeitet, die in Anlage und Aufbau die medienjournalistische Argumentation stützen. In Zweier-Teams erstellen die Studierenden Video- und Text- Beiträge für ein Multimedia- Dossier.</p>
Literatur
<p>Eberwein, T. (2020). Medienselbstkontrolle. In Handbuch Medienökonomie (pp. 1493-1509). Springer VS, Wiesbaden.</p> <p>Jackob, N., Jakobs, I., Qiring, O., Schultz, T., Schemer, C., &amp; Ziegele, M. (2019). Medienskepsis und Medienzynismus. Funktionale und dysfunktionale Formen von Medienkritik. ComSoc Communicatio Socialis, 52(1), 19-35.</p>



Neverla, I. (2019). Medienkritik und Medienjournalismus. Über Herausforderungen der (Selbst-) Reflexion in der mediatisierten Gesellschaft. *ComSoc Communicatio Socialis*, 52(1), 7-18.

Schicha, C. (2017, January). Medienskandale in der Medienkritik von Medienexperten– Journalistische Normverletzungen als Thema im NDR-Medienmagazin ZAPP. In *Gesellschaft ohne Diskurs?* (pp. 181-198). Nomos Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG.

#### Leistungsnachweis

Portfolio. Das Portfolio besteht aus verschiedenen Teilbeiträgen, die so zu erstellen sind, dass sie journalistischen Maßstäben und Gepflogenheiten sowie presserechtlichen Vorschriften entsprechen und publikationsfähig sind.

#### Dauer und Häufigkeit

Das Modul erstreckt sich über 1 Trimester. Das Modul wird im Rahmen des Wahlpflichtangebots regelmäßig angeboten.

Modulname	Modulnummer
PR Vertiefungskurs	3624

Konto	WPFL - HRM 2022
-------	-----------------

Modulverantwortliche/r	Modultyp	Empf. Trimester
Prof. Dr. oec. publ. Carsten Rennhak	Wahlpflicht	6

Workload in (h)	Präsenzzeit in (h)	Selbststudium in (h)	ECTS-Punkte
150	0	150	5

Zugehörige Lehrveranstaltungen:

Nr.	Art	Veranstaltungsname	Teilnahme	TWS
36240	VHB	PR Vertiefungskurs	Wahlpflicht	4
<b>Summe (Pflicht und Wahlpflicht)</b>				<b>4</b>

Qualifikationsziele
Die Studierenden haben das bereits erlernte Grundwissen im Bereich der PR weiter vertieft und sich intensiver mit der wissenschaftlichen Herangehensweise im Zusammenhang mit der Öffentlichkeitsarbeit beschäftigt. Als weitere Zusatzqualifikation verfügen die Studierenden über profunde Kenntnisse zur Krisenkommunikation und sind in der Lage, Kommunikationsinstrumente auf ihre Wirkung hin zu beurteilen. Dies befähigt die Studierenden im Rahmen ihrer anschließenden wissenschaftlichen Abschlussarbeiten sich erfolgreich mit Public Relations auseinanderzusetzen.
Inhalt
Der Vertiefungskurs PR behandelt zu Beginn die verschiedenen Theorien und Modelle der PR in zwei Blöcken. Danach folgt das Thema Krisenkommunikation in Theorie und Praxis. Der letzte Block beschäftigt sich mit dem PR-Controlling.
Literatur
<p>Grunig, J. E./ Hunt, T. (1984). Managing Public Relations. New York: Holt, Rinehart &amp; Winston.</p> <p>Kunczik, M. (2010): Public Relations. Konzepte und Theorien. 5. Köln, Weimar und Wien</p> <p>Liehr, K./ Peters, P./ Zerfaß, A. (2010). Reputation messen und bewerten – Grundlagen und Methoden. In J. Pfannenbergs &amp; A. Zerfaß (Hrsg.), Wertschöpfung durch Kommunikation: Strategisches Kommunikations-Controlling in der Unternehmenspraxis (S. 153-164). Frankfurt am Main: Frankfurter Allgemeine Buch.</p> <p>Rolke, L./ Zerfaß, A. (2014). Erfolgsmessung und Controlling der Unternehmenskommunikation: Wertbeitrag, Bezugsrahmen und Vorgehensweisen. In Handbuch Unternehmenskommunikation (pp. 863-885). Springer Fachmedien Wiesbaden.</p>

Zerfaß, A. (2015). Kommunikations-Controlling: Steuerung und Wertschöpfung. Handbuch der Public Relations: Wissenschaftliche Grundlagen und berufliches Handeln. Mit Lexikon, 715-738.
Coombs, W.T. (2012). Ongoing Crisis Communication: Planning, Managing, and Responding, 3rd ed., SAGE Publications, Thousands Oaks.
<b>Leistungsnachweis</b>
Portfolio (Essay und Testat). Alle Teilleistungen müssen bestanden werden.
<b>Verwendbarkeit</b>
Das Modul ergänzt den Grundlagenkurs und kann als Basis für Abschlussarbeiten im Themenbereich dienen.
<b>Dauer und Häufigkeit</b>
Das Modul erstreckt sich über 1 Trimester. Es wird im Rahmen des Wahlpflichtangebots regelmäßig angeboten.
<b>Sonstige Bemerkungen</b>
Für die Teilnahme am Modul ist eine Registrierung und Anmeldung zu "Public Relations Vertiefungskurs" auf der Website der Virtuellen Hochschule Bayern Voraussetzung.

Modulname	Modulnummer
<b>Guided Research Project</b>	3701

Konto	WPFL - HRM 2022
-------	-----------------

Modulverantwortliche/r	Modultyp	Empf. Trimester
Prof. Dr. rer. pol. Thomas Wüstrich	Wahlpflicht	6

Workload in (h)	Präsenzzeit in (h)	Selbststudium in (h)	ECTS-Punkte
150	12	138	5

Zugehörige Lehrveranstaltungen:

Nr.	Art	Veranstaltungsname	Teilnahme	TWS
37010	SE	Guided Research Project	Wahlpflicht	4
<b>Summe (Pflicht und Wahlpflicht)</b>				<b>4</b>

#### Empfohlene Voraussetzungen

Bestandenes Modul Quantitative und Qualitative Methoden.

Bibliotheksschulungen.

Individuelle Voraussetzungen zum jeweiligen Thema werden vom Betreuer vorgegeben.

#### Qualifikationsziele

Nach erfolgreicher Absolvierung eines Guided Research Projects haben die Studierenden das grundlegende Handwerkszeug zum selbstständigen wissenschaftlichen Arbeiten durch die individuelle Betreuung durch ein professorales Fakultätsmitglied erworben.

Dazu gehören insbesondere die strukturierte und systematische Literaturrecherche in internationalen Fachzeitschriften mit Peer-Review, den Umgang mit Theorien (bspw. Anwendung, Entwicklung oder Weiterentwicklung) sowie die Anwendung fortgeschrittener Forschungsmethoden auf hohem Niveau (insbes. qualitative und/oder quantitative Methoden). Die Studierenden sind in der Lage, die Ergebnisse in Form eines wissenschaftlichen Manuskripts in den üblichen Standards von Fachzeitschriften aus der jeweiligen Disziplin zu dokumentieren.

