

## BW / Werbung (Marketing-Kommunikation)

### Semester 1

### Semester 2

AQM1501 -

### BIS1501 - Einführung in die Wirtschaftsinformatik

Kennziffer	BIS1501
Level	Eingangselevel
Credits	5 Credits
SWS	4
Häufigkeit	Jedes Semester
Prüfungsart	PLV
Lehrsprache	Deutsch
Kategorie	Lehrveranstaltung
Fachgebiet	Wirtschaftsinformatik
Lehrform	Vorlesung
Schlagworte	Datenbank Betriebssysteme IT- Anwendungssysteme Datenmodellierung Computernetze
Kurzbeschreibung	<p>Veranstaltung im Grundstudium für alle Betriebswirtschaftsstudierenden der Hochschule Pforzheim, die einen generellen Überblick über das Thema „IT im Unternehmen“ bietet. Behandelt werden insbesondere: Grundbegriffe der Informations- und Kommunikationstechnik, ausgewählte Leistungsmerkmale im Hardwarebereich, Struktur und Funktionen eines Betriebssystems, Struktur und Funktion von Rechnernetzen, sowie Grundlagen zur Entwicklung von Informationssystemen. Darüber hinaus erfolgt eine Einführung in die Anwendungsentwicklung mit Übungen, die auch Informationssysteme auf der Basis einer Datenbank erläutern. Dies umfasst eine Einführung in Datenbankdefinition, -manipulation und -auswertung mit SQL an Übungsbeispielen. Mit dem Thema IT-Sicherheit und Datenschutz endet der Kurs.</p> <p>Die Vorlesung verfolgt das Ziel einerseits Grundbegriffe der Wirtschaftsinformatik einzuführen, andererseits aber auch die Fähigkeiten zur formalen Abbildung von Problemen und Lösungen in Struktur- und</p>

	Ablaufmodellen zu vermitteln.
Literatur	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Hansen, H.R. / Neumann, G.: Wirtschaftsinformatik 1, 9. A., Stuttgart. 2005</li> <li>• Stahlknecht, P. / Hasenkamp, U. : Einführung in die Wirtschaftsinformatik, Heidelberg 2005</li> </ul>

### **GMT1501 - Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre**

Kennziffer	GMT1501
Level	Eingangslevel
Credits	6 Credits
SWS	4
Häufigkeit	Jedes Semester
Lehrsprache	Deutsch
Kategorie	Lehrveranstaltung
Fachgebiet	Allgemeine Betriebswirtschaftslehre
Lehrform	Vorlesung
Kurzbeschreibung	<p>Diese Veranstaltung soll die Studierenden zu verschiedenen Problemen eines Unternehmens sensibilisieren. Somit wird ihnen das Verständnis für die verschiedenen Bereiche innerhalb eines Unternehmens und deren Beiträge zu Lösung bestimmter Probleme vermittelt. BWL I ist in zwei Teile gegliedert. Teil I - die Managementlehre beinhaltet: Das Geschäftssystem, Planung, Entscheidungsfindung, Führungskonzepte, Kostentheorie, Standortbestimmung, Rechtsformentscheidung und Unternehmenszusammenschlüsse.</p>

### **GMT1502 - Buchführung**

Kennziffer	GMT1502
Level	Eingangslevel
Credits	3 Credits
SWS	2
Häufigkeit	Einmal pro Jahr
Prüfungsart	PLK
Prüfungsdauer	60 Minuten

Lehrsprache	Deutsch
Kategorie	Lehrveranstaltung
Fachgebiet	Allgemeine Betriebswirtschaftslehre
Lehrform	Vorlesung
Kurzbeschreibung	Gesetzliche Grundlagen, Grundsätze ordnungsmäßiger Buchführung, Inventar und Inventur, Bilanz, Buchungssatz, Doppisches Prinzip, Bestandskonten, Erfolgskonten, Abschreibungen, Umsatzsteuer, Privatkonto, Organisation der Buchführung, Gemeinschaftskontenrahmen, Buchungen in den Bereichen Personal, Einkauf/Verkauf, Skonto, Forderungen, Zahlungsverkehr/Wechsel, Sachanlagen, Anschaffung, Veräußerung, aktivierte Eigenleistungen, Steuern im Unternehmen, Bestandsveränderungen bei Erzeugnissen, Zeitliche Abgrenzungen, Rechnungsabgrenzung, Rückstellungen.
Literatur	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bornhofen, M. und Busch, E.: Buchführung. 12. Aufl., Wiesbaden 2000,</li> <li>• Grimm-Curtius, H. und Duchscherer, M.: Finanzbuchhaltung nach dem GKR und IKR - Lehrbuch mit Buchhaltungs-Software, 7. Aufl., Landshut 2000,</li> <li>• Heinhold, M.: Buchführung in Fallbeispielen, 8. Aufl., Stuttgart 2001,</li> <li>• Wedell, H.: Grundlagen des Rechnungswesens, Band 1, Buchführung und Jahresabschluss, 8. Aufl., Herne 2000,</li> <li>• Wöhe, G.: Grundzüge der Buchführung und Bilanztechnik. 3. Aufl.,</li> </ul>

## LAW1501 -

## SSC1502 - Wahlpflichtfachblock A: Politologie 1

Kennziffer	SSC1502
Level	Eingangslevel
SWS	2
Häufigkeit	Jedes Semester
Lehrsprache	Deutsch
Kategorie	Lehrveranstaltung
Fachgebiet	Übergreifende Fachgebiete

Lehrform	Vorlesung
Ziele	Das Fach Politologie stellt für die Studierenden eine Möglichkeit dar, ihr betriebswirtschaftliches Fachstudium zu ergänzen. Ziel des Faches ist es, die Studierenden durch fundierte Informationen an wesentliche politikwissenschaftliche Fragestellungen heranzuführen, sie mit der Systemanalyse, dem Systemvergleich und den Internationalen Beziehungen vertraut zu machen und sie dadurch in die Lage zu versetzen, aktuelle politische Vorgänge zu verstehen und in einen größeren Rahmen einordnen zu können. Dadurch wird Studierenden die Fähigkeit vermittelt, eigenständige Positionen zu beziehen und diese auch argumentativ zu vertreten.
Kurzbeschreibung	Diese Vorlesung befasst sich mit dem politischen System der Bundesrepublik, mit dem Vergleich politischer Systeme und mit den Internationalen Beziehungen und hier vor allem mit der Außenpolitik der Bundesrepublik.
Inhalt	Politologie I befasst sich mit dem politischen System der Bundesrepublik. Hier werden nach einem kurzen Abriss der Entstehung und Geschichte der Bundesrepublik, einzelne Systemelemente näher beleuchtet. Parteien, Interessengruppen, Parlament, Verfassungsgericht, Regierung, Wahlen, Föderalismus etc. In einem letzten Teil werden einzelne Politikbereiche dargestellt und diskutiert, wie z.B. Sozialpolitik, Arbeitsmarktpolitik, Zuwanderungspolitik.

### **SSC1503 - Wahlpflichtfachblock A: Psychologie 1**

Kennziffer	SSC1503
Level	Eingangsniveau
SWS	2
Häufigkeit	Jedes Semester
Lehrsprache	Deutsch
Kategorie	Lehrveranstaltung
Fachgebiet	Übergreifende Fachgebiete
Lehrform	Vorlesung
Ziele	Für viele unternehmerische Entscheidungen – mögen diese nun die Unternehmensführung, das Personalmanagement, die Betriebsorganisation oder das Marketing betreffen – werden fundierte Kenntnisse über menschliches Verhalten und seine Bedingungen in spezifischen Kontexten benötigt. Ziel der angebotenen Psychologie-Vorlesungen ist es daher

	einmal, den Studierenden mit den wichtigsten Erkenntnissen der allgemeinen Psychologie vertraut zu machen. Darauf aufbauend vermittelt sie einschlägige psychologische Kenntnisse, die für Ökonomen relevant sind (z.B. Psychologie des Käuferverhaltens, Erkenntnisse der Arbeitspsychologie, etc.). Neben Forschungsmethoden und –richtungen sowie den biologischen Voraussetzungen des menschlichen Verhaltens stehen kognitive Prozesse, aktivierende und verhaltenssteuernde Prozesse sowie Persönlichkeitsmodelle und Forschungsergebnisse der Sozialpsychologie im Mittelpunkt.
Kurzbeschreibung	Diese Vorlesung soll die Studierenden mit den wichtigsten Erkenntnissen der allgemeinen Psychologie vertraut zu machen, die für Ökonomen relevant sind (z.B. Psychologie des Käuferverhaltens, Erkenntnisse der Arbeitspsychologie, etc.).
Inhalt	Einführung in die Psychologie: Grundbegriffe, Gegenstand und Aufgabe der Psychologie, Leib - Seele - Problem, Geschichte der Psychologie, Aufgabe und Leistung des Nervensystems; Beziehungen zum Psychischen Einteilung psychischer Vorgänge und Zustände Methoden der Psychologie.

<b>SSC1504 - Wahlpflichtfachblock A: Soziologie 1</b>	
Kennziffer	SSC1504
Level	Eingangsniveau
SWS	2
Häufigkeit	Jedes Semester
Lehrsprache	Deutsch
Kategorie	Lehrveranstaltung
Fachgebiet	Übergreifende Fachgebiete
Lehrform	Vorlesung
Ziele	Die Aufgabe der Soziologie ist die wissenschaftliche Erforschung des nach Gleichförmigkeiten ablaufenden gesellschaftlichen Verhaltens. Soziologische Grundkenntnisse sollen die Studierenden befähigen, die Strukturzusammenhänge des menschlichen Zusammenlebens in sozialen Gebilden, Gruppen und Institutionen zu erkennen. Im Mittelpunkt der Soziologie-Vorlesungen stehen deshalb neben der Darstellung der empirischen Methoden die sozialen Rollen, Normen und Werte, das soziale Handeln, der soziale Wandel und die Ergebnisse der Gruppenforschung. Das besondere Interesse

	gilt der Industrie- und Betriebssoziologie.
Kurzbeschreibung	Im Mittelpunkt dieser Vorlesungen stehen neben der Darstellung der empirischen Methoden die sozialen Rollen, Normen und Werte, das soziale Handeln, der soziale Wandel und die Ergebnisse der Gruppenforschung. Das besondere Interesse gilt der Industrie- und Betriebssoziologie.
Inhalt	Einführung in die Fragestellungen der Soziologie. Grundbegriffe der Soziologie: Soziales Handeln, soziale Normen, soziale Rolle, Sozialstruktur Deutschlands.
Literatur	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bahrtdt, Hans Paul: Schlüsselbegriffe der Soziologie. Eine Einführung mit Lehrbeispielen, München, 1984, 6. unveränderte Auflage 1994</li> <li>• Geissler, Rainer: Die Sozialstruktur Deutschlands. Ein Studienbuch zur Entwicklung im geteilten und vereinten Deutschland., Opladen, 1992</li> <li>• Wiswede, Günter: Soziologie - Ein Lehrbuch für den wirtschafts- und sozialwissenschaftlichen Bereich, Landsberg am Lech, 1991 (2. überarbeitete und erweiterte Auflage)</li> </ul>

### Semester 3

#### AQM2501 -

#### GMT2501 - Betriebliche Funktionen

Kennziffer	GMT2501
Level	Eingangselevel
Credits	6 Credits
SWS	5
Häufigkeit	Jedes Semester
Prüfungsart	PLK
Prüfungsdauer	90 Minuten
Lehrsprache	Deutsch
Kategorie	Lehrveranstaltung
Fachgebiet	Allgemeine Betriebswirtschaftslehre
Lehrform	Vorlesung
Kurzbeschreibung	Diese Veranstaltung soll die Studierenden zu

	<p>verschiedenen Problemen eines Unternehmens sensibilisieren. Somit wird ihnen das Verständnis für die verschiedenen Bereiche innerhalb eines Unternehmens und deren Beiträge zu Lösung bestimmter Probleme vermittelt. Im Teil II (2. Semester) werden die Prinzipien der Hauptbereiche eines Unternehmens dargestellt: Fertigung, Marketing/Vertrieb, Beschaffung und Personal.</p>
--	--

<b>GMT2502 - Kostenrechnung</b>	
Kennziffer	GMT2502
Level	fortgeschrittenes Niveau
Credits	6 Credits
SWS	4
Häufigkeit	Einmal pro Jahr
Prüfungsart	PLK
Prüfungsdauer	60 Minuten
Lehrsprache	Deutsch
Kategorie	Lehrveranstaltung
Fachgebiet	Allgemeine Betriebswirtschaftslehre
Lehrform	Vorlesung
Kurzbeschreibung	<p>Zusammenhang zwischen Kostenrechnung und Finanzbuchführung, Einzelkosten, Gemeinkosten, variable und fixe Kosten, Verrechnungsprinzipien, Abgrenzung Kosten - Aufwand, Opportunitätskosten, kalkulatorische Kostenarten, Betriebsabrechnungsbogen, Innerbetriebliche Leistungsverrechnung, Stufenleiterverfahren, Mathematische Verfahren, Normalkostenrechnung, Über-/Unterdeckungen, Kalkulationsverfahren, Betriebsergebnisrechnung, Gesamtkosten-/Umsatzkostenverfahren, Voll- und Teilkostenrechnung, Methoden der Kostenspaltung, relevante Kosten, Deckungsbeitragsrechnung, Break-Even-Analyse, Programmoptimierung, Zusatzauftrag, Preisuntergrenze, Kapazitätsbelegung, Bestandsbewertung, Target Costing, Prozesskostenrechnung.</p>
Literatur	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Coenenberg, A.G.: Kostenrechnung und Kostenanalyse, Landsberg 1997,</li> <li>• Däumler, K.-D.: Kostenrechnung 1 - Grundlagen, 8. Aufl., Herne 2000,</li> <li>• Grabe, J.: Kostenrechnung 2 - Deckungsbeitragsrechnung, 6. Aufl., Herne 1997,</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Haberstock, L.: Kostenrechnung I - Einführung, 10. Aufl., München 1998 + Kostenrechnung II, (Grenz-) Plankostenrechnung, 8. Aufl., München 1999,</li> <li>• Hummel, S.: Kostenrechnung Bd. 1, Grundlagen, 4. Aufl., Wiesbaden,</li> <li>• Männel, W.: Kostenrechnung Bd. 2, 1998; Moderne Verfahren und Systeme, 3. Aufl., Wiesbaden 1998,</li> <li>• Joos-Sachse, Th.: Controlling, Kostenrechnung und Kostenmanagement, Wiesbaden 2001,</li> <li>• Macha, R.: Grundlagen der Kosten- und Leistungsrechnung, Frankfurt 1998,</li> <li>• Michel, R.: Kostenrechnung Bd. I; Grundlagen der Kostenrechnung,</li> <li>• Torspecken, H.-D.: 4. Aufl., München 1993,</li> <li>• Großmann, U.: Kostenrechnung Bd. II; Neuere Formen. 4. Aufl.,</li> <li>• Jandt, J.: München 1998,</li> <li>• Olfert, K.: Kostenrechnung, 11. Aufl., Ludwigshafen 1999,</li> <li>• Schweitzer, M.: Systeme der Kosten- und Erlösrechnung, 7. Aufl., Küpper, H.-U. München 1998,</li> </ul>
--	---

