

# Bachelor of Arts in Business Administration (B.A.)

Stand März 2019

## Die Foundation Phase – moderne BWL at its best.

### **Managementorientierte BWL**

***Eine etwas andere Einführung in modernes Management und ökonomisches Denken***

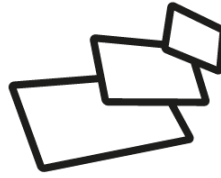
Das Wissen um betriebswirtschaftliche Grundtatbestände ist eine notwendige Voraussetzung für jeden, der in Betrieben an verantwortlicher Stelle tätig ist oder sich als Studierender auf eine solche Tätigkeit vorbereitet. Dabei kommt es häufig nicht so sehr auf ein spezifisches Detailwissen, als vielmehr auf die Fähigkeit an, betriebswirtschaftliche Zusammenhänge konzeptionell zu erfassen und betriebliche Probleme in ihrem spezifisch ökonomischen Wesenskern zu begreifen. Die Studierenden lernen das Wirtschaften an sich, Unternehmensziele, Unternehmenstypologien und den Wirtschaftsprozess der Unternehmen kennen.

- Das ökonomische Prinzip
- Entscheidung bei Ungewissheit – Das „Omlettenproblem“ von Savage
- Der Begriff des Wirtschaftens, Produktivität und Wirtschaftlichkeit
- Disziplinäre Arbeitsteilung in den Wirtschaftswissenschaften
- Betriebe und Haushalte als Träger des arbeitsteiligen Wirtschaftsprozesses
- Typologie der Unternehmungen
- Unternehmensziele und Unternehmensführung
- Betriebliche Leistungs- und Finanzprozesse

### **Volkswirtschaftslehre**

***Verstehen wie Wirtschaft und Wirtschaften heute funktioniert***

- Einführung in die VWL
- Volkswirtschaftliches Denken
- Marktmodelle
- Marktversagen
- Gesamtwirtschaftliche Modell
- Moderne Methoden und Ansätze



### **Kompetenzentwicklung**

***Ganz persönlich: du entwickelst dich und deine Kompetenzen für komplexe Managementaufgaben***

- Definition, Arten, Umfang und Relevanz von Kompetenzen
- Erschließung und Diskussion der unterschiedlichen Kompetenzfelder:
  - Soziale und interkulturelle Kompetenz
  - Fach- und Methodenkompetenzen
  - Managementkompetenz
  - Persönlichkeitsentwicklung
  - Projektkompetenz
  - Analyse-Methoden

### **Mathematik**

***Keine Angst vor Zahlen – wir vermitteln dir die Wirtschaftsmathematik, die man heute wirklich braucht.***

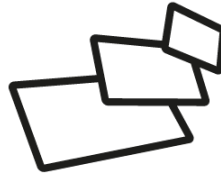
Ein wirtschaftswissenschaftliches Studium ist heutzutage ohne Mathematik undenkbar, mathematische Beschreibungs-, Erklärungs- und Optimierungs-Modelle beherrschen große Teile der ökonomischen Theorie und in zunehmendem Maße auch der ökonomischen Praxis. Mathematik in diesem Zusammenhang bedeutet einerseits das Problem, mathematische Ideen zu verstehen, um die dazugehörigen Techniken zu beherrschen und andererseits, diese zunächst abstrakten Techniken zielgerichtet und sinnvoll für ökonomische Anwendungen nutzbar zu machen. Die Studierenden sollen durch das Modul das notwendige mathematische Elementarrüstzeug von Grund auf verstehen, wiederholen, einüben und ökonomisch anwenden können.