#### Inhalt

- Themenfindung
- Literaturrecherche
- Theorieentwicklung
- Herleitung von Hypothesen und/oder Forschungsfragen
- Anwendung von Forschungsmethoden

- Erstellung eines Ergebnismanuskripts (Seminararbeit)
<b>Literatur</b>
Crane, A., Henriques, I., Husted, B. W., & Matten, D. (2016). What constitutes a theoretical contribution in the business and society field?. <i>Business &amp; Society</i> , 55(6), 783-791.
Gulati, R. (2007), "Tent Poles, tribalism, and Boundary Spanning: The Rigor-Relevance Debate in Management Science," <i>Academy of Management Journal</i> , 50 (4), 775-782.
Hair, J.F.; Black, W.C.; Babin, B.J.; Anderson, R.E. (2018) <i>Multivariate Data Analysis</i> , 8th ed., Cengage Learning EMEA.
Webster, J., & Watson, R. T. (2002). Analyzing the past to prepare for the future: Writing a literature review. <i>MIS quarterly</i> , xiii-xxiii.
Individuelle Literatur ergibt sich aus den jeweiligen Themen.
<b>Leistungsnachweis</b>
Seminararbeit mit Vortrag, benotet.
<b>Verwendbarkeit</b>
Grundlage für Abschlussarbeiten.
<b>Dauer und Häufigkeit</b>
Das Modul erstreckt sich über 1 Trimester. Das Modul wird im Rahmen des Wahlpflichtangebots regelmäßig im FT angeboten. Das Modul kann nach Zustimmung des Prüfungskommissionsvorsitzenden auch in anderen Trimestern angeboten werden.

Modulname	Modulnummer
<b>Djing and the Secrets of Personal Branding</b>	3708

Konto	WPFL - HRM 2022
-------	-----------------

Modulverantwortliche/r	Modultyp	Empf. Trimester
Prof. Dr. Rafaela Kraus	Wahlpflicht	6

Workload in (h)	Präsenzzeit in (h)	Selbststudium in (h)	ECTS-Punkte
150	0	150	5

## Zugehörige Lehrveranstaltungen:

Nr.	Art	Veranstaltungsname	Teilnahme	TWS
37080	VHB	Djing and the Secrets of Personal Branding	Wahlpflicht	4
<b>Summe (Pflicht und Wahlpflicht)</b>				<b>4</b>

Qualifikationsziele
Students have acquired knowledge of concepts, theories, models and methods that play a role in the creation of a personal brand. They know methods of self-assessment and newer developments in the field of personal branding and can implement these in the form of a social media strategy. In the methods part of the course they have acquired competencies for the development of a personal web presence.
Inhalt
In this course, students learn the basics of branding and understand the functional perspective of a brand. They develop an understanding of the similarities and differences between successful product/corporate brands and personal brands. They understand why the creation of a personal brand is essential in the process of recruiting employees and they are able to identify their personal brand core through psychological self-assessment. Using the business case "Djing" they develop an understanding of the mechanisms, necessary skills and success factors related to brand building and are able to develop their own personal brand design.
Literatur
Gorbatov, S., Khapova, S. und Lysova, E. 2018. „Personal branding: interdisciplinary systematic review and research agenda“, <i>Frontiers in psychology</i> (9), S. 1–17.
Leistungsnachweis
Portfolio.
Verwendbarkeit
The module complements the compulsory modules 3605 "Human Resources" and 3608 "Betriebliche Wertschöpfungsprozesse“.

<b>Dauer und Häufigkeit</b>
The module extends over 1 trimester. The module is regularly offered as part of the mandatory elective offer.
<b>Sonstige Bemerkungen</b>
To participate in this module you have to register at Virtuelle Hochschule Bayern and take the course "Djing and the Secrets of Personal Branding" additionally.

Modulname	Modulnummer
Change Management	3773

Konto	WPFL - HRM 2022
-------	-----------------

Modulverantwortliche/r	Modultyp	Empf. Trimester
Prof. Dr. Rafaela Kraus	Wahlpflicht	6

Workload in (h)	Präsenzzeit in (h)	Selbststudium in (h)	ECTS-Punkte
150	48	102	5

Zugehörige Lehrveranstaltungen:

Nr.	Art	Veranstaltungsname	Teilnahme	TWS
37730	SE	Change Management	Wahlpflicht	4
<b>Summe (Pflicht und Wahlpflicht)</b>				<b>4</b>

Qualifikationsziele
Die Studierenden kennen Konzepte, Theorien, Modelle und Methoden, die sich mit Wandel und dessen Management beschäftigen. Sie kennen neuere Entwicklungen im Change Management und können diese beurteilen. Durch die Teilnahme an dem Planspiel SysTeamsChange sind sie dazu befähigt, Probleme im Change Management zu analysieren und eigenständig Lösungen zu entwickeln.
Inhalt
In diesem Modul wird neben den theoretischen Bausteinen des Wandels auch auf den Prozess von Veränderungen vor dem Hintergrund ihrer Determinanten und Konsequenzen eingegangen. Zudem werden die Zusammenhänge zwischen Macht und Widerstand in Veränderungsprozessen verdeutlicht. Die häufig unterschätzte Kommunikation im Wandel sowie die Aspekte von Führung in diesen Kontexten werden ebenfalls thematisiert.
Literatur
Cameron, E. und Green, M. 2015. Making sense of change management: A complete guide to the models, tools and techniques of organizational change, London: Kogan Page Publishers.
Dawson, P. und Andriopoulos, C. 2017. Managing change, creativity & innovation, London: SAGE.
Leistungsnachweis
Seminararbeit.
Verwendbarkeit
Das Modul stellt eine Ergänzung zu den Pflichtmodulen „Organisationskommunikation I“, „Organisationskommunikation II“ und „Human Resource Management“ und zu der Lehrveranstaltung "Prozessmanagement" dar.



**Dauer und Häufigkeit**

Das Modul erstreckt sich über 1 Trimester. Das Modul wird im Rahmen des Wahlpflichtangebots regelmäßig angeboten.

Modulname	Modulnummer
<b>Potenzialanalysen zur Personalentwicklung</b>	3785

Konto	WPFL - HRM 2022
-------	-----------------

Modulverantwortliche/r	Modultyp	Empf. Trimester
Dipl.-Kffr. Anja Bendixen-Danowski	Wahlpflicht	6

Workload in (h)	Präsenzzeit in (h)	Selbststudium in (h)	ECTS-Punkte
150	48	102	5

## Zugehörige Lehrveranstaltungen:

Nr.	Art	Veranstaltungsname	Teilnahme	TWS
37850	SE	Potenzialanalysen zur Personalentwicklung	Wahlpflicht	4
<b>Summe (Pflicht und Wahlpflicht)</b>				4

## Empfohlene Voraussetzungen

Die Studierenden sollten bereit sein, ihr Verhalten kritisch zu reflektieren. Außerdem ist ein Interesse an der persönlichen Weiterentwicklung unabdingbar.

## Qualifikationsziele

Die Studierenden verfügen über ein breites Grundwissen bezüglich der wissenschaftlichen Erkenntnisse zur Entwicklung von Persönlichkeitstests. Darüber hinaus wissen sie, Potenzialanalysen in der beruflichen Praxis zur Personalentwicklung strategisch einzusetzen. Sie sind in der Lage, eine Potenzialanalyse mit Selbst- und Fremdbild eigenständig auszuwerten und die Ergebnisse zu interpretieren. Didaktisches Ziel ist außerdem der Ausbau der sozialen Kompetenzen, durch die Auseinandersetzung mit dem eigenen Selbst- und Fremdbild.