## LAW1502 -

### MCO2501 - Einführung in die Werbung

Kennziffer	MCO2501
Level	Eingangsniveau
Credits	3 Credits
SWS	2
Häufigkeit	Jedes Semester
Lehrsprache	Deutsch
Kategorie	Lehrveranstaltung
Fachgebiet	Werbung (Marketing-Kommunikation)
Lehrform	Vorlesung
Schlagworte	Marketingkommunikation Above und Below the Line Werbung klassische - nicht klassische Werbung Pitch
Modulverantwortlicher:	Theobald, Elke
Kurzbeschreibung	Ziel dieser einführenden Lehrveranstaltung ist es, den



	Studierenden einen ersten Ein- und Überblick in die Themenbereiche und Problemfelder der Werbung zu geben.
Inhalt	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aktuelle Rahmenbedingungen der Werbung</li> <li>• Grundlegende Begriffe</li> <li>• Überblick über die Kommunikationsinstrumente</li> <li>• Überblick über zentralen Träger der Werbung (Werbeagenturen, Werbetreibende, Medien, Institutionen)</li> <li>• Überblick über Problembereiche der Werbung</li> </ul>
Literatur	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Koschnick, Wolfgang J., Werbeplanung – Marktforschung - Kommunikationsforschung – Mediaforschung, Focus-Lexikon, 3. Auflage, Bd. 1 - 3, München 2003</li> <li>• Huth, Rupert/Pflaum, Dieter: Einführung in die Werbelehre, 6. Auflage, Stuttgart, 2003</li> <li>• Pflaum, D./Bäuerle, F., Lexikon der Werbung, 7. Auflage, Landsberg am Lech 2002</li> </ul>

<b>SSC2502 - Wahlpflichtfachblock A: Politologie 2 und 3</b>	
Kennziffer	SSC2502
Level	Eingangsniveau
Credits	4 Credits
SWS	4
Häufigkeit	Jedes Semester
Prüfungsart	PLK
Prüfungsdauer	90 Minuten
Lehrsprache	Deutsch
Kategorie	Lehrveranstaltung
Fachgebiet	Übergreifende Fachgebiete
Lehrform	Vorlesung
Ziele	Das Fach Politologie stellt für die Studierenden eine Möglichkeit dar, ihr betriebswirtschaftliches Fachstudium zu ergänzen. Ziel des Faches ist es, die Studierenden durch fundierte Informationen an wesentliche politikwissenschaftliche Fragestellungen heranzuführen, sie mit der Systemanalyse, dem Systemvergleich und den Internationalen Beziehungen vertraut zu machen und sie dadurch in die Lage zu versetzen, aktuelle politische

	Vorgänge zu verstehen und in einen größeren Rahmen einordnen zu können. Dadurch wird Studierenden die Fähigkeit vermittelt, eigenständige Positionen zu beziehen und diese auch argumentativ zu vertreten.
Kurzbeschreibung	Diese Vorlesung befasst sich mit dem politischen System der Bundesrepublik, mit dem Vergleich politischer Systeme und mit den Internationalen Beziehungen und hier vor allem mit der Außenpolitik der Bundesrepublik.
Inhalt	<p>Politologie II befasst sich mit dem Vergleich politischer Systeme. Ausgehend von einer kurzen Darstellung demokratietheoretischer Grundlagen, werden einzelne politische Systeme vorgestellt, die sich die Studierenden selbst auswählen können. In der Regel sind dies: USA, Frankreich, Großbritannien, Schweiz, Italien, Schweden, China, Türkei, Südafrika. Nach einer ausführlichen Darstellung, vor allem auch der Besonderheiten in der politischen Kultur, wird dann ein Vergleich unter verschiedenen systemanalytischen und demokratietheoretischen Gesichtspunkten vorgenommen.</p> <p>Politologie III befasst sich mit den Internationalen Beziehungen und hier vor allem mit der Außenpolitik der Bundesrepublik. Ausgehend von der aktuellen Debatte über die Veränderungen in den Internationalen Beziehungen wird ausführlicher über die Entwicklung der Außenpolitik der Bundesrepublik: Westintegration, Ostpolitik, 2+4-Vertrag gesprochen. Im zweiten Teil werden verschiedene internationale Verflechtungszusammenhänge dargelegt: NATO, UNO, OSZE.</p>

<b>SSC2503 - Wahlpflichtfachblock A: Psychologie 2 und 3</b>	
Kennziffer	SSC2503
Level	Eingangslevel
Credits	4 Credits
SWS	4
Häufigkeit	Jedes Semester
Prüfungsart	PLK
Prüfungsdauer	90 Minuten
Lehrsprache	Deutsch
Kategorie	Lehrveranstaltung
Fachgebiet	Übergreifende Fachgebiete

Lehrform	Vorlesung
Ziele	Für viele unternehmerische Entscheidungen – mögen diese nun die Unternehmensführung, das Personalmanagement, die Betriebsorganisation oder das Marketing betreffen – werden fundierte Kenntnisse über menschliches Verhalten und seine Bedingungen in spezifischen Kontexten benötigt. Ziel der angebotenen Psychologie-Vorlesungen ist es daher einmal, den Studierenden mit den wichtigsten Erkenntnissen der allgemeinen Psychologie vertraut zu machen. Darauf aufbauend vermittelt sie einschlägige psychologische Kenntnisse, die für Ökonomen relevant sind (z.B. Psychologie des Käuferverhaltens, Erkenntnisse der Arbeitspsychologie, etc.). Neben Forschungsmethoden und –richtungen sowie den biologischen Voraussetzungen des menschlichen Verhaltens stehen kognitive Prozesse, aktivierende und verhaltenssteuernde Prozesse sowie Persönlichkeitsmodelle und Forschungsergebnisse der Sozialpsychologie im Mittelpunkt.
Kurzbeschreibung	Diese Vorlesung soll die Studierenden mit den wichtigsten Erkenntnissen der allgemeinen Psychologie vertraut zu machen, die für Ökonomen relevant sind (z.B. Psychologie des Käuferverhaltens, Erkenntnisse der Arbeitspsychologie, etc.).
Inhalt	Allgemeine Psychologie I: Beobachtung, Experiment, Test / Wahrnehmungen / Sehen / Hören / Riechen und Schmecken / Haut- und Muskelsinne / Tast-, Lage- und Gleichgewichtswahrnehmungen / Wahrnehmungsschwellen (Weber'sches Gesetz, Weber-Fechner'sches Gesetz) / Grundphänomene der Wahrnehmung / Gedächtnis und Denken / Assoziationen / Lernen, Lerntheorien / Kurzzeit- und Langzeitgedächtnis/ Intelligenzforschung.

<b>SSC2504 - Wahlpflichtfachblock A: Soziologie 2 und 3</b>	
Kennziffer	SSC2504
Level	Eingangselevel
Credits	4 Credits
SWS	2
Häufigkeit	Jedes Semester
Prüfungsart	PLK
Prüfungsdauer	90 Minuten
Lehrsprache	Deutsch

Kategorie	Lehrveranstaltung
Fachgebiet	Übergreifende Fachgebiete
Lehrform	Vorlesung
Ziele	Die Aufgabe der Soziologie ist die wissenschaftliche Erforschung des nach Gleichförmigkeiten ablaufenden gesellschaftlichen Verhaltens. Soziologische Grundkenntnisse sollen die Studierenden befähigen, die Strukturzusammenhänge des menschlichen Zusammenlebens in sozialen Gebilden, Gruppen und Institutionen zu erkennen. Im Mittelpunkt der Soziologie-Vorlesungen stehen deshalb neben der Darstellung der empirischen Methoden die sozialen Rollen, Normen und Werte, das soziale Handeln, der soziale Wandel und die Ergebnisse der Gruppenforschung. Das besondere Interesse gilt der Industrie- und Betriebssoziologie.
Kurzbeschreibung	Im Mittelpunkt dieser Vorlesungen stehen neben der Darstellung der empirischen Methoden die sozialen Rollen, Normen und Werte, das soziale Handeln, der soziale Wandel und die Ergebnisse der Gruppenforschung. Das besondere Interesse gilt der Industrie- und Betriebssoziologie.
Inhalt	Aufbauend auf den in Soziologie I erarbeiteten Grundbegriffen wird in die soziologische Analyse komplexer sozialer Sachverhalte eingeführt wie Sozialisationsprozesse, Schichtung - Entschichtungen - Umschichtungen, industrielle Beziehungen, Armut, Macht - Herrschaft - Autorität
Literatur	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bahrtdt, Hans Paul: Schlüsselbegriffe der Soziologie. Eine Einführung mit Lehrbeispielen, München, 1984, 6. unveränderte Auflage 1994</li> <li>• Geissler, Rainer: Die Sozialstruktur Deutschlands. Ein Studienbuch zur Entwicklung im geteilten und vereinten Deutschland., Opladen, 1992</li> <li>• Wiswede, Günter: Soziologie - Ein Lehrbuch für den wirtschafts- und sozialwissenschaftlichen Bereich, Landsberg am Lech, 1991 (2. überarbeitete und erweiterte Auflage)</li> </ul>

**TAX2501 -**

**Semester 4**

**AQM2502 -**

**AQM2503 -****ESR2501 - Wahlpflichtblock C: Wirtschafts- und Sozialgeschichte - Teil 1**

Kennziffer	ESR2501
Level	fortgeschrittenes Niveau
SWS	4
Häufigkeit	Jedes Semester
Lehrsprache	Deutsch
Kategorie	Lehrveranstaltung
Fachgebiet	Volkswirtschaftslehre
Lehrform	Seminaristischer Unterricht
Ziele	Das Wahlpflichtfach Wirtschafts- und Sozialgeschichte stellt wirtschaftliche und gesellschaftliche Prozesse in ihrem historischen Kontext dar und fördert damit das Denken in Entwicklungszusammenhängen. Im Vordergrund stehen die Abläufe der letzten 200 Jahre; behandelt werden insbesondere die Industrielle Revolution, der Wandel von der Agrar- über die Industrie- zur Dienstleistungsgesellschaft, der Aufstieg und Niedergang von Wirtschaftsmächten, soziale Fragen und sozialpolitische Reformen, Massenwohlstand, Arbeitslosigkeit und Globalisierungstendenzen.
Kurzbeschreibung	Das Wahlpflichtfach Wirtschafts- und Sozialgeschichte stellt wirtschaftliche und gesellschaftliche Prozesse in ihrem historischen Kontext dar und fördert damit das Denken in Entwicklungszusammenhängen.
Inhalt	Wirtschaftsgeschichte: Einführung von 1750 bis 1914. Quellen und Methoden. Wirtschafts- und Sozialgeschichte der Neuzeit (Merkantilismus, Physiokratismus, Liberalismus) Industrielle Revolution in England, Frankreich, Mitteleuropa, Südeuropa, Osteuropa Industrialisierung in Deutschland (Industrie, Handel, Banken, Gewerbe) Soziale Probleme (Arbeiterbewegung, Sozialgesetze) Konjunkturelle Wechsellagen bis 1914, Verkehrswesen, Kartellierung, Konzernierung

**ESR2502 - Wahlpflichtblock C: Europäische Wirtschaftsbeziehungen - Teil 1**

Kennziffer	ESR2502
Level	fortgeschrittenes Niveau
SWS	4

Häufigkeit	Jedes Semester
Lehrsprache	Deutsch
Kategorie	Lehrveranstaltung
Fachgebiet	Volkswirtschaftslehre
Lehrform	Seminaristischer Unterricht
Ziele	Das Wahlpflichtfach Europäische Wirtschaftsbeziehungen vermittelt grundlegende Informationen über die wirtschaftlichen Aspekte der Europäischen Integration. Gegenstand sind u.a. die politischen und rechtlichen Grundlagen des Einigungsprozesses, die institutionelle Ausgestaltung der Zusammenarbeit, der schon erreichte Stand der Verflechtung und die Perspektiven der weiteren Vertiefung der Beziehungen sowie die Anpassungszwänge, die sich aus der wachsenden Zusammenarbeit in Europa für die einzelnen Volkswirtschaften ergeben.
Kurzbeschreibung	Das Wahlpflichtfach Europäische Wirtschaftsbeziehungen vermittelt grundlegende Informationen über die wirtschaftlichen Aspekte der Europäischen Integration.
Inhalt	<p>Angesichts der zunehmenden wirtschaftlichen und politischen Bedeutung der EU wird seit 1998 für Studenten der betriebswirtschaftlichen Studiengänge im Rahmen des Katalogs der Wahlpflichtfächer B eine zweisemestrige Vorlesung "Europäische Wirtschaftsbeziehungen" angeboten. Zentrale Punkte dieser Vorlesung sind: Die europäische Idee; Institutionelle Grundlagen der Europäischen Union ; EU-Haushalt und Finanzierung; Voraussetzungen und Funktionsweise des EG-Binnenmarktes; Europäische Wettbewerbspolitik und Beihilferegulungen; Realisierung und Konsequenzen der Wirtschafts- und Währungsunion; Außenhandelspolitik der EU; Gemeinsame Agrarpolitik; Regionale Strukturpolitik ; Chancen und Risiken der Osterweiterung; Entwicklungsperspektiven der EU.</p> <p>Dieses Angebot wird ergänzt durch freie Wahlvorlesungen und Seminare zu aktuellen Fragen der EU-Integration und europäischen Wirtschaftspolitik.</p> <p>Einführung: Die europäische Idee; Ziele und Motive der europäischen Integration; historische Entwicklung der EU; Grunddaten der EU-Mitgliedstaaten.  Institutionen der EU: Institutionelle Grundlagen; Europäischer Rat; Ministerrat; EU-Kommission; Europäisches Parlament; Europäischer Gerichtshof (EuGH); Europäischer Rechnungshof; Wirtschafts- und Sozialausschuss; Ausschuss der Regionen; Europäische</p>

Investitionsbank (EIB); Verhältnis der EU zu den Mitgliedstaaten.