- Funktionen einer unabhängigen Variablen
- Grundlagen der Differentialrechnung
- Technik des Differenzierens
- Grundlagen der Integralrechnung
- Matrizen und Vektoren
- Lineare Gleichungssysteme

### **Statistik**

***In der BWL geht nichts mehr ohne Zahlen, Daten und Statistiken. Wir zeigen dir, wie aus Statistik Business Intelligence wird.***

Die Betriebswirtschaftslehre hat sich aus wissenschaftlicher Sicht in den letzten Jahren und Jahrzehnten sehr verändert. Während früher oftmals heuristische oder logische Ansätze bevorzugt wurden, sind heute empirische Beweise fast unabdingbar. Es wird kaum eine wissenschaftliche Arbeit verfasst, in der aufgestellte Hypothesen nicht empirisch überprüft



werden. Ein fundiertes statistisches Wissen wird aber nicht nur zum Verfassen wissenschaftlicher Texte benötigt. Auch im Tagesgeschäft von Unternehmen können viele Dinge mit statistischen Verfahren untersucht und besser verstanden werden. Gegenstand des Moduls ist die Vermittlung und Behandlung derjenigen statistischen Methoden, die als Grundlage für das wirtschaftswissenschaftliche Studium benötigt werden. Bei der Darstellung wird besonderer Wert auf gute Verständlichkeit gelegt. Auf die theoretischen Grundlagen wird insbesondere eingegangen, wie es für eine korrekte Anwendung der behandelten statistischen Methoden notwendig erscheint.

- Einführung in die Statistik
- Häufigkeitsverteilung
- Lage- und Streuungsmaße statistischer Verteilungen
- Weitere Maße statistischer Verteilungen
- Wahrscheinlichkeitsverteilung
- Punkt- und Intervallschätzung
- Hypothesentest über Mittelwerte
- Auswertung zweidimensionaler Daten
- Lineare Regression

### **Gesellschafts- und Handelsrecht**

***Alles was Recht ist: Die wichtigsten Rechtsfragen und Zusammenhänge für BWLer***

- Verbraucher vs. Unternehmer
- Besonderheiten der Geschäfte B2B
- Gesellschaftsformen
- Vertretungsberechtigte
- Kaufmännisches Bestätigungsschreiben
- Allgemeine Geschäftsbedingungen

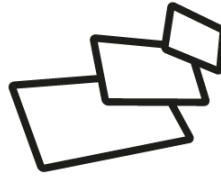
### **Recht und Steuern**

***Die unterschätzte Größe: Steuern und Steuerrecht spielen eine zentrale Rolle bei der betriebswirtschaftlichen Unternehmensführung***

- Themeneinführung: Definition, Relevanz, Forschungslandschaft
- Grundsätzliche Fragen in Recht und Steuern
- Lösungswege und Ansätze
- Konkreter Unternehmenstransfer

### **Financial Accounting and Management Accounting**

**Bilanzen, Jahresabschlüsse, Erfolgs- und Kostenrechnung: der finanzwirtschaftliche Schwerpunkt unseres BWL-Studiums**

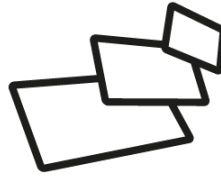


- Wesen und Grundbegriffe der Bilanzierung
- Rahmenbedingungen der internationalen Rechnungslegung
- Balance Sheet and Income Statement
- Spezielle Elemente des IAS-Jahresabschlusses
- Konzernabschluss
- Vergleich der Rechnungslegungsvorschriften
- Inhalt und Aufgaben kalkulatorischer Erfolgsrechnung
- Grundlagen der Kostenrechnung als Kern kalkulatorischer Erfolgsrechnungen
- Systeme der Kostenrechnung im Vergleich
- Traditionelle Betriebsabrechnung auf Vollkostenbasis
- Moderne Betriebsabrechnung auf Teilkostenbasis
- Kostenträgerrechnung auf Voll- und Teilkostenbasis
- Voll- und Grenzplankostenrechnung
- Prozesskostenmanagement
- Zielkostenrechnung als modernes strategisches Kostenmanagementinstrument