## Inhalt

Um Talente zu finden und zu entwickeln, setzen viele Unternehmen Potenzialanalysen ein. Aufgrund der hohen Objektivität, Validität und Reliabilität dieser standardisierten Methode reduziert sich die „unbewusste Voreingenommenheit“ (eng. „Unconscious Bias“). Mit Hilfe des von der Bochumer Ruhr-Universität entwickelten Persönlichkeitstests „BIP – Bochumer Inventar zur berufsbezogenen Persönlichkeitsbeschreibung“ erstellen die Studierenden ein Selbst- und Fremdbild sowie einen persönlichen Entwicklungsplan für ihre Zukunft. Jeder Studierende wertet den eigenen Fragebogen aus und erhält damit tiefe Einblicke in die Konstruktion solcher Tests. Thematisiert wird, warum für die persönliche Weiterentwicklung die Auseinandersetzung mit „Blinden Flecken“ und dem „Unbekannten“ notwendig ist.

## Literatur

Hossiep, Rüdiger; Paschen, Michael, Mühlhaus, Oliver (2003): BIP. Das Bochumer Inventar zur berufsbezogenen Persönlichkeitsbeschreibung. Manual. Göttingen: Hogrefe.

Hossiep, Rüdiger; Paschen, Michael, Mühlhaus, Oliver (2003): BIP. Das Bochumer Inventar zur berufsbezogenen Persönlichkeitsbeschreibung. Hinweise für Teilnehmer. Göttingen: Hogrefe.

Hossiep, Rüdiger; Paschen, Michael, Mühlhaus, Oliver (2003): BIP. Das Bochumer Inventar zur berufsbezogenen Persönlichkeitsbeschreibung. Selbstbild, Fremdbild und Persönlichkeit. Göttingen: Hogrefe.

Hossiep, Rüdiger; Mühlhaus, Oliver (2015): Personalauswahl und -entwicklung mit Persönlichkeitstests. Göttingen: Hogrefe.

Kanning, Uwe Peter; Kempermann, Hang (2012): Fallbuch BIP. Göttingen: Hogrefe.

Simon, Walter (2006): Persönlichkeitsmodelle und Persönlichkeitstests. 15 Persönlichkeitsmodelle für Personalauswahl, Persönlichkeitsentwicklung, Training und Coaching. Offenbach: Gabal.

Anm.: Die gesamte Literatur wird im Trimester-Apparat zur Verfügung gestellt, da sie z.T. nicht käuflich erwerbbar ist.

#### Leistungsnachweis

Seminararbeit mit Präsentation, benotet.

#### Verwendbarkeit

Das Modul ergänzt das Pflichtmodul "Human Resources".

#### Dauer und Häufigkeit

Das Modul erstreckt sich über 1 Trimester. Es wird im Rahmen des Wahlpflichtangebots regelmäßig angeboten.

Modulname	Modulnummer
<b>Projektmanagement und Projektführung</b>	3786

Konto	WPFL - HRM 2022
-------	-----------------

Modulverantwortliche/r	Modultyp	Empf. Trimester
Dipl.-Kffr. Anja Bendixen-Danowski	Wahlpflicht	6

Workload in (h)	Präsenzzeit in (h)	Selbststudium in (h)	ECTS-Punkte
150	48	102	5

## Zugehörige Lehrveranstaltungen:

Nr.	Art	Veranstaltungsname	Teilnahme	TWS
37860	SE	Projektmanagement und Projektführung	Wahlpflicht	4
<b>Summe (Pflicht und Wahlpflicht)</b>				<b>4</b>

Qualifikationsziele
Die Studierenden verfügen über eine hohe Fach- und Methodenkompetenz im Projektmanagement. Durch die Teilnahme sind sie befähigt, kleinere Projekte selbst zu leiten. Soziale Kompetenz wird vermittelt, indem die Studierenden lernen, innerhalb der Projektarbeit eigenes und fremdes Verhalten zu reflektieren. Es wird ein Verständnis für ethisches Handeln im Projektmanagement entwickelt.
Inhalt
Das Modul Projektmanagement und Projektführung besteht aus zwei Teilen. Zum einen behandelt es das klassische Projektmanagement aus theoretischer und praktischer Sicht unter Berücksichtigung von Agilität und Scrum. Zum anderen setzt es einen Schwerpunkt auf den Faktor „Mensch im Projekt“ (z.B. Gruppenbildung, Motivation, Konflikte, Zeitmanagement). Es baut dabei auf dem im Pflichtmodul Human Resources vermittelten Verständnis für eine verhaltensorientierte Steuerung von Individuen und Gruppen auf. Besonderheiten der Projektführung wie beispielsweise „laterale Führung“ bzw. „agile Führung“ werden kritisch gewürdigt.
Literatur
Kuster, Jürg; Bachmann, Christian; Huber, Eugen (2019): Handbuch Projektmanagement. Agil – Klassisch – Hybrid. (4. Aufl.). Wiesbaden: Springer.
Motzel, Erhard; Möller, Thor (2017): Projektmanagement Lexikon. Weinheim: Wiley.
Peipe, Sabine (2018): Crashkurs Projektmanagement. Freiburg: Haufe.
Preußig, Jörg (2018): Agiles Projektmanagement. Agilität und Scrum im klassischen Projektumfeld. Freiburg: Haufe.
Leistungsnachweis
Seminararbeit mit Präsentation, benotet.

**Verwendbarkeit**

Das Modul ergänzt das Pflichtmodul "Human Resources". Darüber hinaus können die Studierenden auf freiwilliger zusätzlicher Selbststudium-Basis eine kostenpflichtige Zertifizierung als „Certified Junior Project Manager“ (IAPM) online beantragen und durchführen, auch ohne praktische Projekterfahrung.

**Dauer und Häufigkeit**

Das Modul erstreckt sich über 1 Trimester. Das Modul wird im Rahmen des Wahlpflichtangebots regelmäßig angeboten.

Modulname	Modulnummer
<b>Grundlagen Business Analytics</b>	3856

Konto	WPFL - HRM 2022
-------	-----------------

Modulverantwortliche/r	Modultyp	Empf. Trimester
Prof. Dr. Uwe Messer	Wahlpflicht	6

Workload in (h)	Präsenzzeit in (h)	Selbststudium in (h)	ECTS-Punkte
150	48	102	5

Zugehörige Lehrveranstaltungen:

Nr.	Art	Veranstaltungsname	Teilnahme	TWS
38560	SU	Grundlagen Business Analytics	Wahlpflicht	4
<b>Summe (Pflicht und Wahlpflicht)</b>				<b>4</b>

Qualifikationsziele
Die Studierenden verfügen über fundiertes Grundwissen im Hinblick auf den Einsatz und die Aufgaben von Business Analytics. Sie verstehen das Zusammenspiel von Daten, Informationstechnologie und statistischen Methoden zum Zweck der Entscheidungsunterstützung.
Inhalt
Die Veranstaltung befasst sich mit grundlegenden Themen von Business Analytics. In diesem Kontext werden die Studierenden mit einschlägigen Theorien, Ansätzen und Prozessen von Business Analytics vertraut gemacht. Die Veranstaltung widmet sich unter anderem den Datenquellen im Unternehmen, sowie Möglichkeiten der Datenhaltung- und Abfrage. Darüber hinaus werden Datenaufbereitungs- und Modellierungsansätze (deskriptiv, prädiktiv, und präskriptiv) sowie das Reporting (z.B. mittels Dashboards) thematisiert.
Literatur
Sherman, R. (2014). Business intelligence guidebook: From data integration to analytics. Newnes.
International Journal of Business Analytics (IJBAN)
Müller, R. M., & Lenz, H. J. (2013). Business intelligence. Berlin, Heidelberg: Springer Berlin Heidelberg.
Seiter, M. (2017). Business Analytics: Effektive Nutzung fortschrittlicher Algorithmen in der Unternehmenssteuerung. Vahlen.
Weitere Lehrbücher, Praxisliteratur und ggf. englischsprachige Journalpublikationen werden in der Veranstaltung bekanntgegeben.