Grundlagen des EG-Rechts: Rechtsnatur der EG und Rechtsquellen; Katalog der Rechtshandlungen: Verordnungen, Richtlinien, Entscheidungen, Stellungnahmen und Empfehlungen; Rang des Gemeinschaftsrechts.

EU-Haushalt und Finanzierung: Das Eigenmittelsystem (Zolleinnahmen, Agrarabschöpfungen, MWSt - Eigenmittel, BSP-Beitrag); Einnahmenstruktur; Ausgabenstruktur; Nationale Haushalte und EG-Haushalt; Beiträge der Mitgliedstaaten.

Integrationstheorie: Integrationsformen, Integrationsstufen; Wirkungen einer Zollunion (Handelsschaffung u. - Umlenkung, statische und dynamische Wohlfahrtseffekte), Nicht-tarifäre Handelshemmnisse. Empirische Analyse: internationale Wirtschaftsverflechtung, EU-Wirtschaftsverflechtung.

Europäischer Binnenmarkt: (1) Grundlagen: Ziele und Auswirkungen; Instrumente und Strategien. (2) Die vier Grundfreiheiten: Warenverkehr (Wirkungen der Zollunion, Nicht-tarifäre Handelshemmnisse; Normen, Patente, Marken; Empirische Ergebnisse); Personenverkehr (Arbeitnehmer u. Angehörige, Exkurs: Schengener Abkommen); Niederlassungen und Dienstleistungen; Kapital- u. Zahlungsverkehr. (3) Wettbewerbspolitik und Beihilferegeln: Wettbewerbsregeln für Unternehmen (EU-Vorrang, private Unternehmen, Öffentliche Unternehmen); Kontrolle staatlicher Beihilfen; Öffentliche Aufträge. (4) Steuervorschriften: Indirekte Steuern u. Abgaben (Mehrwertsteuer, Verbrauchsteuern, Straßenverkehrsabgaben); Direkte Steuern.

Gemeinsame Politiken: (1) Außenbeziehungen: Handelspolitik (Vertragliche Handelspolitik, Anti-Dumping-Politik); Multilaterale Beziehungen; Bilaterale Beziehungen; Bewertung. (2) Gemeinsame Agrarpolitik: Grundlagen; Elemente; Reform; Finanzierung; Agenda 2000; Perspektiven. (3) Regionale Strukturpolitik: Ausgangslage und Zielsetzung; Anfangsphase (bis 1989); Reform 1989 (Delors-Paket I); Europäische Fonds; Neue Reformdiskussion; Bewertung. (4) Sonstige interne Politiken: Sozialpolitik; Verkehrspolitik, TEN; Industrie-, F+T-Politik; Umweltpolitik; Bildungspolitik; Verbraucherschutz.

Wirtschafts- u. Währungsunion: Währungssystem und Wechselkursdeterminanten; Europäische Währungsunion (EWU); Probleme und Konsequenzen der EWU.

Osterweiterung der EU: Ausgangslage; Anpassungserfordernisse; Integrationswirkungen; Vertiefung vs. Erweiterung.

Ausgewählte Probleme: Wettbewerb der Systeme;

	Entwicklungsperspektiven der EU.
Literatur	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Deutsche Bundesbank (1997): Europäische Organisationen im Bereich von Währung und Wirtschaft, Sonderdruck der Bundesbank, Frankfurt.</li> <li>• Europäische Zentralbank (2003): Monatsberichte der Europäischen Zentralbank, Frankfurt.</li> <li>• Garton Ash, Timothy (1993): Im Namen Europas. Deutschland und der geteilte Kontinent, London.</li> <li>• Görgens, Egon; Ruckriegel, Karlheinz; Seitz, Franz (2003): Europäische Geldpolitik – Theorie, Empirie, Praxis, Stuttgart.</li> <li>• Grauwe, Paul de (2000): Economics of monetary union, 4. edition, Oxford.</li> <li>• Gröner, Helmut; Schüller, Alfred (Hrsg.) (1993): Die europäische Integration als ordnungspolitische Aufgabe, Stuttgart.</li> <li>• Gros, Daniel; Thygesen, Nils (2000): European monetary integration – from the European monetary system to economic and monetary union, 2. edition, Harlow.</li> <li>• Jones, Eric Lionel (1991): Das Wunder Europa, Tübingen.</li> <li>• Leipold, Helmut (1998b): Die EG im Spannungsverhältnis zwischen Konsens und Effizienz, in: Leipold (1998a), S. 1-38.</li> <li>• Leipold, Helmut (1998c): Die EU im Spannungsverhältnis zwischen Vertiefung und Erweiterung, in: Leipold (1998a), S. 39-78.</li> <li>• Leipold, Helmut (Hrsg.) (1998a): Ordnungsprobleme Europas: Die Europäische Union zwischen Vertiefung und Erweiterung, Arbeitsberichte zum Systemvergleich Nr. 18, Marburg.</li> <li>• Ress, Georg; Bröhmer, Jürgen (1998): Europäische Gemeinschaft und Medienvielfalt: Die Kompetenzen der Europäischen Gemeinschaft zur Sicherung des Pluralismus im Medienbereich, Marburger Medienschriften, Frankfurt.</li> <li>• Schitteck, Carsten (1999): Ordnungsstrukturen im europäischen Integrationsprozeß: Ihre Entwicklung bis zum Vertrag von Maastricht, Stuttgart.</li> <li>• Schüller, Alfred (1998): Die Europäische Union vor der Frage der Osterweiterung: Entscheidungslinien und Hindernisse, in: Leipold (1998a), S. 79-108.</li> <li>• Somers, Frans (Hrsg.) (1998): European Union Economics, 3. edition, London.</li> <li>• Waldschmitt, Elmar (2001): Die europäische Sozialunion. Ordnungspolitischer Prüfstein des europäischen Integrationsprozesses, Europäische</li> </ul>



	<p>Hochschulschriften, Frankfurt.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Weidenfeld, Werner (Hrsg.) (1999): Europa-Handbuch, Gütersloh.</li> <li>• Wentzel, Bettina; Wentzel, Dirk (Hrsg.) (2000): Wirtschaftlicher Systemvergleich Deutschland, USA, Stuttgart, UTB-Taschenbuch.</li> <li>• Wentzel, Dirk (1993): Zum Spannungsverhältnis von Migration, Transformation und Integration, in: Gröner; Schüller (1993), S. 493-516.</li> <li>• Wentzel, Dirk (1995): Geldordnung und Systemtransformation: Ein Beitrag zur ökonomischen Theorie der Geldverfassung, Schriften zum Vergleich von Wirtschaftsordnungen, Band 50, Stuttgart, Jena und New York.</li> </ul>
--	--

<b>ESR2503 - Wahlpflichtblock C: Umweltökonomie - Teil 1</b>	
Kennziffer	ESR2503
Level	fortgeschrittenes Niveau
SWS	4
Häufigkeit	Jedes Semester
Lehrsprache	Deutsch
Kategorie	Lehrveranstaltung
Fachgebiet	Volkswirtschaftslehre
Lehrform	Seminaristischer Unterricht
Ziele	<p>Die Vorlesung gibt eine Einführung in das Thema Umweltschutz und behandelt die wichtigsten Aspekte aus der betrieblichen Sicht.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Was sind die drängenden Umweltprobleme unserer Zeit und welche Wirkungsmechanismen stehen dahinter?</li> <li>• Welche technischen Ansätze zu ihrer Lösung gibt es und wo stoßen rein technische Maßnahmen an ihre Grenzen?</li> <li>• Was muss ein Unternehmen heute an Umweltschutz berücksichtigen – aus rechtlicher, aber auch aus marktpolitischer und gesellschaftlicher Sicht?</li> <li>• Welche Ansätze und Praxiserfahrungen gibt es für ein Umweltmanagement in Unternehmen? (ISO 14.001, EMAS)</li> <li>• Welche modernen Methoden – z. B. aus dem Bereich der Ökobilanzen oder der Stoffstromanalysen – stehen dem</li> </ul>

	Umweltmanagement heute zur Verfügung?
Kurzbeschreibung	Der erste Teil des Wahlpflichtfaches Umweltökonomie gibt eine Einführung in das Thema Umweltschutz und behandelt die wichtigsten Aspekte aus der betrieblichen Sicht.
Inhalt	<p>I Einführung und Grundlagen</p> <p>1 Ökologie und Umwelt – historischer Abriss - Fallbeispiele aus Wirtschaft und Umwelt</p> <p>2 Brennpunkte des Umweltschutzes - Bedeutende Umweltwirkungen</p> <p>3 Technische betriebl. Umweltmaßnahmen - Fallbeispiele</p> <p>4 Kreislaufwirtschaft</p> <p>5 Nachhaltige Entwicklung unter betriebl. Perspektive</p> <p>II Umweltmanagement</p> <p>6 Betriebliche Umweltökonomie - Sichtweisen, Anforderungen, Ansätze - rechtliche Aspekte, Umweltrecht</p> <p>7 Umweltmanagementsysteme - ISO 14.001, Öko-Audit, Responsible Care</p> <p>8 Umweltberichterstattung - Umweltberichte, Umwelterklärungen</p> <p>III Instrumente des Umweltmanagements</p> <p>9 Umweltcontrolling</p> <p>10 Betriebliches Stoffstrommanagement - Analysen u. Methoden</p> <p>11 Umweltkostenrechnung - u.a. Reststoffkostenrechnung</p> <p>12 Life Cycle Assessment / Ökobilanzen - ISO 14.040 ff. - Fallbeispiele</p> <p>13 Umweltmarketing - Produkt-Fallbeispiele</p>
Literatur	<ul style="list-style-type: none"> <li>• H. Dyckhoff: Umweltmanagement. 10 Lektionen in umweltorientierte Unternehmensführung. Springer 2000</li> <li>• Bundesumweltministerium / Umweltbundesamt: Handbuch Umweltcontrolling. Vahlen 2000 (2. Aufl.)</li> <li>• H. Meffert/M. Kirchgeorg: Marktorientiertes Umweltmanagement. 1998</li> <li>• J. Freimann: Betriebliche Umweltpolitik. utb 1996</li> <li>• R. Pfriem: Unternehmenspolitik in sozialökolog. Perspektiven. 1995</li> </ul>

<b>ESR2504 - Wahlpflichtblock C: Wirtschafts- und Unternehmensethik - Teil 1</b>	
Kennziffer	ESR2504
Level	fortgeschrittenes Niveau
SWS	4
Häufigkeit	Jedes Semester
Lehrsprache	Deutsch
Kategorie	Lehrveranstaltung
Fachgebiet	Volkswirtschaftslehre
Lehrform	Seminaristischer Unterricht
Kurzbeschreibung	Der erste Teil des Wahlpflichtfaches Wirtschafts- und Unternehmensethik behandelt die Grundlagen der Ethik, die Individualethik und die Unternehmensethik sowie Ethikmanagement.
Inhalt	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Grundlagen der Ethik</li> <li>• Individualethik</li> <li>• Moralische Konflikte des Mitarbeiters im Unternehmen</li> <li>• Unternehmensethik und Ethikmanagement</li> </ul>

<b>GMT2503 - Bilanzierung</b>	
Kennziffer	GMT2503
Level	fortgeschrittenes Niveau
Credits	4 Credits
SWS	2
Häufigkeit	Jedes Semester
Prüfungsart	PLK/PLH/PLR
Prüfungsdauer	90 Minuten
Lehrsprache	Deutsch
Kategorie	Lehrveranstaltung
Fachgebiet	Allgemeine Betriebswirtschaftslehre
Lehrform	Seminaristischer Unterricht
Kurzbeschreibung	Diese Veranstaltung umfasst 2 Semester. Im ersten Semester werden die Grundlagen des Jahresabschlusses

	vermittelt. Die wesentlichen Inhalte sind: Die Struktur der Bilanz und G&V, die Posten und deren Bewertung, der Anlagespiegel, Kapitalflussrechnung, Cash Flow und die Bilanzanalyse.
Inhalt	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Betriebswirtschaft: Wesen, Aufgaben u. Arten der Bilanz</li> <li>• Das Bilanzrecht</li> <li>• Grundsätze ordnungsgemäßer Buchführung (Aufbau der Bilanz bei Nichtkapitalgesellschaften und Kapitalgesellschaften)</li> <li>• Die Wertansätze der Bilanz (Bewertungsgrundsätze, - Maßstäbe, Bewertung des Vermögens und der Passivposten)</li> <li>• Besonderheiten bei Kapitalgesellschaften</li> <li>• Die Gewinn- u. Verlustrechnung</li> <li>• Anhang und Lagebericht</li> <li>• Grundzüge der Bilanzanalyse</li> </ul>
Literatur	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Olfert, K.: Finanzierung, Kiehl Verlag,</li> <li>• Däumler, K-D.: Betriebliche Finanzwirtschaft, NWB Verlag,</li> <li>• Perridon, L. und Steiner, M.: Finanzwirtschaft der Unternehmung, Verlag Vahlen,</li> <li>• Süchting, J.: Finanzmanagement, Gabler Verlag,</li> <li>• Becker, H.: Bankbetriebslehre, Kiehl Verlag,</li> <li>• Krüschwitz/Decker/Möbius: Investitions- und Finanzplanung, Gabler Verlag,</li> <li>• Küting, K-H. und Weber, C-P.: Die Bilanzanalyse, Schäfer Poeschel,</li> <li>• Eilenberger, G.: Betriebliche Finanzwirtschaft, Oldebourg,</li> <li>• Franke, G. und Hax, H.: Finanzwirtschaft des Unternehmens und Kapitalmarkt, Springer Verlag,</li> <li>• Blohm, H. und Lüder, K.: Investition, Verlag Vahlen.</li> </ul>