### **Investition & Finanzierung & Controlling**

***Zukunftsorientiertes Finanzmanagement: Wie rechne ich Investitionen und Finanzierungen? Wie steuere ich mit einem modernen Controlling.***

- Begriff und Wesen der Investitionsrechnung
- Statische und dynamische Investitionsverfahren
- Planungs- und Analysetechniken im Rahmen der Investition unter Unsicherheit
- Beurteilung von Investitionen aufgrund subjektiver Risikopräferenzen
- Charakterisierung der Verfahren der Unternehmensbewertung
- Traditionelle und moderne Verfahren der Unternehmensbewertung
- Grundlagen der Finanzierungstheorie
- Management der Kapitalstruktur
- Moderne Finanzierungsformen
- Finanzielles Gleichgewicht
- Begriffliche und konzeptionelle Abgrenzung des Controllings
- Die Balanced Scorecard als ausgewähltes Controlling-Instrument
- Konzeption der wertorientierten Unternehmensführung
- Value-Controlling-Konzepte einer wertorientierten Unternehmensführung
- Value Reporting
- System der Erfolgs- und Rentabilitätsgrößen
- ROI-Kennzahlenhierarchie
- Analyse von Hebeleffekten im ROI-Kennzahlensystem
- Sicherstellung der Integrität und Effektivität von strategischen Wertsteigerungsprogrammen



- Sicherung des finanzstrukturellen Gleichgewichts auf dem Wachstumspfad

## **Projektmanagement**

### ***Projekt-Kompetenz für dynamische, digitale und agile Organisationen***

- Gründe für die Entstehung des Projektmanagements und dessen Stellenwert heute
- Projektdefinitionen und Projektarten
- Phasen des klassischen Projektmanagements und zugehörige Methoden und Instrumente
  - Auftragsklärung und Projektplanung
  - Aufbau einer Projektorganisation
  - Projektdurchführung und Projektsteuerung
  - Projektabschluss
- Überblick zu agilen Ansätzen im Projektmanagement

## **Marketing**

### ***Moderne Märkte, Kunden und innovatives Marketing verstehen***

- Grundlagen Marketing
- Wesentliche Marketingtheorien und -paradigmen
- Verhalten relevanter Austauschpartner
- Strategisches Marketing
- Market based und resource based view
- Der KKV als Navigator im strategischen Marketing

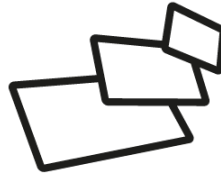
## **Innovation und Technologie**

### ***Innovationen managen, Trends erkennen und Technologien verstehen***

- Grundlagen Innovationen und Innovationsmanagement
- Inkrementelle / disruptive Innovation
- Innovationen in kleinen und großen Unternehmen
- Innovationen in klassischen industriellen und neuen digitalen Märkten
- Innovationsansätze der digitalen Big Player und regionaler Vorreiter
- Wesentliche Technologien (Schwerpunkt: Digitale Ökonomie)
- Grundlegende Prinzipien der digitalen Ökonomie
- Grundlagen der Trendforschung

## **Unternehmensführung**

### ***Management-Methoden, Prozesse und Strategien***



- Grundlagen der Unternehmensführung
- Verfahren zur Umfeldanalyse
- Verfahren zur internen Unternehmensanalyse
- Mission, Vision und langfristige Ziele
- Strategie-Definition
- Balanced Scorecard

### **Internationales Management**

#### ***Globalisierung verstehen und internationale Organisationen steuern***

- Bedeutung und Trends der internationalen Unternehmenstätigkeit
- Ziele und Motive der Internationalisierung
- Strategien der Internationalen Unternehmung
  - Markteintritts- und Marktbearbeitungsstrategien
  - Allokationsstrategien
  - Koordinationsstrategien
- Unternehmens- und Markt-Kultur
- Strategisches Marketing im internationalen Kontext