<b>Leistungsnachweis</b>
Portfolio.
<b>Verwendbarkeit</b>
Dieses Modul vertieft die Kompetenz im Umgang mit Daten und kann als Grundlage für Abschlussarbeiten dienen.
<b>Dauer und Häufigkeit</b>
Das Modul erstreckt sich über 1 Trimester. Das Modul wird im Rahmen des Wahlpflichtangebots regelmäßig angeboten.

Modulname	Modulnummer
Design Thinking	3857

Konto	WPFL - HRM 2022
-------	-----------------

Modulverantwortliche/r	Modultyp	Empf. Trimester
Prof. Dr. Rafaela Kraus	Wahlpflicht	6

Workload in (h)	Präsenzzeit in (h)	Selbststudium in (h)	ECTS-Punkte
150	48	102	5

Zugehörige Lehrveranstaltungen:

Nr.	Art	Veranstaltungsname	Teilnahme	TWS
38570	SE	Design Thinking	Wahlpflicht	4
<b>Summe (Pflicht und Wahlpflicht)</b>				<b>4</b>

#### Empfohlene Voraussetzungen

- Offenheit für neue Denkansätze und Gestaltungsmöglichkeiten
- Motivation zu aktiver Teilnahme und zur Schaffung von Innovation
- Offenheit zu Gruppenarbeit und Diskussionen

#### Qualifikationsziele

Das Wahlpflichtmodul ermöglicht es Studierenden, detailliertes Wissen über die im Modul gegenständigen Fachthemen zu erlangen. Dieses Fachwissen beinhaltet:

- Der Design Thinking Mikro- und Makroprozess
- Einsatz von Design Thinking in Entrepreneurship und Intrapreneurship
- Benennung der Verwendung von Design Thinking anhand Fallbeispiele aus der Wirtschaft
- Erlangung von Innovations- und Transformationskompetenzen
- Einblick in Aspekte des Produktentwicklungsprozesses

Darüber hinaus haben Studierende die Möglichkeit, sich weitere Kompetenzen anzueignen. Die Studierenden:

- können ihre Kreativität entfalten;
- erlernen Zusammenarbeit in Teams und die arbeitsteilige Bewältigung komplexer Aufgaben;



- lernen in Gruppenarbeit abgegrenzte Beiträge eigenverantwortlich zu bearbeiten;
- üben Teamfähigkeit, Konfliktfähigkeit sowie arbeitsteiliges Problemlösen;
- erlernen Ansätze von Führungsfähigkeiten und Verantwortungsübernahme;
- erlernen Kompetenzen in Kommunikation, Storytelling und Präsentation;
- können bearbeitete Projektergebnisse präsentieren und gegen kritische Einwände verteidigen;

### Inhalt

Das Wahlpflichtmodul beschäftigt sich mit Design Thinking besonders in den Bereichen Entrepreneurship und Intrapreneurship. Design Thinking beschreibt einen Ansatz, um komplexe und oftmals unklar definierte Probleme in innovative Ideen zu überführen. Das Ziel ist es hierbei, den Menschen in den Mittelpunkt des Unterfangens zu stellen (Human-Centred Design) sowie die Aspekte der Machbarkeit (feasibility), Wirtschaftlichkeit (viability) und Nutzen (desireability) sicherzustellen. Im Rahmen des Wahlpflichtmoduls werden folgende Lehrinhalte vermittelt:

- Design Thinking Grundlagen
- Der Design Thinking Mikroprozess
- Der Design Thinking Makroprozess
- Der Problemraum des Design Thinking Prozesses
- Der Lösungsraum des Design Thinking Prozesses
- Methoden zur Identifikation von Problemen
- Methoden zur Generierung von Ideen
- Methoden für das Prototyping und Testing
- Beispiele und Fallstudien aus den Bereichen Entrepreneurship und Intrapreneurship

Um Design Thinking nicht nur theoretisch zu verstehen, sondern dessen Anwendung erfahrbar zu machen, wird ein praxisorientiertes Projekt durchlaufen, in welchem Studierende dazu angehalten sind, die zuvor vermittelten Grundlagen und Methoden praktisch anzuwenden. Hierbei steht neben der Anwendung von Design Thinking ebenfalls die Selbstorganisation des Projektes durch die Studierenden im Vordergrund.

### Literatur

Brenner, W. and Uebernickel, F. (2016), Design thinking for innovation: Research and practice, Springer, Cham.

Buchanan, R. (1992), "Wicked Problems in Design Thinking", Design Issues, Vol. 8 No. 2, pp. 5-21.

<p>Cross, N. (2011), Design Thinking, Berg, New York.</p> <p>Gerstbach, I. (2017), 77 Tools Für Design Thinker, Gabal, Offenbach.</p> <p>Hilbrecht, H. and Kempkens, O. (2013) "Design Thinking im Unternehmen – Herausforderung mit Mehrwert," in Digitalisierung und Innovation - Planung - Entstehung - Entwicklungsperspektiven, Springer Gabler, Wiesbaden.</p> <p>Lawson, B. (2005), How Designers Think, Elsevier, Amsterdam</p> <p>Kumar, V. (2012), 101 Design Methods, John Wiley &amp; Sons Ltd, New Jersey, available at: <a href="https://doi.org/10.1007/s13398-014-0173-7.2">https://doi.org/10.1007/s13398-014-0173-7.2</a>.</p> <p>Martin, B. and Hanington, B. (2012), Universal Methods of Design, Springer-Verlag, London.</p> <p>Sanders, L. and Stappers, P.J. (2014), "From designing to co-designing to collective dreaming: Three slices in time", Interactions, Vol. 21 No. 6, pp. 24–33.</p> <p>Tjalve, E. (2015), A Short Course in Industrial Design, Newnes Butterworths, London.</p>
<b>Leistungsnachweis</b>
Seminararbeit (Dokumentation der Projektarbeit).
<b>Verwendbarkeit</b>
<p>Neben der Erlangung von Fachkompetenzen im Design Thinking, welche Studierende bei der Bearbeitung von zukünftigen Projekten unterstützt um komplexe Probleme zu lösen und Innovationen zu schaffen, bietet das vermittelte Wissen des Wahlpflichtmoduls die Möglichkeit, sich in den Bereichen Kreativität, Selbstorganisation, Führung, Teamfähigkeit und Selbstverantwortung weiterzubilden. Diese Kompetenzen können die Studierenden auf ihrem zukünftigen Weg zu verantwortungsbewussten Entscheidungsträgern auf direktem Wege unterstützen.</p> <p>Des Weiteren bietet das Angebot des beschriebenen Seminars die Möglichkeit, eine Grundlage für Studierende bezüglich agilem Arbeiten mit Design Thinking für zukünftige Projekte in anderen Modulen zu schaffen.</p>
<b>Dauer und Häufigkeit</b>
Das Modul erstreckt sich über 1 Trimester. Das Modul wird im Rahmen des Wahlpflichtangebots regelmäßig angeboten.