<b>GMT2504 - Finanzwirtschaft</b>	
Kennziffer	GMT2504
Level	fortgeschrittenes Niveau
Credits	6 Credits
SWS	4
Häufigkeit	Jedes Semester
Prüfungsart	PLK/PLM/PLP

Prüfungsdauer	90 Minuten
Lehrsprache	Deutsch
Kategorie	Lehrveranstaltung
Fachgebiet	Allgemeine Betriebswirtschaftslehre
Lehrform	Seminaristischer Unterricht
Kurzbeschreibung	Diese Veranstaltung umfasst 2 Semester. Im zweiten Semester werden Investitionsentscheidungen und die Unternehmensfinanzierung betrachtet. Diese beinhalten: Methoden der Investitionsbewertung, Finanzplanung, Methoden der internen und externen Finanzierung, Beteiligungsfinanzierung und einen Überblick der aktuellen Finanzinstrumente.
Inhalt	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Betriebswirtschaft: Begriffe und Aufgaben der Finanzierung <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Finanzierung</li> <li>○ Investition</li> <li>○ Kapital</li> <li>○ Vermögen</li> <li>○ Liquidität</li> <li>○ Finanzwirtschaftliches Gleichgewicht</li> <li>○ Grundzüge der Finanzierungstheorie</li> </ul> </li> <li>• Gliederung der Finanzierungsarten <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Innenfinanzierungs- /Außenfinanzierungsarten</li> <li>○ Arten der Eigen- und Fremdfinanzierung</li> </ul> </li> <li>• Arten der Finanzierungsrechnung <ul style="list-style-type: none"> <li>○ quantitative und qualitative Kapitalbedarfsermittlung</li> <li>○ Cash-Flow-Rechnung</li> <li>○ Kapitalflussrechnung</li> </ul> </li> <li>• Grundlagen der Finanzplanung und Finanzkontrolle</li> <li>• Finanzierungspolitik und Probleme der Verschuldungspolitik</li> <li>• Leverage-Effekt - Chancen und Risiken</li> <li>• Substanzerhaltungsproblematik und deren Beurteilung</li> <li>• Ableitung und Beurteilung von Finanzierungsgrundsätzen</li> <li>• Kennzahlenanalyse</li> </ul>
Literatur	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Olfert, K.: Finanzierung, Kiehl Verlag,</li> <li>• Däumler, K.-D.: Betriebliche Finanzwirtschaft, NWB Verlag,</li> <li>• Perridon, L. und Steiner, M.: Finanzwirtschaft der Unternehmung, Verlag Vahlen,</li> <li>• Süchting, J.: Finanzmanagement, Gabler Verlag,</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Becker, H.: Bankbetriebslehre, Kiehl Verlag,</li> <li>• Krüschwitz/Decker/Möbius: Investitions- und Finanzplanung, Gabler Verlag,</li> <li>• Küting, K-H. und Weber, C-P.: Die Bilanzanalyse, Schäfer Poeschel,</li> <li>• Eilenberger, G.: Betriebliche Finanzwirtschaft, Oldebourg,</li> <li>• Franke, G. und Hax, H.: Finanzwirtschaft des Unternehmens und Kapitalmarkt, Springer Verlag,</li> <li>• Blohm, H. und Lüder, K.: Investition, Verlag Vahlen.</li> </ul>
--	---

<b>MCO2502 - Marketing 1</b>	
Kennziffer	MCO2502
Level	Eingangslevel
Credits	6 Credits
SWS	4
Häufigkeit	Jedes Semester
Prüfungsart	PLK
Prüfungsdauer	60 Minuten
Lehrsprache	Deutsch
Kategorie	Lehrveranstaltung
Fachgebiet	Werbung (Marketing-Kommunikation)
Lehrform	Vorlesung
Schlagworte	Marketing- Management Marketingplanung Marketingstrategien Positionierung Markenführung
Modulverantwortlicher:	Theobald, Elke
Kurzbeschreibung	<p>Diese Veranstaltung bietet eine grundlegende Einführung in die Denkweise des Marketing und das Marketing-Management. Sie vermittelt insbesondere folgende Inhalte:</p> <p>Marketingplanung/-strategien und Markenführung</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Begriffliche und konzeptionelle Grundlagen</li> <li>• Managementprozess im Marketing</li> <li>• Situationsanalyse im Marketing</li> <li>• Inhalte und Instrumente der strategischen Marketingplanung</li> <li>• Strategische Optionen (alternative Marketingstrategien)</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Begriff und Funktionen von Marken</li> <li>• Prozess der Markenführung</li> <li>• Positionierung von Marken</li> <li>• Prinzipien der Markenführung</li> </ul>
Literatur	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Philip Kotler/ Friedhelm Bliemel: Marketing-Management, 10. Aufl. Stuttgart, 2001;</li> <li>• Heribert Meffert: Marketing, 9. Aufl., Wiesbaden 2002</li> <li>• Jochen Becker: Marketing-Konzeption, 6. Aufl., München, 2001</li> <li>• Brigitte, Gaiser/ Richard Linxweiler / Vincent Brucker: Praxisorientierte Markenführung, Wiesbaden 2005</li> <li>• Richard Linxweiler: Marken-Design, Wiesbaden, 2. Aufl., 2004</li> <li>• Philip Kotler u.a.: Grundlagen des Marketing, Berlin, 2002</li> <li>• Hermann Diller: Vahlens großes Marketing-Lexikon, München, 2002</li> </ul>

## Semester 5

### AQM3503 -

#### ESR3501 - Wahlpflichtblock C: Wirtschafts- und Sozialgeschichte - Teil 2

Kennziffer	ESR3501
Level	fortgeschrittenes Niveau
SWS	2
Häufigkeit	Jedes Semester
Prüfungsart	PLK
Prüfungsdauer	90 Minuten
Lehrsprache	Deutsch
Kategorie	Lehrveranstaltung
Fachgebiet	Volkswirtschaftslehre
Lehrform	Seminaristischer Unterricht
Ziele	<p>Das Wahlpflichtfach Wirtschafts- und Sozialgeschichte stellt wirtschaftliche und gesellschaftliche Prozesse in ihrem historischen Kontext dar und fördert damit das Denken in Entwicklungszusammenhängen. Im Vordergrund stehen die Abläufe der letzten 200 Jahre; behandelt werden insbesondere die Industrielle Revolution, der Wandel von der Agrar- über die Industrie- zur Dienstleistungsgesellschaft, der Aufstieg und Niedergang von Wirtschaftsmächten, soziale Fragen und</p>

	sozialpolitische Reformen, Massenwohlstand, Arbeitslosigkeit und Globalisierungstendenzen.
Kurzbeschreibung	Das Wahlpflichtfach Wirtschafts- und Sozialgeschichte stellt wirtschaftliche und gesellschaftliche Prozesse in ihrem historischen Kontext dar und fördert damit das Denken in Entwicklungszusammenhängen.
Inhalt	Wirtschaftsgeschichte und Sozialgeschichte: Von 1914 bis 1948. Soziale und wirtschaftliche Entwicklungen vor 1914, Kriegswirtschaft von 1914 bis 1918, Jahre der Hyperinflation von 1919 bis 1923, Jahre der Scheinblüte von 1924 bis 1928, Jahre der Weltwirtschaftskrise von 1929 bis 1932, NS-Planwirtschaft von 1933 bis 1938, Kriegswirtschaft von 1939 bis 1945, Nachkriegsjahre von 1945 bis 1948 (einschließlich Wirtschaftsreform von 1948)

<b>ESR3502 - Wahlpflichtblock C: Europäische Wirtschaftsbeziehungen - Teil 2</b>	
Kennziffer	ESR3502
Level	fortgeschrittenes Niveau
SWS	2
Häufigkeit	Jedes Semester
Prüfungsart	PLK
Prüfungsdauer	90 Minuten
Lehrsprache	Deutsch
Kategorie	Lehrveranstaltung
Fachgebiet	Volkswirtschaftslehre
Lehrform	Seminaristischer Unterricht
Ziele	Das Wahlpflichtfach Europäische Wirtschaftsbeziehungen vermittelt grundlegende Informationen über die wirtschaftlichen Aspekte der Europäischen Integration. Gegenstand sind u.a. die politischen und rechtlichen Grundlagen des Einigungsprozesses, die institutionelle Ausgestaltung der Zusammenarbeit, der schon erreichte Stand der Verflechtung und die Perspektiven der weiteren Vertiefung der Beziehungen sowie die Anpassungszwänge, die sich aus der wachsenden Zusammenarbeit in Europa für die einzelnen Volkswirtschaften ergeben.
Kurzbeschreibung	Das Wahlpflichtfach Europäische Wirtschaftsbeziehungen vermittelt grundlegende Informationen über die wirtschaftlichen Aspekte der Europäischen Integration.
Inhalt	Angesichts der zunehmenden wirtschaftlichen und



politischen Bedeutung der EU wird seit 1998 für Studenten der betriebswirtschaftlichen Studiengänge im Rahmen des Katalogs der Wahlpflichtfächer B eine zweisemestrige Vorlesung "Europäische Wirtschaftsbeziehungen" angeboten. Zentrale Punkte dieser Vorlesung sind: Die europäische Idee; Institutionelle Grundlagen der Europäischen Union ; EU-Haushalt und Finanzierung; Voraussetzungen und Funktionsweise des EG-Binnenmarktes; Europäische Wettbewerbspolitik und Beihilferegulungen; Realisierung und Konsequenzen der Wirtschafts- und Währungsunion; Außenhandelspolitik der EU; Gemeinsame Agrarpolitik; Regionale Strukturpolitik ; Chancen und Risiken der Osterweiterung; Entwicklungsperspektiven der EU.

Dieses Angebot wird ergänzt durch freie Wahlvorlesungen und Seminare zu aktuellen Fragen der EU-Integration und europäischen Wirtschaftspolitik.

Einführung: Die europäische Idee; Ziele und Motive der europäischen Integration; historische Entwicklung der EU; Grunddaten der EU-Mitgliedstaaten.

Institutionen der EU: Institutionelle Grundlagen; Europäischer Rat; Ministerrat; EU-Kommission; Europäisches Parlament; Europäischer Gerichtshof (EuGH); Europäischer Rechnungshof; Wirtschafts- und Sozialausschuss; Ausschuss der Regionen; Europäische Investitionsbank (EIB); Verhältnis der EU zu den Mitgliedstaaten.

Grundlagen des EG-Rechts: Rechtsnatur der EG und Rechtsquellen; Katalog der Rechtshandlungen: Verordnungen, Richtlinien, Entscheidungen, Stellungnahmen und Empfehlungen; Rang des Gemeinschaftsrechts.

EU-Haushalt und Finanzierung: Das Eigenmittelsystem (Zolleinnahmen, Agrarabschöpfungen, MWSt - Eigenmittel, BSP-Beitrag); Einnahmenstruktur; Ausgabenstruktur; Nationale Haushalte und EG-Haushalt; Beiträge der Mitgliedstaaten.

Integrationstheorie: Integrationsformen, Integrationsstufen; Wirkungen einer Zollunion (Handelsschaffung u. -Umlenkung, statische und dynamische Wohlfahrtseffekte), Nicht-tarifäre Handelshemmnisse. Empirische Analyse: internationale Wirtschaftsverflechtung, EU-Wirtschaftsverflechtung.

Europäischer Binnenmarkt: (1) Grundlagen: Ziele und Auswirkungen; Instrumente und Strategien. (2) Die vier Grundfreiheiten: Warenverkehr (Wirkungen der Zollunion, Nicht-tarifäre Handelshemmnisse; Normen, Patente, Marken; Empirische Ergebnisse); Personenverkehr

	<p>(Arbeitnehmer u. Angehörige, Exkurs: Schengener Abkommen); Niederlassungen und Dienstleistungen; Kapital- u. Zahlungsverkehr. (3) Wettbewerbspolitik und Beihilferegeln: Wettbewerbsregeln für Unternehmen (EU-Vorrang, private Unternehmen, Öffentliche Unternehmen); Kontrolle staatlicher Beihilfen; Öffentliche Aufträge. (4) Steuervorschriften: Indirekte Steuern u. Abgaben (Mehrwertsteuer, Verbrauchsteuern, Straßenverkehrsabgaben); Direkte Steuern.</p> <p>Gemeinsame Politiken: (1) Außenbeziehungen: Handelspolitik (Vertragliche Handelspolitik, Anti-Dumping-Politik); Multilaterale Beziehungen; Bilaterale Beziehungen; Bewertung. (2) Gemeinsame Agrarpolitik: Grundlagen; Elemente; Reform; Finanzierung; Agenda 2000; Perspektiven. (3) Regionale Strukturpolitik: Ausgangslage und Zielsetzung; Anfangsphase (bis 1989); Reform 1989 (Delors-Paket I); Europäische Fonds; Neue Reformdiskussion; Bewertung. (4) Sonstige interne Politiken: Sozialpolitik; Verkehrspolitik, TEN; Industrie-, F+T-Politik; Umweltpolitik; Bildungspolitik; Verbraucherschutz.</p> <p>Wirtschafts- u. Währungsunion: Währungssystem und Wechselkursdeterminanten; Europäische Währungsunion (EWU); Probleme und Konsequenzen der EWU.</p> <p>Osterweiterung der EU: Ausgangslage; Anpassungserfordernisse; Integrationswirkungen; Vertiefung vs. Erweiterung.</p> <p>Ausgewählte Probleme: Wettbewerb der Systeme; Entwicklungsperspektiven der EU.</p>
Literatur	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Deutsche Bundesbank (1997): Europäische Organisationen im Bereich von Währung und Wirtschaft, Sonderdruck der Bundesbank, Frankfurt.</li> <li>• Europäische Zentralbank (2003): Monatsberichte der Europäischen Zentralbank, Frankfurt.</li> <li>• Garton Ash, Timothy (1993): Im Namen Europas. Deutschland und der geteilte Kontinent, London.</li> <li>• Görgens, Egon; Ruckriegel, Karlheinz; Seitz, Franz (2003): Europäische Geldpolitik – Theorie, Empirie, Praxis, Stuttgart.</li> <li>• Grauwe, Paul de (2000): Economics of monetary union, 4. edition, Oxford.</li> <li>• Gröner, Helmut; Schüller, Alfred (Hrsg.) (1993): Die europäische Integration als ordnungspolitische Aufgabe, Stuttgart.</li> <li>• Gros, Daniel; Thygesen, Nils (2000): European monetary integration – from the European monetary system to economic and monetary union, 2. edition, Harlow.</li> <li>• Jones, Eric Lionel (1991): Das Wunder Europa,</li> </ul>