### **Organisations-Management**

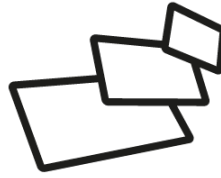
#### ***Wie man leistungsfähige Unternehmensorganisationen gestaltet und entwickelt***

- Was versteht man (alles) unter dem Begriff Organisation?
- Regeln als Bausteine der Organisation
- Der Begriff der Unternehmenskultur
- Der Begriff der Organisationskultur
- Aufgabengebiete der Organisationsarbeit
- Grundlagen des Aufgabengebiets „Arbeitsteilung“ bzw. „Assign“
- Grundlagen des Aufgabengebiets „Arbeitsverbindung“ bzw. „Combine“
- Grundlagen des Aufgabengebiets „Motivation“ bzw. „Energize“
- Anliegen und Spektrum von Organisationstheorien

### **Personalmanagement**

#### ***Die Instrumente des Human Resource Management – ganz operativ aber auch sehr strategisch.***

- Personalmanagement als strategischer Erfolgsfaktor
- Akteure des Personalmanagements
- Bedingungen des Personalmanagements
- Instrumente des Personalmanagements (Auswahl)



## Marketing & Management

### **Innovationsprojekt**

***Innovationen, Unternehmens-Ideen, Start-ups im Team entwickeln, präsentieren, diskutieren und umsetzen***

So gehst du im Innovationsprojekt vor:

- Identifikation von Markt- und Kundenbedürfnissen bzw. von sozialen Herausforderungen und Problemstellungen, für die ein Innovationsbedarf existieren kann.
- Definition der Aufgabenstellung und Projektplanung (nach Möglichkeit im Team)
- Entwicklung eines unternehmerisch bzw. gesellschaftlich relevanten Innovationsansatzes
- Konzeption und Projektierung einer Lösung sowie (nach Möglichkeit) Entwicklung eines Prototyps
- Testen des Innovationansatzes und (nach Möglichkeit) Durchführung einer Markt- und Kundenanalyse
- Finales Design des Innovationsansatzes vor der Projektpräsentation
- Optimierung des finalen Designs nach der Projektpräsentation (bei Bedarf)

Project Pitch

- Präsentation der Innovation
- Verteidigung der Innovation (im Rahmen der Projekt-Studienarbeit)

### **Integrationsmodul: Einführung, Theorien und Entwicklungen in Marketing, Media und Kommunikation**

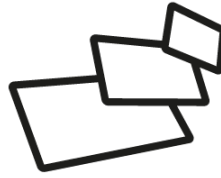
***Im Überblick: Die wichtigsten Themen, Theorien und Trends auf den Gebieten Marketing, Media und Kommunikation***

Behandlung von Themen, die das jeweilige Kompetenzfeld/den jeweiligen Major in seiner Gänze betreffen und ein Gesamtverständnis für die aktuellen unternehmerischen und gesellschaftlichen Herausforderungen im Kontext des Kompetenzfeld/des Majors schaffen.

### **Medienanalyse und -planung**

**Media Märkte und Planung verstehen – strategisch, taktisch und operativ**

- Medienanalyse- und Planung
  - Der Mediamarkt in Deutschland und Europa
  - Mediastudien und Bewertungsebenen
  - Mediabegriffe
  - Der Prozess der strategischen Mediaplanung
  - Zielgruppenanalyse und Wettbewerbsanalyse