Modulname	Modulnummer
Management von Software-Projekten	3864

Konto	WPFL - HRM 2022
-------	-----------------

Modulverantwortliche/r	Modultyp	Empf. Trimester
Prof. Dr. Rafaela Kraus	Wahlpflicht	6

Workload in (h)	Präsenzzeit in (h)	Selbststudium in (h)	ECTS-Punkte
150	48	102	5

Zugehörige Lehrveranstaltungen:

Nr.	Art	Veranstaltungsname	Teilnahme	TWS
38640	SE	Management von Software-Projekten	Wahlpflicht	4
<b>Summe (Pflicht und Wahlpflicht)</b>				<b>4</b>

#### Qualifikationsziele

Die Ziele der Lehrveranstaltung sind folgende:

- Studierende lernen den typischen Ablauf von Software-Projekte kennen. Sie werden so befähigt den Fortschritt von Software-Projekten einzuschätzen.
- Studierende lernen typische Herausforderungen der Software-Entwicklung kennen und verstehen im Kontext dazu den Zweck gängiger Praktiken.
- Studierende lernen verschiedene Methoden des Software-Projektmanagements kennen. Sie verstehen Praxis und Theorie der Methoden und können diese anwenden.
- Studierenden werden der Jargon und die Denkweise von Software-Entwicklern nähergebracht. Das befähigt Sie effektiver mit Software-Experten und -Teams zu kommunizieren.

Es wird kein Vorwissen zur Software-Entwicklung vorausgesetzt.

#### Inhalt

Was unterscheidet eigentlich ein Software-Projekt von einem Luftfahrt- oder Bau-Projekt? Wir erklären für Menschen ohne technische Vorkenntnisse:

- Wie läuft ein Software-Projekt typischerweise ab?
- Woran scheitern Software-Projekte am häufigsten?
- Welche gängigen Werkzeuge für das Management von Software-Projekten gibt es?
- Wie bringe ich als nicht-Techie ein Software-Projekt zum Erfolg?

<p>Wir geben eine grobe Übersicht über den Ablauf von Software-Projekten. Ohne in technische Details zu gehen, werden typische Praktiken und Buzzwords erklärt und in Kontext gesetzt. Anhand eingängiger Beispiele werden typische Ursachen des Scheiterns von Software-Projekten aufgezeigt.</p> <p>Wir stellen verschiedene Methoden vor, die zur Planung und dem Management von Software-Projekten entwickelt wurden. Ein Fokus sind die „Agilen Methoden“, die in den letzten 20 Jahren weiten Anklang gefunden haben. Insbesondere betrachten wir die nicht-technischen Rollen, deren Aufgaben z.B. in der Prioritätensetzung und Einbringung von Domänenwissen liegen.</p> <p>Das Verständnis einer solcher Methode wird durch eine Projektarbeit in kleinen Gruppen vertieft. Die Studenten erarbeiten ein Ziel und organisieren sich dabei mit der gewählten Methode. Zum Abschluss des Seminars präsentieren die Gruppen ihre Resultate sowie ihre Erfahrungen mit der Methode.</p>
<p><b>Literatur</b></p> <p>„Agile! The Good, the Hype and the Ugly“ – Meyer, 2014</p> <p>„Peopleware: Productive Projects and Teams“ – DeMarco &amp; Lister, 2013</p> <p>weitere aktuelle Literatur wird zum Modulbeginn genannt</p>
<p><b>Leistungsnachweis</b></p> <p>Seminararbeit mit Vortrag, benotet.</p>
<p><b>Verwendbarkeit</b></p> <p>Im Zuge der Digitalisierung haben Organisationen immer häufiger Kontakt mit externen Software-Dienstleistern oder beschäftigen sogar interne Software-Teams. Das vermittelte Wissen ermöglicht es den Studierenden die Zusammenarbeit mit Software-Entwicklern erfolgreich zu gestalten, indem potentielle Missverständnisse ausgeräumt und erprobte organisatorische Werkzeuge mitgegeben werden.</p> <p>Studierenden, die das Projektmanagement im IT-Sektor anstreben (Berufsbilder wie „Technical Project Manager“ oder „Product Owner“), werden wertvolle Grundlagen und Anknüpfungspunkte für eine weitere Spezialisierung vermittelt.</p>
<p><b>Dauer und Häufigkeit</b></p> <p>Das Modul erstreckt sich über 1 Trimester. Das Modul wird im Rahmen des Wahlpflichtangebots regelmäßig angeboten.</p>

Modulname	Modulnummer
<b>International Marketing</b>	4201

Konto	WPFL - HRM 2022
-------	-----------------

Modulverantwortliche/r	Modultyp	Empf. Trimester
Prof. Dr. oec. publ. Carsten Rennhak	Wahlpflicht	6

Workload in (h)	Präsenzzeit in (h)	Selbststudium in (h)	ECTS-Punkte
150	0	150	5

Zugehörige Lehrveranstaltungen:

Nr.	Art	Veranstaltungsname	Teilnahme	TWS
42010	SU	International Marketing	Wahlpflicht	4
<b>Summe (Pflicht und Wahlpflicht)</b>				<b>4</b>

Empfohlene Voraussetzungen
Principles of Marketing, Wissenschaftstheorie
Qualifikationsziele
Die Studierenden kennen nach erfolgreicher Teilnahme die relevanten Grundlagen des (internationalen) Marketing und können selbstständig rudimentäre Marketingpläne für B2C-Produkte entwerfen. Die Studierenden lernen, Entscheidungsprobleme aus der Kundenperspektive wahrzunehmen und können kundenorientiert denken und handeln. Die Studierenden üben die selbstständige Anfertigung einer wissenschaftlichen Arbeit ein und vertiefen ihre entsprechenden Kenntnisse.
Inhalt
Das Modul "International Marketing" vertieft die Grundlagen des Marketings im Kontext der internationalen Geschäftstätigkeit von Unternehmen. Diese ist aus der heutigen Business-Praxis nicht mehr wegzudenken: der Anteil der Exporte am deutschen Bruttoinlandsprodukt beträgt regelmäßig mehr als 50%. In der Lehrveranstaltung stehen hier drei Kernfragen im Zentrum der Betrachtung: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Die Entscheidung die Geschäftstätigkeit zu internationalisieren</li> <li>• Die Auswahl der zu bearbeitenden Märkte</li> <li>• Die Markteintrittsstrategie</li> </ul> Der erste Teil der Veranstaltung wird in Form seminaristischen Unterrichts abgehalten. Im zweiten Teil erarbeiten die Studierenden individuell Marktbearbeitungsstrategien für die ausgewählte B2C-Märkte in Form eines Marketingplans, auf dessen Basis sie eine Seminararbeit verfassen.
Literatur
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Hollensen (2020): Global Marketing. 8th. ed., Pearson.</li> </ul>
Leistungsnachweis
Seminararbeit.

Verwendbarkeit
Grundlage für eine Thesis im Bereich Marketing
Dauer und Häufigkeit
Das Modul erstreckt sich über 1 Trimester. Das Modul wird im Rahmen des Wahlpflichtangebots regelmäßig angeboten.

Modulname	Modulnummer
<b>Marketing Communications</b>	4202

Konto	WPFL - HRM 2022
-------	-----------------

Modulverantwortliche/r	Modultyp	Empf. Trimester
Prof. Dr. oec. publ. Carsten Rennhak	Wahlpflicht	6

Workload in (h)	Präsenzzeit in (h)	Selbststudium in (h)	ECTS-Punkte
150	48	102	5

Zugehörige Lehrveranstaltungen:

Nr.	Art	Veranstaltungsname	Teilnahme	TWS
42020	SU	Marketing Communications	Wahlpflicht	4
<b>Summe (Pflicht und Wahlpflicht)</b>				<b>4</b>