	<p>Tübingen.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Leipold, Helmut (1998b): Die EG im Spannungsverhältnis zwischen Konsens und Effizienz, in: Leipold (1998a), S. 1-38.</li> <li>• Leipold, Helmut (1998c): Die EU im Spannungsverhältnis zwischen Vertiefung und Erweiterung, in: Leipold (1998a), S. 39-78.</li> <li>• Leipold, Helmut (Hrsg.) (1998a): Ordnungsprobleme Europas: Die Europäische Union zwischen Vertiefung und Erweiterung, Arbeitsberichte zum Systemvergleich Nr. 18, Marburg.</li> <li>• Ress, Georg; Bröhmer, Jürgen (1998): Europäische Gemeinschaft und Medienvielfalt: Die Kompetenzen der Europäischen Gemeinschaft zur Sicherung des Pluralismus im Medienbereich, Marburger Medienschriften, Frankfurt.</li> <li>• Schitteck, Carsten (1999): Ordnungsstrukturen im europäischen Integrationsprozeß: Ihre Entwicklung bis zum Vertrag von Maastricht, Stuttgart.</li> <li>• Schüller, Alfred (1998): Die Europäische Union vor der Frage der Osterweiterung: Entscheidungslinien und Hindernisse, in: Leipold (1998a), S. 79-108.</li> <li>• Somers, Frans (Hrsg.) (1998): European Union Economies, 3. edition, London.</li> <li>• Waldschmitt, Elmar (2001): Die europäische Sozialunion. Ordnungspolitischer Prüfstein des europäischen Integrationsprozesses, Europäische Hochschulschriften, Frankfurt.</li> <li>• Weidenfeld, Werner (Hrsg.) (1999): Europa-Handbuch, Gütersloh.</li> <li>• Wentzel, Bettina; Wentzel, Dirk (Hrsg.) (2000): Wirtschaftlicher Systemvergleich Deutschland, USA, Stuttgart, UTB-Taschenbuch.</li> <li>• Wentzel, Dirk (1993): Zum Spannungsverhältnis von Migration, Transformation und Integration, in: Gröner; Schüller (1993), S. 493-516.</li> <li>• Wentzel, Dirk (1995): Geldordnung und Systemtransformation: Ein Beitrag zur ökonomischen Theorie der Geldverfassung, Schriften zum Vergleich von Wirtschaftsordnungen, Band 50, Stuttgart, Jena und New York.</li> </ul>
--	---

**ESR3503 - Wahlpflichtblock C: Umweltökonomie - Teil 2**

Kennziffer	ESR3503
Level	fortgeschrittenes Niveau
SWS	2

Häufigkeit	Jedes Semester
Prüfungsart	PLK/PLP
Prüfungsdauer	90 Minuten
Lehrsprache	Deutsch
Kategorie	Lehrveranstaltung
Fachgebiet	Volkswirtschaftslehre
Lehrform	Seminaristischer Unterricht
Ziele	<p>Die Vorlesung behandelt die volkswirtschaftlichen Grundlagen und das Thema Umweltpolitik. Dazu gehören u. a. die Fragestellungen:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Wieso kann es in einem effizienten Wirtschaftssystem (Marktwirtschaft) zu Verschwendung und Zerstörung natürlicher Ressourcen kommen? (Öffentliche Güter, Externe Effekte, Coase-Theorem).</li> <li>• Welche Regeln für die optimale Nutzung von (regenerierbaren, nicht-regenerierbaren) Ressourcen lassen sich angeben? (Schadenskosten, Vermeidungskosten, Nachhaltige Entwicklung, Monetarisierung, Diskontierung)</li> <li>• Mit welchen Instrumenten können umweltpolitische Ziele effizient und effektiv erreicht werden? (Information, Haftung, Verschmutzungsrechte, Abgaben, Ordnungsrecht)</li> <li>• Welche Konflikte ergeben sich zwischen Umweltschutz und anderen wichtigen gesellschaftlichen Zielen (Wachstum, Vollbeschäftigung, internationale Wettbewerbsfähigkeit, Verteilungsgerechtigkeit)</li> <li>• Welche Konsequenzen hat die Globalisierung (Freihandel, Nord-Süd-Problematik) für den Umweltschutz? (WTO, IWF, Weltbank)</li> </ul>
Kurzbeschreibung	Der zweite Teil des Wahlpflichtfaches Umweltökonomie behandelt die volkswirtschaftlichen Grundlagen und das Thema Umweltpolitik.
Inhalt	<p>1 Theoretische und empirische Grundlagen</p> <p>1.1 Öffentliche Güter</p> <p>1.2 Externe Effekte</p> <p>1.3 Optimale Umweltnutzung (regenerierbare Ressourcen)</p> <p>1.4 Coase-Theorem: Eigentumsrechte und private Verhandlungen</p> <p>1.5 Optimale Nutzung nicht-regenerierbarer Ressourcen</p>

	<p>1.6 Bewertung von Umweltschäden (Monetarisierung), Kosten-Nutzen-Analyse</p> <p>1.7 Umweltökonomische Gesamtrechnung (UGR), Indikatoren nachhaltiger Entwicklung</p> <p>2 Instrumente der Umweltpolitik und ihre Wirkungen</p> <p>2.1 Bewertungskriterien</p> <p>2.2 Informationsinstrumente</p> <p>2.3 Kooperationslösungen (Selbstverpflichtungen, Branchenabkommen)</p> <p>2.4 Haftung</p> <p>2.5 Eigentumsrechte: Handelbare Verschmutzungsrechte, Joint Implementation</p> <p>2.6 Finanzielle Anreize: Subventionen und Abgaben</p> <p>2.7 Ökologische Steuerreform</p> <p>2.8 Ordnungsrecht (Gebote, Verbote)</p> <p>2.9 Zusammenfassung: Umweltpolitisches Instrumentarium im Überblick</p> <p>3 Ausgewählte Konfliktfelder</p> <p>3.1 Wachstum und Umweltschutz</p> <p>3.2 Beschäftigung und Umweltschutz</p> <p>3.3 Umweltschutz, Innovation und internationale Wettbewerbsfähigkeit</p> <p>3.4 Umweltschutz und Verteilungsgerechtigkeit</p> <p>3.5 Freihandel und Umweltschutz, Nord-Süd-Problematik</p>
Literatur	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Altmann, J. (1997): Umweltpolitik. Daten - Fakten - Konzepte für die Praxis, Stuttgart</li> <li>• Bartel, R./Hackl, F. (1994): Einführung in die Umweltpolitik, München</li> <li>• Bartmann, H. (1996): Umweltökonomie - ökologische Ökonomie, Stuttgart</li> <li>• Binswanger, H.C./Frisch, H./Nutzinger, H.G. et al. (1988): Arbeit ohne Umweltzerstörung. Strategien für eine neue Wirtschaftspolitik, Frankfurt</li> <li>• Bromley, D. (ed. 1994): The Handbook of Environmental Economics, Cambridge etc.</li> <li>• BUND/Misereor (Hrsg. 1996): Zukunftsfähiges Deutschland. Ein Beitrag zu einer global nachhaltigen Entwicklung. Studie des Wuppertal Instituts für Klima, Umwelt und Energie, 4. Aufl., Basel/Berlin 1997</li> <li>• Bundesumweltministerium (Hrsg. 1998): Nachhaltige Entwicklung in Deutschland. Entwurf eines umweltpolitischen Schwerpunktprogramms, Bonn</li> <li>• Cansier, D. (1996): Umweltökonomie, 2. Aufl., Stuttgart</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Hampicke, U (1991): Naturschutz-Ökonomie, Stuttgart</li> <li>• Jänicke, M./Kunig, P./Stitzel, M. (1999): Umweltpolitik, Bonn</li> <li>• Kösters, W. (1997): Umweltpolitik. Themen, Funktionen, Zuständigkeiten, Landsberg/Lech</li> <li>• Kurz, R. (1997): Unternehmen und nachhaltige Entwicklung, in: de Gijssel, P. et al. (Hrsg.): Ökonomie und Gesellschaft, Jahrbuch 14: Nachhaltigkeit in der ökonomischen Theorie, Frankfurt/New York, 78-102</li> <li>• Kurz, R./Volkert, J. (1997): Konzeption und Durchsetzungschancen einer ordnungskonformen Politik der Nachhaltigkeit, Tübingen/Basel</li> <li>• Kurz, R./Zahrnt, A. (Hrsg. 1994): Marktwirtschaft und Umwelt, Bonn</li> <li>• Pätzold, J./Mussel, G. (1996): Umweltpolitik, Sternenfels</li> <li>• Rat von Sachverständigen für Umweltfragen (1998): Erreichtes sichern - Neue Wege gehen. Umweltgutachten 1998, Bonn</li> <li>• Siebert, H. (1995): Economics of the Environment. Theory and Policy, 4th ed., Berlin etc.</li> <li>• Simonis, U. E. (Hrsg. 1996): Weltumweltpolitik. Grundriß und Bausteine eines neuen Politikfeldes, Berlin</li> <li>• Umweltbundesamt (Hrsg. 1997): Daten zur Umwelt. Der Zustand der Umwelt in Deutschland, Berlin</li> <li>• Umweltbundesamt (1997): Umweltschutz und Beschäftigung. Brückenschlag für eine lebenswerte Zukunft, Berlin</li> <li>• Weimann, J. (1991): Umweltökonomik. Eine theorieorientierte Einführung, 2. Aufl., Berlin etc.</li> <li>• Weizsäcker, E.-U. (1997): Erdpolitik. Ökologische Realpolitik als Antwort auf die Globalisierung, 5. Aufl., Darmstadt</li> <li>• Wicke, L. (1993): Umweltökonomie: eine praxisorientierte Einführung, 4. Aufl., München</li> </ul>
--	---

**ESR3504 - Wahlpflichtblock C: Wirtschafts- und Unternehmensethik - Teil 2**

Kennziffer	ESR3504
Level	fortgeschrittenes Niveau
SWS	2
Häufigkeit	Jedes Semester

Prüfungsart	PLK/
Prüfungsdauer	90 Minuten
Lehrsprache	Deutsch
Kategorie	Lehrveranstaltung
Fachgebiet	Volkswirtschaftslehre
Lehrform	Seminaristischer Unterricht
Kurzbeschreibung	Der zweite Teil des Wahlpflichtfaches Wirtschafts- und Unternehmensethik behandelt die Bedeutung der Ordnungsethik sowie gesamt- und weltwirtschaftlicher Rahmenbedingungen für das Handeln von Unternehmen und Unternehmern erkennen.
Inhalt	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ordnungsethik</li> <li>• ausgewählte Fragen der Ethik</li> </ul>

### **GMT3502 - WPF B: Betriebswirtschaftslehre des Außenhandels - Teil 1**

Kennziffer	GMT3502
Level	berufsqualifizierendes akademisches Niveau
Credits	5 Credits
SWS	4
Häufigkeit	Jedes Semester
Prüfungsart	PLK
Lehrsprache	Deutsch und Englisch
Kategorie	Lehrveranstaltung
Fachgebiet	Allgemeine Betriebswirtschaftslehre
Lehrform	Vorlesung
Schlagworte	Außenhandel
Modulverantwortlicher:	Freitag, Ulrich; Manthey, Manfred
Ziele	
Kurzbeschreibung	Diese Vorlesung behandelt den Internationalisierungsprozess der Unternehmung, International Marketing und Außenhandelsfinanzierung.
Inhalt	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Der Internationalisierungsprozess der Unternehmung: Export, Import, Lizenz- und BOT-Geschäfte, Kompensationshandel,</li> </ol>

	<p>Direktinvestitionen im Ausland, Joint-venture, Vertragsproduktion, Risiko und Risikopolitik im Außenhandel</p> <p>2. Internationales Marketing: Marktforschung für Auslandsmärkte, Internationale Produkt-, Kontrahierungs-, Distributions-, Kommunikations- und Servicepolitik</p> <p>3. Außenhandelsfinanzierung: Internationaler Zahlungsverkehr, Dokumenteninkasso, Dokumentenakkreditiv, Bankgarantien im Außenhandel, Fremdwährungsgeschäfte und Kurssicherung (Kassahandel, Terminhandel), Formen der kurz-, mittel- und langfristigen Außenhandelsfinanzierung, Ausfuhrkreditversicherung.</p>
Verbindung zu anderen Modulen	
Verwendbarkeit in anderen Modulen/Studiengängen	
Workload	
Literatur	<ul style="list-style-type: none"> <li>• A. Hermans, U.K. Wissmeier: Internationales Marketing Management</li> <li>• E. Kulhavy: Internationales Marketing</li> <li>• F.-U. Jahrman: Außenhandel</li> <li>• M. Perlitz: Internationales Management</li> </ul> <p>jeweils aktuelle Auflage und weitere Literatur</p>

<b>GMT3504 - WPF B: Betriebswirtschaftslehre der Banken - Teil 1</b>	
Kennziffer	GMT3504
Level	berufsqualifizierendes akademisches Niveau
Credits	5 Credits
SWS	4
Häufigkeit	Jedes Semester
Lehrsprache	Deutsch
Kategorie	Lehrveranstaltung
Fachgebiet	Allgemeine Betriebswirtschaftslehre
Lehrform	Vorlesung
Schlagworte	Bankwesen Investmentfonds Aktien Kapitalmarkt Kreditsicherheit