- Taktische Mediaplanung

### **Marketing- & Vertriebscontrolling**

#### ***Mit Zielen und Zahlen Marketing und Vertrieb planen und steuern***

- Marketing-Controlling
  - Planungs-, Informations-, Analyse-, und Steuerungsaufgaben des Marketing-Controlling
  - Aufbau von Marketing-Informationssystemen
  - Methoden des strategischen und operativen Marketing-Controllings
  - Implementierungsansätze des Marketing-Controllings
  - Performance Measurement
- Grundbegriffe zu Marketing, Vertrieb, Controlling
- Grundsätze des Marketing- und Vertriebscontrollings
- Planungs-, Informations-, Analyse- und Steuerungsaufgaben
- Strategische Instrumente des Marketing- und Vertriebscontrollings
- Ausgewählte Analysemethoden zur Steigerung der unternehmerischen Transparenz sowie
- zur Früherkennung von Stärken und Schwächen bzw. Chancen und Risiken
- Operatives Controlling
- Umgang mit Kennzahlen im Bereich Vertriebscontrolling
- Aufgabenprofil eines Marketing- bzw. Vertriebscontrollings

### **Verkaufpsychologie**

#### ***Kunden, Verhandlungen und Verkauf – Erkenntnisse der modernen Psychologie***

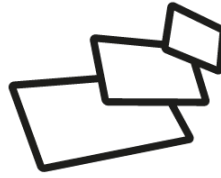
- Erfolgsfaktoren einer Verhandlung: Selbstmotivation, Vorbereitung, Ziele und Machtbasis,
- Strategie und Taktik, Techniken der Gesprächs- und Verhandlungsführung
- Einschätzung der Persönlichkeit des Verhandlungspartners
- Psychologie der Überzeugung: Entwicklung und Einsatz überzeugender Verkaufsstrategien
- Phasen einer Verhandlung und Einsatz von Strategien, Taktiken und Techniken
- Souveräne Preisverhandlungen führen

### **Konsumentenverhalten & Marktforschung**

#### ***Den Kunden und die Märkte analysieren und verstehen***

- Konsumentenverhalten & Marketing
  - Kaufentscheidungen
  - Motive, Ziele und Motivation
  - Emotionen und Stimmung
  - Kognitive Prozesse
  - Einstellungen und Einstellungsänderung (insbesondere Werbung)
- Marktforschung in der Praxis





- Stellenwert von Informationen für Marketingentscheidungen
- Verfahren zur Gewinnung von Daten
- Multivariate Analyseverfahren
- Marktforschungsprojekte

### **Marketingkommunikation & Markenführung**

#### ***Kreative Kommunikation und Branding im digitalen Zeitalter***

- Einführung in die Marketingkommunikation
- Kommunikationspolitik: Instrumente, Strategien, Budgetierung
- Werbung und Mediaplanung
- Arten der Marketingkommunikation (verbal, visuell, digital, audiovisuell)
- Hörfunkwerbung
- Grundlagen und Entwicklungsstufen Markenführung
- Funktionen von Marken
- Grundkonzept der Identitätsbasierten Markenführung
- Markenpositionierung
- Markenarchitektur
- Interne Markenführung

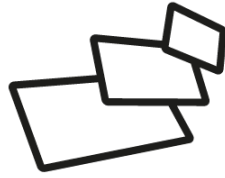
### **Online Marketing**

#### ***Digitale Marketing-Strategien, -systeme und -kampagnen erfolgreich umsetzen***

- Überblick Online Marketing
- Online Marketing in der Praxis
  - Suchmaschinen Optimierung und Suchmaschinen Marketing
  - Display Marketing
  - Affiliate Marketing
  - E-Mail und mobile Marketing
  - Content Marketing
- Social Media und Social Media Marketing
- Analyse und Optimierung des digitalen Marketings: Usability, Conversion Optimierung etc.

### **Strategisches Marketing**

#### ***Marketing strategisch denken und intelligent planen***



- Prozess der strategischen Marketingplanung
- Strategische Marketingentscheidungen
- Der KKV als Navigator strategischer Marketingentscheidungen
- Marktstrategische Dimensionen
- Definition von Strategie, strategischem Marketing Management und Strategieebenen
- Grundlagen des Marketing-Managements (Geschichte und Entwicklung)
- Analyse von Wertchancen
- Planung von Marketingstrategien
- Management integrierter Marketingkommunikation im Zeitalter von Google, Facebook,
- Weibo & Co