Empfohlene Voraussetzungen
Principles of Marketing, Wissenschaftstheorie
Qualifikationsziele
Die Studierenden kennen nach erfolgreicher Teilnahme die Entwicklungsschritte einer Kommunikationskampagne und können damit verbundene praktische Fragestellungen selbstständig analytisch zu durchdringen und kritisch zu bewerten. Als künftige Entscheider*innen können sie Vorschläge von Agenturen und Kommunikationsbereichen kritisch hinterfragen und substantiell prüfen. Die Studierenden können selbstständig Handlungsempfehlungen ableiten. Die Studierenden üben die selbstständige Anfertigung einer wissenschaftlichen Arbeit ein und vertiefen ihre entsprechenden Kenntnisse.
Inhalt
Das Modul vertieft die bereits erworbenen Kenntnisse im Bereich der Kommunikationspolitik. Die Studierenden erhalten zunächst eine systematische Aufbereitung der verschiedenen Entwicklungsschritte einer Kommunikationskampagne: Marketing Strategy, Target Audience, Communication Objectives, Budget, Message and Media Decision, Evaluation of Effectiveness. Diese werden vertieft und praxisnah aufbereitet. Auf dieser Basis analysieren die Studierenden dann individuell jeweils eine Kommunikationskampagne eines Markenprodukts und evaluieren diese kritisch entlang aller Entwicklungsschritte. Die Studierenden berichten ihren Arbeitsfortschritt laufend und präsentieren ihre Arbeitsergebnisse schließlich als Seminararbeit.
Literatur
Bruhn (2012): Unternehmens- und Marketingkommunikation, 2. Auflage, Vahlen.  Ettl-Huber (2019): Storytelling in Journalismus, Organisations- und Marketingkommunikation, Springer.  Kleinjohann/Reinecke (2020): Marketingkommunikation mit der Generation Z, Springer.

Leistungsnachweis
Seminararbeit.
Verwendbarkeit
Grundlage für eine Thesis im Bereich Marketing
Dauer und Häufigkeit
Das Modul erstreckt sich über 1 Trimester. Das Modul wird im Rahmen des Wahlpflichtangebots regelmäßig angeboten.



Modulname	Modulnummer
Seminar studium plus 1	1002

Konto	Studium+ Bachelor
-------	-------------------

Modulverantwortliche/r	Modultyp	Empf. Trimester
Prof. Dr. Ina Ulrike Paul	Pflicht	2

Workload in (h)	Präsenzzeit in (h)	Selbststudium in (h)	ECTS-Punkte
90 Stunden	36	54	3

Qualifikationsziele
<p>Die Studierenden erwerben personale, soziale oder methodische Kompetenzen, um das Studium als starke, mündige Persönlichkeit zu verlassen. Die <i>studium plus</i> -Seminare bereiten die Studierenden dadurch auf ihre Berufs- und Lebenswelt vor und ergänzen die im Studium erworbenen Fachkenntnisse.</p> <p>Durch die Vermittlung von Horizontwissen wird die eingeschränkte Perspektive des Fachstudiums erweitert. Dadurch lernen die Studierenden, das im Fachstudium erworbene Wissen in einem komplexen Zusammenhang einzuordnen und in Relation zu den anderen Wissenschaften zu sehen.</p> <p>Durch die exemplarische Auseinandersetzung mit gesellschaftsrelevanten Fragen erwerben die Studierenden die Kompetenz, diese kritisch zu bewerten, sich eine eigene Meinung zu bilden und diese engagiert zu vertreten. Das dabei erworbene Wissen hilft, Antworten auch auf andere gesellschaftsrelevante Fragestellungen zu finden.</p> <p>Durch die Steigerung der Partizipationsfähigkeit wird die mündige Teilhabe an sozialen, kulturellen und politischen Prozessen der modernen Gesellschaft gefördert.</p>
Inhalt
<p>Die <i>studium plus</i> -Seminare bieten Lerninhalte, die Horizont- oder Orientierungswissen vermitteln bzw. die Partizipationsfähigkeit steigern. Sämtliche Inhalte sind auf den Erwerb personaler, sozialer oder methodischer Kompetenzen ausgerichtet. Sie bilden die Persönlichkeit und erhöhen die Beschäftigungsfähigkeit.</p> <p>Bei der Vermittlung von Horizontwissen werden die Studierenden beispielsweise mit den Grundlagen anderer, fachfremder Wissenschaften vertraut gemacht, sie lernen Denkweisen und "Kulturen" der fachfremden Disziplinen kennen. Bei der Vermittlung von Orientierungswissen steigern die Studierenden ihr Reflexionsniveau, indem sie sich exemplarisch mit gesellschaftsrelevanten Themen auseinandersetzen. Bei der Vermittlung von Partizipationswissen steht der Einblick in verschiedene soziale und politische Prozesse im Vordergrund.</p> <p>Einen detaillierten Überblick bietet das jeweils gültige Seminarangebot von <i>studium plus</i>, das von Trimester zu Trimester neu erstellt und den Erfordernissen der künftigen Berufswelt sowie der Interessenslage der Studierenden angepasst wird.</p>

<b>Leistungsnachweis</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• In Seminaren werden Notenscheine erworben.</li><li>• Die Leistungsnachweise, durch die der Notenschein erworben werden kann, legt der/die Dozent/in in Absprache mit dem Zentralinstitut studium plus vor Beginn des Einschreibeverfahrens für das Seminar fest. Hierbei sind folgende wie auch weitere Formen sowie Mischformen möglich: Klausur, mündliche Prüfung, Hausarbeit, Referat, Projektbericht, Gruppenarbeit, Mitarbeit in der Lehrveranstaltung etc. Bei Mischformen erhält der Studierende verbindliche Angaben darüber, mit welchem prozentualen Anteil die jeweilige Teilleistungen gewichtet werden.</li><li>• Für den HAW-Bereich gelten abweichend folgende Leistungsnachweise: Seminararbeit, Referat oder Portfolio.</li><li>• Der Erwerb des Scheins ist an die regelmäßige Anwesenheit im Seminar gekoppelt.</li><li>• Bei der während des Einschreibeverfahrens stattfindenden Auswahl der Seminare durch die Studierenden erhalten diese verbindliche Informationen über die Modalitäten des Scheinerwerbs für jedes angebotene Seminar.</li></ul>
<b>Verwendbarkeit</b>
Das Modul ist für sämtliche Bachelorstudiengänge gleichermaßen geeignet.
<b>Dauer und Häufigkeit</b>
Das Modul dauert 1 Trimester. Als Startzeitpunkt ist das Wintertrimester im 1. Studienjahr vorgesehen.

Modulname	Modulnummer
Seminar studium plus 2, Training	1005

Konto	Studium+ Bachelor
-------	-------------------

Modulverantwortliche/r	Modultyp	Empf. Trimester
Prof. Dr. Ina Ulrike Paul	Pflicht	

Workload in (h)	Präsenzzeit in (h)	Selbststudium in (h)	ECTS-Punkte
150 Stunden	72 Stunden	78 Stunden	5