Kurzbeschreibung	<p>In der deutschen und internationalen Bankenwelt vollzieht sich eine stürmische Entwicklung. Als Stichworte seien genannt: Historisches Zinstief, Euroeinführung, Megafusionen, Strukturprozesse, Direktanbieter, elektronische Systemanbieter, etc. Auf diese Veränderungen im Bankenwettbewerb kann nur reagieren, wer die Wirkungszusammenhänge und die Problemlagen einer Bank kennt und für sein Unternehmen die richtigen Konsequenzen und Positionierung ableitet. In der Vorlesung „Betriebswirtschaftslehre der Banken“ wird versucht, diesen Anspruch im Kern zu erfassen. Auf Basis der bestehenden Wettbewerbssituation und des immer komplizierter werdenden Bankrechts werden die Kernleistungen des Bankmanagers abgehandelt: Gestaltung einer zukunftsweisenden Bankpolitik, Anforderungen an ein erfolgreiches Bankmarketing-Konzept und die Darstellung der wichtigsten Banksteuerungsinstrumente.</p> <p>Banken sind im Kern Risikohändler. Dies verlangt eine gute Kenntnis der Wirkung der Bankgeschäfte. Ein weiterer Schwerpunkt der Bankbetriebslehre liegt in die Behandlung der wichtigsten Bankleistungen, insbesondere des Anlagegeschäft (Einlagengeschäft, Depot-A- und Investmentgeschäfts) und des Kreditgeschäft sowie in der Steuerung dieser Geschäfte.</p>
Literatur	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Eilenberger, Guido: Bankbetriebswirtschaftslehre , Oldenbourg München,</li> <li>• Priewasser, Erich: Bankbetriebswirtschaftslehre, Oldenbourg München,</li> <li>• Süchting, Joachim und Paul, Stefan: Bankmanagement, Schäffer-Poeschel Stuttgart,</li> <li>• Claussen, Carsten: Bank- und Börsenrecht, Beck München,;</li> <li>• Schierenbeck, Henner: Ertragsorientiertes Bankmanagement, Controlling in Kreditinstituten, Gabler,</li> <li>• Steiner, Manfred und Bruns, Christoph: Wertpapier-Management, Schäffer-Pöschel Stuttgart</li> <li>• Gup, Benton, The Bank Director’s Handbook – The Board Member’s Guide to Banking and Bank Management, Irwin Chicago,</li> <li>• Rose, Peter, Commercial Bank Management, Mc Graw-Hill Boston.</li> </ul> <p>Jeweils aktuelle Auflage</p>

<b>GMT3506 - WPF B: Betriebswirtschaftslehre der Industrie - Teil 1</b>	
Kennziffer	GMT3506
Level	berufsqualifizierendes akademisches Niveau
Credits	5 Credits
SWS	4
Häufigkeit	Jedes Semester

Lehrsprache	Deutsch
Kategorie	Lehrveranstaltung
Fachgebiet	Allgemeine Betriebswirtschaftslehre
Lehrform	Vorlesung
Schlagworte	Produktionsplanung Produktprogramm Beschaffungsprozess Produktinnovation Qualitätsmanagement
Kurzbeschreibung	Diese Vorlesung behandelt die folgenden Schwerpunktthemen: eine kurze Geschichte der Produktion, der Zahlungssysteme, der Herstellungsmethoden, der Investitionsplanung, Materialplanung, Kapazitätsplanung, Industrieforschung und Design, Innovationsplanung, Programmplanung, Outsourcing, Produktionsplanung und Qualitätsmanagement.
Inhalt	Abriss der Industriegeschichte, Industrielle Arbeitsstudien, Lohnfindung im Industriebetrieb, Industrielle Anlagenwirtschaft: Fertigungsverfahren, Investitionsplanung, Instandhaltungsplanung, Industrielle Materialwirtschaft: Materialbestandsrechnung, Materialbedarfsplanung, Terminrechnung, Losgrößenbestimmung, Produktplanung: Industrielle Forschung und Entwicklung, Methoden der Ideenfindung, Patente, Lizenzen, Arbeitnehmererfindungen, Produktstandardisierung, Break-Even-Analyse für neue Produkte, Produktionsprogrammplanung, Outsourcing, Produktionsplanung und -steuerung, Industrielles Qualitätsmanagement.

<b>GMT3508 - WPF B: Betriebswirtschaftslehre des Handels - Teil 1</b>	
Kennziffer	GMT3508
Level	berufsqualifizierendes akademisches Niveau
Credits	5 Credits
SWS	4
Häufigkeit	Jedes Semester
Lehrsprache	Deutsch
Kategorie	Lehrveranstaltung
Fachgebiet	Allgemeine Betriebswirtschaftslehre
Lehrform	Vorlesung
Schlagworte	Einzelhandel Großhandel Dienstleistung Handel
Kurzbeschreibung	Grundlagen der Handelstätigkeit (insbesondere Betriebsformen und Funktionen), rechtliche Probleme (insbesondere Wettbewerbsregeln), Entscheidungen des Handelsbetriebes (Ware, Betriebsform, Standort, Einkauf, Lagerhaltung, Verkauf, Werbung, Preispolitik, Service, Personalwesen), Planung im Handel, das Informations- und Kontrollsystem (Bilanzierung, Warenwirtschaftssystem,

	Filialkontrolle, Limitplanung, Betriebsvergleich).
Literatur	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lerchenmüller, Michael: Handelsbetriebslehre, Kiehl-Verlag, Ludwigshafen</li> <li>• Müller-Hagedorn, Lothar: Der Handel, Kohlhammer-Verlag, Stuttgart</li> <li>• Tietz, Bruno: Der Handelsbetrieb, Vahlen-Verlag, München</li> </ul> <p>Jeweils aktuelle Auflage</p>

**LAW3501 -**

**LAW3502 -**

**LAW3504 -**

<b>MCO3501 - Marketing 2</b>	
Kennziffer	MCO3501
Level	fortgeschrittenes Niveau
Credits	3 Credits
SWS	2
Häufigkeit	Jedes Semester
Prüfungsart	PLK/PLR
Prüfungsdauer	45 Minuten
Lehrsprache	Deutsch
Kategorie	Lehrveranstaltung
Vorausgesetzte Module/Lehrveranstaltungen	<a href="#">Marketing 1</a>
Fachgebiet	Werbung (Marketing-Kommunikation)
Lehrform	Seminaristischer Unterricht
Schlagworte	Marketing-Mix Produktpolitik Distribution Preispolitik Handel
Modulverantwortlicher:	Theobald, Elke
Kurzbeschreibung	Diese Veranstaltung baut auf den Inhalten von Marketing 1 auf. Die Studierenden lernen hier im Detail die verschiedenen Instrumente des Marketing-Mix kennen. Der Transfer der theoretischen Erkenntnisse in die Praxis

	<p>wird den Studierenden durch Übungen und Fallstudien erleichtert. Die Inhalte im Überblick:</p> <p>Grundlegende Instrumente des Marketing</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Planung des Marketing-Mix (Maßnahmenplanung)</li> <li>• Produkt- und preispolitische Entscheidungsbereiche</li> <li>• Distributionspolitische Entscheidungen</li> <li>• Erfolgskontrolle</li> <li>• Koordination des Instrumenteneinsatzes</li> </ul>
Inhalt	<p>Grundlegende Instrumente des Marketing</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Planung des Marketing-Mix (Maßnahmenplanung)</li> <li>• Produkt- und preispolitische Entscheidungsbereiche</li> <li>• Distributionspolitische Entscheidungen</li> <li>• Erfolgskontrolle</li> <li>• Koordination des Instrumenteneinsatzes</li> </ul>
Literatur	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Philip Kotler/ Friedhelm Bliemel: Marketing-Management, 10. Aufl. Stuttgart, 2001</li> <li>• Heribert Meffert: Marketing, 9. Aufl., Wiesbaden 2002</li> <li>• Jochen Becker: Marketing-Konzeption, 6. Aufl., München, 2001</li> <li>• Brigitte Gaiser/ Richard Linxweiler / Vincent Brucker: Praxisorientierte Markenführung, Wiesbaden 2005</li> <li>• Richard Linxweiler: Marken-Design, Wiesbaden, 2. Aufl., 2004</li> <li>• Philip Kotler u.a.: Grundlagen des Marketing, Berlin, 2002</li> <li>• Hermann Diller: Vahlens großes Marketing-Lexikon, München, 2002</li> </ul>

<b>MCO3502 - Markt- und Werbeforschung</b>	
Kennziffer	MCO3502
Level	fortgeschrittenes Niveau
Credits	3 Credits
SWS	2
Häufigkeit	Jedes Semester

Prüfungsart	PLK
Prüfungsdauer	60 Minuten
Lehrsprache	Deutsch
Kategorie	Lehrveranstaltung
Fachgebiet	Werbung (Marketing-Kommunikation)
Lehrform	Vorlesung
Schlagworte	Markt- und Meinungsforschung Verbraucher- und Handelspanel Mikrotestmärkte Empirische Sozialforschung Werbetracking
Modulverantwortlicher:	Theobald, Elke
Kurzbeschreibung	Informationen sind die Basis jeder Marketingentscheidung. Die Veranstaltung vermittelt einen Einblick in die methodische Vorgehensweise und das Instrumentarium der Marktforschung, insbesondere in die Planung von Marktforschungsprojekten bzw. die methodische Vorgehensweise der empirischen Sozialforschung. Darüber hinaus erhalten die Studierenden einen Überblick über grundlegende Erhebungsmethoden (Befragung, Beobachtung, Experiment), besondere Erhebungsmethoden im Marketing (Panels und Mikrotestmärkte) sowie Methoden der Werbewirkungsforschung.
Literatur	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kotler, Philip / Bliemel, Friedhelm: Marketing-Management, 10. Aufl. Stuttgart, 2001</li> <li>• Kotler/ Friedhelm Bliemel: Marketing-Management, 10. Aufl. Stuttgart, 2001</li> <li>• Günther, Martin / Vossebein, Ulrich / Wildner, Raimund, Marktforschung mit Panels. Arten – Erhebung – Analyse – Anwendung, 1998</li> <li>• Hammann, Peter / Erichson, Bernd, Marktforschung, 4., überarb. u. erw. Aufl. 2000</li> <li>• Homburg, Christian / Hermann, Andreas (Hg.): Marktforschung. Methoden – Anwendungen – Praxisbeispiele, 2., aktualis. Aufl. 2000</li> <li>• Kamenz, Uwe, Marktforschung. Einführung mit mit Fallbeispielen, Aufgaben und Lösungen, 2., durchges. Aufl. 2001</li> </ul>

### **MCO3503 - Markt- und Werbepsychologie**

Kennziffer	MCO3503
Level	fortgeschrittenes Niveau
Credits	3 Credits

SWS	2
Häufigkeit	Jedes Semester
Prüfungsart	PLK
Prüfungsdauer	60 Minuten
Lehrsprache	Deutsch
Kategorie	Lehrveranstaltung
Fachgebiet	Werbung (Marketing-Kommunikation)
Lehrform	Vorlesung
Schlagworte	Motivation Emotionen kognitive Prozesse Werbepsychologie Wahrnehmung
Modulverantwortlicher:	Theobald, Elke
Kurzbeschreibung	<p>Um erfolgreich zu kommunizieren und zu werben, ist es unabdingbar, seine Zielgruppe genau zu kennen und zu verstehen. Je besser man die psychologischen Einflussgrößen des Verhaltens kennt, desto größer ist die Wahrscheinlichkeit, eine kommunikative/ werbliche Ansprache zu finden, die die Zielgruppe überzeugt. Nach einer grundlegenden Einführung in die Thematik beschäftigt sich die Veranstaltung vor allem mit folgenden Aspekten:</p> <p>Drei-Speicher-Modell (Informationsaufnahme/Informationsverarbeitung – Wahrnehmung/ Informationsspeicherung – Lernen), Aktivierung, Emotion, Involvement, Motivation, Einstellung sowie Gruppenkommunikation, soziale Urteilsbildung, Image-Theorie, Marktsegmentierungsansätze / Lebensstilansätze, Kaufverhaltensmodelle, Interkulturelle Aspekte des Kaufverhaltens</p>
Literatur	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kroeber-Riel, W./Weinberg, P., Konsumentenverhalten, 6. Aufl., München</li> <li>• Trommsdorff, V., Konsumentenverhalten, Berlin 2001</li> <li>• Weinberg, P./Diehl, S./Terlutter, R., Konsumentenverhalten angewandt, München 2003</li> </ul>

### **MCO3504 - Kommunikationspolitik 1**

Kennziffer	MCO3504
Level	fortgeschrittenes Niveau
Credits	6 Credits

SWS	4
Häufigkeit	Jedes Semester
Prüfungsart	PLK
Prüfungsdauer	60 Minuten
Lehrsprache	Deutsch
Kategorie	Lehrveranstaltung
Fachgebiet	Werbung (Marketing-Kommunikation)
Lehrform	Vorlesung
Schlagworte	Integrierte Kommunikation Kommunikationsmanagement Werbemittel Werbeplanung Mediaplanung
Modulverantwortlicher:	Theobald, Elke
Kurzbeschreibung	Ziel dieser Lehrveranstaltung ist es, den Studierenden die Voraussetzungen und Grundlagen zum Verständnis des integrierten Kommunikationsmanagements zu vermitteln. Sie sollen ein Grundverständnis für das Konzept der integrierten Kommunikation und einen fundierten Einblick in die Aufgaben des Kommunikationsmanagements und die Werbeplanung gewinnen.
Inhalt	<p>Die Inhalte im Überblick:</p> <p><b>Überblick und Grundlagen der Integrierten Marketing-Kommunikation</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Aufgabenbereiche und Begriffe der Integrierten Marketing-Kommunikation</li> <li>• Bedeutung der Kommunikationspolitik/der Werbung</li> <li>• Träger und Institutionen der Marketing-Kommunikation</li> </ul> <p><b>Strategische Kommunikationsplanung als Basis der Instrumentalentscheidungen</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Analyse der Ausgangssituation</li> <li>• Definition der Kommunikationsziele</li> <li>• Festlegung der Kommunikationsstrategie</li> </ul> <p><b>Werbeplanung (Analyse, Strategie- und Maßnahmenplanung)</b></p>
Literatur	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bruhn, Manfred, Integrierte Unternehmens- und Markenkommunikation, 2003</li> <li>• Koschnick, Wolfgang J., Werbeplanung – Marktforschung - Kommunikationsforschung – Mediaforschung, Focus-Lexikon, 3.Auflage, Bd. 1 - 3, München 2003</li> <li>• Gaiser, Brigitte/ Linxweiler, Richard/ Brucker, Vincent,</li> </ul>

	<p>Praxisorientierte Markenführung, Wiesbaden 2005</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Focus-Lexikon, 3.Auflage, Bd. 1 - 3, München 2003</li> <li>• Huth, Rupert/Pflaum, Dieter: Einführung in die Werbelehre, 6. Auflage, Stuttgart, 2003</li> <li>• Pflaum, D./Bäuerle, F., Lexikon der Werbung, 7. Auflage, Landsberg am Lech 2002</li> </ul>
--	---

## Semester 6

<b>ECO3504 - Wirtschaftspolitisches Seminar</b>	
Kennziffer	ECO3504
Level	fortgeschrittenes Niveau
Credits	4 Credits
SWS	2
Häufigkeit	Jedes Semester
Prüfungsart	PLH+PLR
Lehrsprache	Deutsch
Kategorie	Lehrveranstaltung
Fachgebiet	Volkswirtschaftslehre
Lehrform	Seminaristischer Unterricht
Modulverantwortlicher:	Wienert, Helmut
Ziele	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Die Studierenden wenden volkswirtschaftliche Kenntnisse selbständig auf aktuelle wirtschaftspolitische Fragestellungen an.</li> <li>• Sie erwerben die Fähigkeit, ihre Ergebnisse nachvollziehbar zu präsentieren und in der Diskussion zu verteidigen.</li> <li>• Sie lernen konstruktive Kritik zu üben und Kritik als Verbesserungspotential zu nutzen.</li> <li>• Sie eignen sich die Techniken und Standards wissenschaftlichen Arbeitens an.</li> </ul>
Kurzbeschreibung	Im Rahmen dieses Seminars werden Themen zu aktuelle wirtschaftspolitische Fragestellungen an die Studierenden zur Bearbeitung vergeben. Die Studierenden verfassen eine Hausarbeit und präsentieren diese.
Inhalt	Fallweise wechselndes volkswirtschaftliches Seminaroberthema
Verbindung zu anderen Modulen	



Literatur	Fallweise Angaben des Seminarleiters
-----------	--------------------------------------

<b>GMT3501 - Unternehmensführung</b>	
Kennziffer	GMT3501
Level	fortgeschrittenes Niveau
Credits	3 Credits
SWS	2
Häufigkeit	Jedes Semester
Prüfungsart	PLK/PLM/PLR/PLH
Prüfungsdauer	60 Minuten
Lehrsprache	Deutsch
Kategorie	Lehrveranstaltung
Fachgebiet	Allgemeine Betriebswirtschaftslehre
Lehrform	Seminaristischer Unterricht
Kurzbeschreibung	Diese Veranstaltung betrachtet die strategischen Probleme, die ein Unternehmen ausgesetzt ist und die aktuellen erklärenden Prinzipien und Instrumente, die zu einer Lösung führen. Die Hauptthemen sind: Einführung zum Strategischen Management, die strategischen Optionen, der Betriebsaudit, die Analyse der Leistungskette, Benchmarking, die Analyse der Industrie, Wettbewerbsanalyse, Bewertung der strategischen Position, die Prognose der Zukunft, Unternehmenskultur und -leitbild.
Literatur	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bea, F.: Strategisches Management, Uni. Taschenbücher,</li> <li>• Bleicher, K.: Das Konzept integriertes Management, Campus Verlag,</li> <li>• Hax, C. und Majluf, J.: Strategisches Management, Campus Verlag,</li> <li>• Kreikebaum, H.: Strategische Unternehmensplanung, Kohlhammer Verlag,</li> <li>• Schein, E.: Unternehmenskultur, Campus Verlag,</li> <li>• Staehle, W.: Management, Verlag Vahlen,</li> <li>• Welge, M. Al Laham, A.: Strategisches Management, Gabler Verlag,</li> <li>• Johnson, G. und Scholes, K.: Exploring Corporate Strategy, Prentice Hall Verlag,</li> <li>• Thompson, J.L.: Strategic Management, Chapman and Hall,</li> <li>• Hill, C. und Jones, G.: Strategic Management,</li> </ul>

	Houghton Mifflin Verlag.
--	--------------------------

<b>GMT3503 - WPF B: Betriebswirtschaftslehre des Außenhandels - Teil 2</b>	
Kennziffer	GMT3503
Level	berufsqualifizierendes akademisches Niveau
Credits	5 Credits
SWS	4
Häufigkeit	Jedes Semester
Prüfungsart	PLK
Prüfungsdauer	90 Minuten
Lehrsprache	Deutsch und Englisch
Kategorie	Lehrveranstaltung
Fachgebiet	Allgemeine Betriebswirtschaftslehre
Lehrform	Vorlesung
Schlagworte	Außenhandel
Modulverantwortlicher:	Freitag, Ulrich; Manthey, Manfred
Ziele	
Kurzbeschreibung	Diese Vorlesung behandelt den Internationalisierungsprozess der Unternehmung, International Marketing und Außenhandelsfinanzierung.
Inhalt	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Der Internationalisierungsprozess der Unternehmung: Export, Import, Lizenz- und BOT-Geschäfte, Kompensationshandel, Direktinvestitionen im Ausland, Joint-venture, Vertragsproduktion, Risiko und Risikopolitik im Außenhandel</li> <li>2. Internationales Marketing: Marktforschung für Auslandsmärkte, Internationale Produkt-, Kontrahierungs-, Distributions-, Kommunikations- und Servicepolitik</li> <li>3. Außenhandelsfinanzierung: Internationaler Zahlungsverkehr, Dokumenteninkasso, Dokumentenakkreditiv, Bankgarantien im Außenhandel, Fremdwährungsgeschäfte und Kurssicherung (Kassahandel, Terminhandel), Formen der kurz-, mittel- und langfristigen Außenhandelsfinanzierung,</li> </ol>

	Ausfuhrkreditversicherung.
Verbindung zu anderen Modulen	
Verwendbarkeit in anderen Modulen/Studiengängen	
Workload	
Literatur	<ul style="list-style-type: none"> <li>• A. Hermans, U.K. Wissmeier: Internationales Marketing Management</li> <li>• E. Kulhavy: Internationales Marketing</li> <li>• F.-U. Jahrman: Außenhandel</li> <li>• M. Perlitz: Internationales Management</li> </ul> <p>jeweils aktuelle Auflage und weitere Literatur</p>

<b>GMT3505 - WPF B: Betriebswirtschaftslehre der Banken - Teil 2</b>	
Kennziffer	GMT3505
Level	berufsqualifizierendes akademisches Niveau
Credits	5 Credits
SWS	4
Häufigkeit	Jedes Semester
Prüfungsart	PLK
Prüfungsdauer	90 Minuten
Lehrsprache	Deutsch
Kategorie	Lehrveranstaltung
Fachgebiet	Allgemeine Betriebswirtschaftslehre
Lehrform	Vorlesung
Schlagworte	Bankwesen Investmentfonds Aktien Kapitalmarkt Kreditsicherheit
Kurzbeschreibung	<p>In der deutschen und internationalen Bankenwelt vollzieht sich eine stürmische Entwicklung. Als Stichworte seien genannt: Historisches Zinstief, Euroeinführung, Megafusionen, Strukturprozesse, Direktanbieter, elektronische Systemanbieter, etc. Auf diese Veränderungen im Bankenwettbewerb kann nur reagieren, wer die Wirkungszusammenhänge und die Problemlagen einer Bank kennt und für sein Unternehmen die richtigen Konsequenzen und Positionierung ableitet. In der Vorlesung „Betriebswirtschaftslehre der Banken“ wird versucht, diesen Anspruch im Kern zu erfassen. Auf Basis der bestehenden Wettbewerbssituation und des immer komplizierter werdenden Bankrechts werden die Kernleistungen des</p>

	<p>Bankmanagers abgehandelt: Gestaltung einer zukunftsweisenden Bankpolitik, Anforderungen an ein erfolgreiches Bankmarketing-Konzept und die Darstellung der wichtigsten Banksteuerungsinstrumente.</p> <p>Banken sind im Kern Risikohändler. Dies verlangt eine gute Kenntnis der Wirkung der Bankgeschäfte. Ein weiterer Schwerpunkt der Bankbetriebslehre liegt in die Behandlung der wichtigsten Bankleistungen, insbesondere des Anlagegeschäft (Einlagengeschäft, Depot-A- und Investmentgeschäfts) und des Kreditgeschäft sowie in der Steuerung dieser Geschäfte.</p>
Literatur	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Eilenberger, Guido: Bankbetriebswirtschaftslehre, Oldenbourg München,</li> <li>• Priewasser, Erich: Bankbetriebswirtschaftslehre, Oldenbourg München,</li> <li>• Süchting, Joachim und Paul, Stefan: Bankmanagement, Schäffer-Poeschel Stuttgart,</li> <li>• Claussen, Carsten: Bank- und Börsenrecht, Beck München,;</li> <li>• Schierenbeck, Henner: Ertragsorientiertes Bankmanagement, Controlling in Kreditinstituten, Gabler,</li> <li>• Steiner, Manfred und Bruns, Christoph: Wertpapier-Management, Schäffer-Pöschel Stuttgart</li> <li>• Gup, Benton, The Bank Director's Handbook – The Board Member's Guide to Banking and Bank Management, Irwin Chicago,</li> <li>• Rose, Peter, Commercial Bank Management, Mc Graw-Hill Boston.</li> </ul> <p>Jeweils aktuelle Auflage</p>

<b>GMT3507 - WPF B: Betriebswirtschaftslehre der Industrie - Teil 2</b>	
Kennziffer	GMT3507
Level	berufsqualifizierendes akademisches Niveau
Credits	5 Credits
SWS	4
Häufigkeit	Jedes Semester
Prüfungsart	PLK
Prüfungsdauer	90 Minuten
Lehrsprache	Deutsch
Kategorie	Lehrveranstaltung
Fachgebiet	Allgemeine Betriebswirtschaftslehre
Lehrform	Vorlesung

Schlagworte	Produktionsplanung Produktprogramm Beschaffungsprozess Produktinnovation Qualitätsmanagement
Kurzbeschreibung	Diese Vorlesung behandelt die folgenden Schwerpunktthemen: eine kurze Geschichte der Produktion, der Zahlungssysteme, der Herstellungsmethoden, der Investitionsplanung, Materialplanung, Kapazitätsplanung, Industrieforschung und Design, Innovationsplanung, Programmplanung, Outsourcing, Produktionsplanung und Qualitätsmanagement.
Inhalt	Abriss der Industriegeschichte, Industrielle Arbeitsstudien, Lohnfindung im Industriebetrieb, Industrielle Anlagenwirtschaft: Fertigungsverfahren, Investitionsplanung, Instandhaltungsplanung, Industrielle Materialwirtschaft: Materialbestandsrechnung, Materialbedarfsplanung, Terminrechnung, Losgrößenbestimmung, Produktplanung: Industrielle Forschung und Entwicklung, Methoden der Ideenfindung, Patente, Lizenzen, Arbeitnehmererfindungen, Produktstandardisierung, Break-Even-Analyse für neue Produkte, Produktionsprogrammplanung, Outsourcing, Produktionsplanung und -steuerung, Industrielles Qualitätsmanagement.

<b>GMT3509 - WPF B: Betriebswirtschaftslehre des Handels - Teil 2</b>	
Kennziffer	GMT3509
Level	berufsqualifizierendes akademisches Niveau
Credits	5 Credits
SWS	4
Häufigkeit	Jedes Semester
Prüfungsart	PLK
Prüfungsdauer	90 Minuten
Lehrsprache	Deutsch
Kategorie	Lehrveranstaltung
Fachgebiet	Allgemeine Betriebswirtschaftslehre
Lehrform	Vorlesung
Schlagworte	Einzelhandel Großhandel Dienstleistung Handel
Kurzbeschreibung	Grundlagen der Handelstätigkeit (insbesondere Betriebsformen und Funktionen), rechtliche Probleme (insbesondere Wettbewerbsregeln), Entscheidungen des Handelsbetriebes (Ware, Betriebsform, Standort, Einkauf, Lagerhaltung, Verkauf, Werbung, Preispolitik, Service, Personalwesen), Planung im Handel, das Informations- und Kontrollsystem (Bilanzierung, Warenwirtschaftssystem, Filialkontrolle, Limitplanung, Betriebsvergleich).
Literatur	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lerchenmüller, Michael: Handelsbetriebslehre,</li> </ul>

	<p>Kiehl-Verlag, Ludwigshafen</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Müller-Hagedorn, Lothar: Der Handel, Kohlhammer-Verlag, Stuttgart</li> <li>• Tietz, Bruno: Der Handelsbetrieb, Vahlen-Verlag, München</li> </ul> <p>Jeweils aktuelle Auflage</p>
--	---

<b>GMT3511 - Managementseminar</b>	
Kennziffer	GMT3511
Level	berufsqualifizierendes akademisches Niveau
Credits	4 Credits
SWS	2
Häufigkeit	Jedes Semester
Prüfungsart	PLM/PLP/PLH/PLR
Lehrsprache	Deutsch oder Englisch
Kategorie	Lehrveranstaltung
Fachgebiet	Allgemeine Betriebswirtschaftslehre
Lehrform	Projekt
Kurzbeschreibung	Die Studierenden können sich innerhalb kurzer Zeit in spezifische komplexere wirtschaftliche Fragestellungen einarbeiten, diese fachlich durchdringen, analysieren, und mit eigenen Lösungsansätzen versehen. Sie verstehen es, die Lösungsansätze dabei sowohl wissenschaftlich als auch für eine praktische Umsetzung geeignet schriftlich zusammenzufassen und professionell zu präsentieren.