Qualifikationsziele
<p><b>studium plus- Seminare:</b></p> <p>Die Studierenden erwerben personale, soziale oder methodische Kompetenzen, um das Studium als starke, mündige Persönlichkeit zu verlassen. Die studium plus- Seminare bereiten die Studierenden dadurch auf ihre Berufs- und Lebenswelt vor und ergänzen die im Studium erworbenen Fachkenntnisse.</p> <p>Durch die Vermittlung von Horizontwissen wird die eingeschränkte Perspektive des Fachstudiums erweitert. Dadurch lernen die Studierenden, das im Fachstudium erworbene Wissen in einem komplexen Zusammenhang einzuordnen und in Relation zu den anderen Wissenschaften zu sehen.</p> <p>Durch die exemplarische Auseinandersetzung mit gesellschaftsrelevanten Fragen erwerben die Studierenden die Kompetenz, diese kritisch zu bewerten, sich eine eigene Meinung zu bilden und diese engagiert zu vertreten. Das dabei erworbene Wissen hilft, Antworten auch auf andere gesellschaftsrelevante Fragestellungen zu finden.</p> <p>Durch die Steigerung der Partizipationsfähigkeit wird die mündige Teilhabe an sozialen, kulturellen und politischen Prozessen der modernen Gesellschaft gefördert.</p> <p><b>studium plus- Trainings:</b></p> <p>Die Studierenden erwerben personale, soziale und methodische Kompetenzen, um als Führungskräfte auch unter komplexen und teils widersprüchlichen Anforderungen handlungsfähig zu bleiben bzw. um ihre Handlungskompetenz wiederzuerlangen.</p> <p>Damit ergänzt das Trainingsangebot die im Rahmen des Studiums erworbenen Fachkenntnisse insofern, als diese fachlichen Kenntnisse von den Studierenden in einen berufspraktischen Kontext eingebettet werden können und Möglichkeiten zur Reflexion des eigenen Handelns angeboten werden.</p>
Inhalt
<p>Die <b>studium plus -Seminare</b> bieten Lerninhalte, die Horizont- oder Orientierungswissen vermitteln bzw. die Partizipationsfähigkeit an Diskussionen über wichtige aktuelle Themen steigern. Sämtliche Inhalte sind auf den Erwerb personaler, sozialer oder</p>

methodischer Kompetenzen ausgerichtet. Sie bilden die Persönlichkeit und erhöhen die Beschäftigungsfähigkeit. Bei der Vermittlung von Horizontwissen werden die Studierenden u.a. mit den Grundlagen anderer, fachfremder Wissenschaften vertraut gemacht, sie lernen Denkweisen und "Wissenskulturen" der fachfremden Disziplinen kennen.

Bei der Vermittlung von Orientierungswissen steigern die Studierenden ihr Reflexionsniveau, indem sie sich exemplarisch mit gesellschaftsrelevanten Themen auseinandersetzen. Bei der Vermittlung von Partizipationswissen steht der Einblick in verschiedene soziale und politische Prozesse im Vordergrund.

Die **studium plus- Trainings** entsprechen den Trainings für Führungskräfte in modernen Unternehmen und bieten berufsrelevante und an den Themen der aktuellen Führungskräfteentwicklung von Organisationen und Unternehmen orientierte Lerninhalte.

#### Leistungsnachweis

##### **studium plus- Seminare:**

In Seminaren werden Notenscheine erworben. Die Leistungsnachweise, durch die der Notenschein erworben werden kann, legt der/die Dozent/in in Absprache mit dem Zentralinstitut studium plus vor Beginn des Einschreibeverfahrens für das Seminar fest. Hierbei sind folgende wie auch weitere Formen sowie Mischformen möglich: Klausur, mündliche Prüfung, Hausarbeit, Referat, Projektbericht, Gruppenarbeit, Mitarbeit in der Lehrveranstaltung etc. Bei Mischformen erhält der/die Studierende verbindliche Angaben darüber, mit welchem prozentualen Anteil die jeweilige Teilleistungen gewichtet werden. Für den HAW-Bereich gelten abweichend folgende Leistungsnachweise: Seminararbeit oder Portfolio. Der Erwerb des Scheins ist an die regelmäßige Anwesenheit im Seminar gekoppelt. Bei der während des Einschreibeverfahrens stattfindenden Auswahl der Seminare durch die Studierenden erhalten diese verbindliche Informationen über die Modalitäten des Scheinerwerbs für jedes angebotene Seminar.

##### **studium plus- Trainings:**

Die Trainings sind unbenotet, die Zuerkennung der ECTS-Leistungspunkte ist aber an die Teilnahme an der gesamten Trainingszeit gekoppelt (Teilnahmeschein).

**Dieses Modul geht nur mit 3 ECTS-Punkten in die Gesamtnotenberechnung ein!**

#### Verwendbarkeit

Das Modul ist für sämtliche Bachelorstudiengänge gleichermaßen geeignet.

#### Dauer und Häufigkeit

Das Modul "Seminar studium plus 2, Training" des Bachelor-Studiengangs umfasst insgesamt 2 Trimester. Jede/r Studierende des Bachelor-Studiengangs besucht im Rahmen des Moduls Seminar studium plus 2, Training in der Regel im Herbsttrimester des zweiten Studienjahres ein studium plus -Seminar (3 ECTS) und in der Regel im Frühjahrstrimester des zweiten Studienjahres ein studium plus -Training (2 ECTS).

# Übersicht des Studiengangs: Konten und Module

## Legende:

FT	= Fachtrimester des Moduls
PrFT	= frühestes Trimester, in dem die Modulprüfung erstmals abgelegt werden kann
Nr	= Konto- bzw. Modulnummer
Name	= Konto- bzw. Modulname
M-Verantw.	= Modulverantwortliche/r
ECTS	= Anzahl der Credit-Points

FT	PrFT	Nr	Name	M-Verantw.	ECTS
	6	1000	anrechenbare Sprachausbildung für HRM	N. N.	8
9		2478	Bachelorarbeit HRM	T. Wüstrich	11
		<b>7</b>	<b>Pflichtmodule - HRM 2022</b>		<b>141</b>
2	3	3176	Quantitative und qualitative Methoden	P. Rauschnabel	10
4	5	3593	Personalcontrolling & People Analytics	U. Messer	10
4	5	3594	Personalentwicklung	E. Schmid	10
4	5	3595	Arbeits- und Sozialrecht	S. Massumi	10
7	8	3596	Leadership & Interaktion im Team	J. Reif	10
7	8	3597	Innovation & Change	R. Kraus	10
7	8	3598	Organisationsentwicklung	E. Schmid	10
1	1	3600	Mathematik	D. Bayer	5
2	3	3601	Grundlagen des Rechnungswesens	M. Sargl	10
3	3	3602	Organisationskommunikation I	N. Zowislo-Grünwald	6
4	5	3603	Grundlagen der Volkswirtschaftslehre und Wirtschaftspolitik	T. Wüstrich	10
7	8	3607	Wirtschafts- und Medieninformatik	B. Hu	10
1	1	3608	Betriebliche Wertschöpfungsprozesse	F. Müller-Langer	10
2	3	3702	Strategisches Human Resources Management und Personalveränderung	R. Kraus	10
1	2	3862	Gestaltung und Wirkung von Arbeit	J. Reif	10
		<b>8</b>	<b>Praktika - HRM 2022</b>		<b>22</b>
3	0	1802	1. Praktikumsabschnitt	D. Bayer	11
6	0	1803	2. Praktikumsabschnitt	D. Bayer	11
		<b>9</b>	<b>Wahlpflichtmodule - HRM 2022</b>		<b>115</b>
6	6	1169	Europäische Wirtschaftsintegration	T. Wüstrich	5
6	6	1182	Betriebliche Finanzwirtschaft	M. Sargl	5
6	6	1536	Arbeits- und Sozialrecht Vertiefungskurs	S. Massumi	5
6	6	1554	Wirtschaftsrecht Vertiefungskurs	S. Massumi	5
6	6	1555	Forschungsseminar Arbeit und Motivation	J. Reif	5
6	6	1556	Blockchain-Technologie und Token-Ökonomie	R. Kraus	5
6	6	1558	Forschungsseminar Führung	E. Schmid	5
6	6	1636	Grundlagen XR: Augmented und Virtual Reality in ausgewählten Kontexten	P. Rauschnabel	5
6	6	1637	Nachhaltigkeit, Corporate Social Responsibility (CSR) und Environmental, Social, Governance (ESG)	M. Sargl	5
6	6	2491	Einführung in das Industriegütermarketing	C. Rennhak	5
6	6	2819	Datenschutz im Wirtschafts- und Arbeitsleben	S. Massumi	5
6	6	2999	Medienjournalismus	S. Kretzschmar	5

B. A. Human Resources Management 2022

6	6	3624	PR Vertiefungskurs	C. Rennhak	5
6	6	3701	Guided Research Project	T. Wüstrich	5
6	6	3708	Djing and the Secrets of Personal Branding	R. Kraus	5
6	6	3773	Change Management	R. Kraus	5
6	6	3785	Potenzialanalysen zur Personalentwicklung	A. Bendixen-Danowski	5
6	6	3786	Projektmanagement und Projektführung	A. Bendixen-Danowski	5
6	6	3856	Grundlagen Business Analytics	U. Messer	5
6	6	3857	Design Thinking	R. Kraus	5
6	6	3864	Management von Software-Projekten	R. Kraus	5
6	6	4201	International Marketing	C. Rennhak	5
6	6	4202	Marketing Communications	C. Rennhak	5
		<b>99BA</b>	<b>Studium+ Bachelor</b>		<b>8</b>
2	0	1002	Seminar studium plus 1	I. Paul	3
	2	1005	Seminar studium plus 2, Training	I. Paul	5

# Übersicht des Studiengangs: Lehrveranstaltungen

## Legende:

FT	= Fachtrimester der Veranstaltung
Nr	= Veranstaltungsnummer
Name	= Veranstaltungsname
Art	= Veranstaltungsart
P/Wp	= Pflicht / Wahlpflicht
TWS	= Trimesterwochenstunden

FT	Nr	Name	Art	P/Wp	TWS
1	36000	Einführung in die Wirtschaftsmathematik	Vorlesung/Übung	Pf	6
1	36081	Principles of Marketing (engl)	VHB-Kurs	Pf	2
1	36082	Prozessmanagement	Vorlesung	Pf	4
1	36083	Wirtschaftsrecht	Vorlesung	Pf	2
1	38621	Gestaltung und Wirkung von Arbeit I	Vorlesung/Übung	Pf	4
2	31761	Wissenschaftstheorie	Vorlesung	Pf	2
2	31762	Statistik	Vorlesung/Übung	Pf	4
2	36011	Grundlagen des Rechnungswesens Vorlesung	Vorlesung	Pf	4
2	36012	Grundlagen des Rechnungswesens Übung	Übung	Pf	2
2	37021	Strategisches Human Resources Management und Personalveränderung I	Vorlesung/Übung	Pf	4
2	38622	Gestaltung und Wirkung von Arbeit II	Seminaristischer Unterricht	Pf	4
3	31763	Quantitative Methoden	Vorlesung/Übung	Pf	6
3	31764	Qualitative Methoden	Vorlesung/Übung	Pf	4
3	36011	Grundlagen des Rechnungswesens Vorlesung	Vorlesung	Pf	4
3	36012	Grundlagen des Rechnungswesens Übung	Übung	Pf	2
3	36020	Organisationskommunikation I	Vorlesung/Übung	Pf	4
3	37022	Strategisches Human Resources Management und Personalveränderung II	Vorlesung/Übung	Pf	4
4	1000 HT HRM	Militärische Pflichtsprachausbildung Englisch	Kurs	Pf	2
4	35931	Personalcontrolling	Seminaristischer Unterricht	Pf	4
4	35941	Personalentwicklung I	Seminaristischer Unterricht	Pf	4
4	35951	Arbeits- und Sozialrecht I	Vorlesung/Übung	Pf	4
4	36030	Grundlagen der Volkswirtschaftslehre und Wirtschaftspolitik	Vorlesung/Übung	Pf	4
5	1000 WT HRM	Militärische Pflichtsprachausbildung Englisch	Kurs	Pf	2
5	35932	People Analytics	Seminaristischer Unterricht	Pf	4
5	35942	Personalentwicklung II	Seminaristischer Unterricht	Pf	4
5	35952	Arbeits- und Sozialrecht II	Vorlesung/Übung	Pf	4
5	36030	Grundlagen der Volkswirtschaftslehre und Wirtschaftspolitik	Vorlesung/Übung	Pf	4
6	1000 FT HRM	Militärische Pflichtsprachausbildung Englisch	Kurs	Pf	2
6	11690	Europäische Wirtschaftsintegration	Seminar	WPf	4

B. A. Human Resources Management 2022

6	11820	Betriebliche Finanzwirtschaft	Seminaristischer Unterricht	WPf	4
6	15360	Arbeits- und Sozialrecht Vertiefungskurs	Seminar	WPf	4
6	15540	Wirtschaftsrecht Vertiefungskurs	Seminar	WPf	4
6	15550	Forschungsseminar Arbeit und Motivation	Seminar	WPf	4
6	15560	Blockchain-Technologie und Token-Ökonomie	Seminar	WPf	4
6	15580	Forschungsseminar Führung	Seminar	WPf	4
6	16360	Grundlagen XR: Augmented und Virtual Reality in ausgewählten Kontexten	VHB-Kurs	WPf	4
6	16370	Nachhaltigkeit, Corporate Social Responsibility (CSR) und Environmental, Social, Governance (ESG)	VHB-Kurs	WPf	4
6	24910	Einführung in das Industriegütermarketing	VHB-Kurs	WPf	4
6	28190	Datenschutz im Wirtschafts- und Arbeitsleben	Seminar	WPf	4
6	29990	Medienjournalismus	Seminaristischer Unterricht	WPf	4
6	36240	PR Vertiefungskurs	VHB-Kurs	WPf	4
6	37010	Guided Research Project	Seminar	WPf	4
6	37080	Djing and the Secrets of Personal Branding	VHB-Kurs	WPf	4
6	37730	Change Management	Seminar	WPf	4
6	37850	Potenzialanalysen zur Personalentwicklung	Seminar	WPf	4
6	37860	Projektmanagement und Projektführung	Seminar	WPf	4
6	38560	Grundlagen Business Analytics	Seminaristischer Unterricht	WPf	4
6	38570	Design Thinking	Seminar	WPf	4
6	38640	Management von Software-Projekten	Seminar	WPf	4
6	42010	International Marketing	Seminaristischer Unterricht	WPf	4
6	42020	Marketing Communications	Seminaristischer Unterricht	WPf	4
7	35961	Leadership	Seminaristischer Unterricht	Pf	4
7	35971	HRM I	Vorlesung/Übung	Pf	4
7	35981	Organisationsdiagnose	Seminaristischer Unterricht	Pf	4
7	36070	Wirtschafts- und Medieninformatik	Vorlesung/Übung	Pf	4
8	35962	Teamdiagnose	Seminaristischer Unterricht	Pf	4
8	35972	HRM II	Vorlesung/Übung	Pf	4
8	35982	Organisationsentwicklung	Seminaristischer Unterricht	Pf	4
8	36070	Wirtschafts- und Medieninformatik	Vorlesung/Übung	Pf	4



# Epilog

Abkürzungsverzeichnis:

B.A.	Bachelor of Arts
BayHSchG	Bayerisches Hochschulgesetz
ECTS	European Credit Transfer and Accumulation System
SPOHRM/BA	Studienprüfungsordnung für den Bachelor-Studiengang Human Resources Management
M.A.	Master of Arts
Min.	Minute(n)
P	Praktikum
S	Seminar
SU	Seminaristischer Unterricht
sP-xx	schriftliche Prüfung mit einer Dauer von xx Minuten
T	Training
TS	Teilnahmeschein
TWS	Trimesterwochenstunden
Ü	Übung
UniBwM	Universität der Bundeswehr München
V	Vorlesung
VHB	vhb-Kurs
vhb	Virtuelle Hochschule Bayern
VÜ	Vorlesung/Übung