<b>MCO3505 - Kommunikationspolitik 2</b>	
Kennziffer	MCO3505
Level	fortgeschrittenes Niveau
Credits	3 Credits
SWS	2
Häufigkeit	Jedes Semester
Prüfungsart	PLK/PLR
Prüfungsdauer	45 Minuten
Lehrsprache	Deutsch

Kategorie	Lehrveranstaltung
Vorausgesetzte Module/Lehrveranstaltungen	<a href="#">Kommunikationspolitik 1</a>
Fachgebiet	Werbung (Marketing-Kommunikation)
Lehrform	Seminaristischer Unterricht
Schlagworte	Werbegestaltung Werbeformate Below the Line Kommunikation Werbekontrolle Sponsoring
Modulverantwortlicher:	Theobald, Elke
Kurzbeschreibung	Diese Veranstaltung baut direkt auf der Veranstaltung Kommunikationspolitik 1 auf. Die Studierenden dringen in dieser Veranstaltung weiter in die Entscheidungsbereiche der klassischen Werbung ein und gewinnen vor allem tiefe Einblicke in die Umsetzung und Kontrolle der Werbeentscheidung. Dabei sollen sie auch die Aufgabenbereiche und Arbeitsweisen der Agenturen kennen lernen. Neben der klassischen Werbung sollen die Studierenden hier vor allem auch mit neueren Kommunikationsinstrumenten und Entwicklungen in der Kommunikation vertraut gemacht werden.
Inhalt	<p><b>Klassische Werbung</b>  Umsetzung werbepolitischer Entscheidungen  Werbeagenturen als zentrale Träger der klassischen Werbung  Werbekontrolle</p> <p><b>Sponsoring, Product Placement, Guerillia-Marketing, Virales Marketing</b>  Möglichkeiten und Grenzen, Erfolgsfaktoren</p> <p><b>Fallstudien</b></p>
Literatur	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bruhn, Manfred, Integrierte Unternehmens- und Markenkommunikation, 2003</li> <li>• Koschnick, Wolfgang J., Werbeplanung – Marktforschung - Kommunikationsforschung – Mediaforschung, Focus-Lexikon, 3.Auflage, Bd. 1 - 3, München 2003</li> <li>• Gaiser, Brigitte/ Linxweiler, Richard/ Brucker, Vincent, Praxisorientierte Markenführung, Wiesbaden 2005</li> <li>• Focus-Lexikon, 3.Auflage, Bd. 1 - 3, München 2003</li> <li>• Huth, Rupert/Pflaum, Dieter: Einführung in die Werbelehre, 6. Auflage, Stuttgart, 2003</li> <li>• Pflaum, D./Bäuerle, F., Lexikon der Werbung, 7. Auflage, Landsberg am Lech 2002</li> </ul>

<b>MCO3506 - Kommunikationstechniken im Marketing</b>	
Kennziffer	MCO3506
Level	fortgeschrittenes Niveau
Credits	6 Credits
SWS	4
Häufigkeit	Jedes Semester
Prüfungsart	PLK/
Prüfungsdauer	60 Minuten
Lehrsprache	Deutsch
Kategorie	Lehrveranstaltung
Fachgebiet	Werbung (Marketing-Kommunikation)
Lehrform	Seminaristischer Unterricht
Schlagworte	e-Commerce Internet-Marketing Email-Marketing Permission Marketing Multimedia
Modulverantwortlicher:	Theobald, Elke
Kurzbeschreibung	<p>Im Rahmen der Integrierten Kommunikation (IK) spielen gerade die neuen Kommunikationstechniken eine immer zentralere Rolle. Folgende Inhalte werden vermittelt:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Einführung in die Medien- und Kommunikationstechnologie.</li> <li>• Klassifikationsansätze der Medien- und Kommunikationstechnologien</li> <li>• Grundlagen Multimedialer Systeme (Digitale Daten, Komprimierungsverfahren, Datenformate diskreter und kontinuierlicher Medien, Einführung in die verschiedenen Anwendungssysteme).</li> <li>• Einführung in die neuen Kommunikationstechnologien (optische Speichermedien, digitale Funkmedien (iTV), netzbasierte Medien)</li> <li>• Strategische Analyse des Einsatzes neuer Medien.</li> <li>• Entwicklung verschiedener multimedialer Systeme in unterschiedlichen Technologiefeldern (z.B. DVD, Internet).</li> <li>• Einführung in Online-Kommunikation und E-Commerce</li> </ul>
Inhalt	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Einführung in die Medien- und Kommunikationstechnologie.</li> <li>• Klassifikationsansätze der Medien- und</li> </ul>



	<p>Kommunikationstechnologien</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Grundlagen Multimedialer Systeme (Digitale Daten, Komprimierungsverfahren, Datenformate diskreter und kontinuierlicher Medien, Einführung in die verschiedenen Anwendungssysteme).</li> <li>• Einführung in die neuen Kommunikationstechnologien (optische Speichermedien, digitale Funkmedien (iTV), netzbasierte Medien)</li> <li>• Strategische Analyse des Einsatzes neuer Medien.</li> <li>• Entwicklung verschiedener multimedialer Systeme in unterschiedlichen Technologiefeldern (z.B. DVD, Internet).</li> <li>• Einführung in Online-Kommunikation und E-Commerce</li> </ul>
Literatur	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gibson, Terry D., Multimedia Communication. Directions &amp; Innovations. 2001</li> <li>• Chaffey, Mayer et.a., Internet Marketing. Strategy, Implementation and Practice</li> </ul>

<b>MCO3507 - Printproduktion</b>	
Kennziffer	MCO3507
Level	berufsqualifizierendes akademisches Niveau
Credits	3 Credits
SWS	2
Häufigkeit	Jedes Semester
Prüfungsart	PLR/PLH/PLP
Lehrsprache	Deutsch
Kategorie	Lehrveranstaltung
Fachgebiet	Werbung (Marketing-Kommunikation)
Lehrform	Seminaristischer Unterricht
Schlagworte	Preproduction Print-Produktion Set Reinzeichnung Postproduction
Modulverantwortlicher:	Theobald, Elke
Kurzbeschreibung	Von zentraler Bedeutung für den Kommunikationserfolg ist die Umsetzung der Werbeidee in ein materielles Kommunikationsmittel (Produktion). Diese Veranstaltung soll den Studierenden das Verständnis und einen Einblick in die Konzeption und Arbeitsweise der Produzenten und

	<p>der Produktion selbst geben. Dadurch soll die spätere Zusammenarbeit im Management von Agenturen und im Brandmanagement, bzw. bei der Lösung von Kommunikations- und Marketingaufgaben von mehr Wissen und Verständnis um die jeweils anderen Aspekte geleitet werden.</p> <p>Druckverfahren (Vorgehen, Vor- und Nachteile), Prozess von der Reinzeichnung bis zum fertigen Druck</p>
--	--

<b>MCO3508 - FFF-Produktion</b>	
Kennziffer	MCO3508
Level	fortgeschrittenes Niveau
Credits	3 Credits
SWS	2
Häufigkeit	Jedes Semester
Prüfungsart	PLR/PLH/PLP
Lehrsprache	Deutsch
Kategorie	Lehrveranstaltung
Fachgebiet	Werbung (Marketing-Kommunikation)
Lehrform	Vorlesung
Schlagworte	Preproduction Print-Produktion Postproduction Set Reinzeichnung
Modulverantwortlicher:	Theobald, Elke
Ziele	
Kurzbeschreibung	<p>Von zentraler Bedeutung für den Kommunikationserfolg ist die Umsetzung der Werbeidee in ein materielles Kommunikationsmittel (Produktion). Diese Veranstaltung soll den Studierenden das Verständnis und einen Einblick in die Konzeption und Arbeitsweise der Produzenten und der Produktion selbst geben. Dadurch soll die spätere Zusammenarbeit im Management von Agenturen und im Brandmanagement, bzw. bei der Lösung von Kommunikations- und Marketingaufgaben von mehr Wissen und Verständnis um die jeweils anderen Aspekte geleitet werden.</p> <p>Wie entsteht ein Film - von der Preproduction bis zur Postproduction. Was machen Drehbuchautoren, Regisseure, Kameraleute und allen anderen, die beim Film beteiligt sind. Welches sind die neuesten Filmtrends? Wo liegen die</p>

	Unterschiede zwischen Werbe- und Spielfilm? Wo liegen die Zukunftschancen von HGTW-Absolventen im Film- und Medienbereich?
Inhalt	
Verbindung zu anderen Modulen	
Verwendbarkeit in anderen Modulen/Studiengängen	
Literatur	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nilitschka, Andreas, Vom Papier zum Internet – Elektronische Bildverarbeitung, Druckverfahren und Internet, 2005</li> </ul>

<b>MCO3509 - Wahlfach DTP/Text/ Foto</b>	
Kennziffer	MCO3509
Level	fortgeschrittenes Niveau
Credits	4 Credits
SWS	2
Häufigkeit	Jedes Semester
Prüfungsart	PLR/PLH/PLP
Lehrsprache	Deutsch
Kategorie	Lehrveranstaltung
Fachgebiet	Werbung (Marketing-Kommunikation)
Lehrform	Seminaristischer Unterricht
Schlagworte	Fotoshooting Headline Slogan Body Copy Desktop Publishing
Modulverantwortlicher:	Theobald, Elke
Kurzbeschreibung	Von zentraler Bedeutung für den Kommunikationserfolg ist auch die kreative Gestaltung der Botschaft Diese Veranstaltung soll den Studierenden das Verständnis und einen Einblick in die Konzeption und Denkweise der Kreativen geben. Dadurch soll die spätere Zusammenarbeit im Management von Agenturen und im Brandmanagement, bzw. bei der Lösung von Kommunikations- und Marketingaufgaben von mehr Wissen und Verständnis um die jeweils anderen Aspekte geleitet werden.
Inhalt	<b>Desktop Publishing (DTP)</b> Die Lehrveranstaltung DTP soll einen Überblick über die

	<p>aktuellen Möglichkeiten des Desktop Publishing vermitteln. Inhalte der Vorlesungen sind Informationen über die notwendige Hard- und Software, produktionstechnische Aspekte der Gestaltung von Druckvorlagen sowie Grundlagen der Typografie und der elektronischen Bildbearbeitung. Einen Schwerpunkt bildet die praktische Erstellung von Grafiken, Layouts und Bildmontagen unter Anwendung professioneller Grafiksoftware.</p> <p><b>Fotografie</b> Das Seminar vermittelt Grundbegriffe der Fotografie (Brennweit, blende, Belichtungszeit, Format, ...). Es wird dann stark auf die Gestaltung von Fotos eingegangen, in Form von Bildbesprechungen von "Fremdfotos" und selbst fotografierten Bildern. Außerdem wird noch die Bildkonzeption/Briefing behandelt, d.h. die vorbereitenden Maßnahmen, um Fotos realisieren zu können. Am Schluss steht ein Thema, das fotografisch umgesetzt werden soll (Abgabe: Konzeption/Briefing und Fotos), das dann benotet wird.</p> <p><b>Text</b> Grundlage der Textgestaltung: Die Macht des Wortes; Sprache, Ausdruck; Einführung in die Semantik; 4 Grundgesetze der schriftlichen Kommunikation. Technik des Textens: Infosammlung, Recherche; Stilmittel der Dramatisierung; Kompression/Redundanz; Headline, Slogan, Body Copy; Wechselbeziehung Bild und Text Textbesonderheiten verschiedener Werbemittel: Anzeige; Direktwerbung; Plakate; Funk- und Fernsehspots.</p>
Literatur	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kapitzki, H.: Gestaltung – Methode und Konsequenz, Menges, 1996</li> <li>• Göbel, U.: Gestaltung, Wolfratshausen, 2000</li> <li>• Holger Jung, Jean-Remy von Matt: Momentum, die Kraft die Werbung heute braucht, Hamburg 2002</li> <li>• Dulisch, R.: Schreiben in Werbung, PR und Journalismus. Wiesbaden 1998.</li> </ul>

<b>MCO3510 - Direktmarketing</b>	
Kennziffer	MCO3510
Level	berufsqualifizierendes akademisches Niveau
Credits	4 Credits
SWS	2
Häufigkeit	Jedes Semester

Prüfungsdauer	60 Minuten
Lehrsprache	Deutsch
Kategorie	Lehrveranstaltung
Fachgebiet	Werbung (Marketing-Kommunikation)
Lehrform	Seminaristischer Unterricht
Schlagworte	CRM Kundenzufriedenheit Kundenbindung Direktmarketing
Kurzbeschreibung	Da in gesättigten Märkten, wie sie heute üblich sind, die Pflege und Bindung der Kunden durch direkte Ansprache immer wichtiger wird, sollen die Studierenden aufbauend auf dem bisher Gelernten detaillierten Einblick gewinnen in den Bereich des Direktmarketing bez. des CRM.
Inhalt	<p>Die Inhalte im Überblick:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Konzeptionelle Grundlagen des DM/CRM</li> <li>• Informationsbasis des DM/CRM</li> <li>• Instrumente des DM/CRM</li> <li>• Erfolgskontrolle</li> <li>• Organisatorische Aspekte</li> </ul>
Literatur	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bruhn, Manfred, Relationship Marketing, Berlin 2001</li> <li>• Bruhn, Manfred, Kundenorientierung. Bausteine für ein exzellentes Customer Relationship Management (CRM), Berlin 2003</li> <li>• Bruns, Jürgen, Direktmarketing, Kiel 1998</li> <li>• Löffler, H./Scherfke, A., Praxishandbuch Direkt-Marketing, Berlin 2000</li> </ul>

## Semester 7

## Semester 8

### COL4999 - Fachwissenschaftliches Kolloquium

<b>MCO4501 - PR</b>	
Kennziffer	MCO4501
Level	berufsqualifizierendes akademisches Niveau
Credits	3 Credits
SWS	2
Häufigkeit	Jedes Semester

Prüfungsart	PLM/PLR/PLH
Lehrsprache	Deutsch, Englisch, Französisch oder Spanisch
Kategorie	Lehrveranstaltung
Fachgebiet	Werbung (Marketing-Kommunikation)
Lehrform	Seminaristischer Unterricht
Schlagworte	Public Relations
Modulverantwortlicher:	Theobald, Elke
Inhalt	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Einführung: Definition, Bedeutung und Funktion der PR</li> <li>• Basics für erfolgreiche PR-Arbeit: Warum werden bestimmte Themen in der Öffentlichkeit wahrgenommen und wie lassen sich Themen steuern (Nachrichtenfaktoren, Issues Management, Agenda setting, Umgang mit Gate Keepers)</li> <li>• Kommunikation mit diversen Zielgruppen</li> <li>• PR-Instrumente: Pressemitteilung, Pressekonferenz, Interview etc.</li> <li>• Strategische PR</li> <li>• Krisen PR</li> </ul>
Literatur	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Szameitat, D.: Public Relations in Unternehmen. Berlin, Heidelberg, New York 2003</li> <li>• Argenti, J. Forman: The Power of Corporate Communication, N.Y., 2002</li> <li>• K. Merten, R. Zimmermann, H.A. Hartwig: Das Handbuch der Unternehmenskommunikation 2002/2003, Berlin, 2003</li> </ul>
Kennziffer	MCO4501
Level	berufsqualifizierendes akademisches Niveau
Credits	3 Credits
SWS	2
Häufigkeit	Jedes Semester
Prüfungsart	PLM/PLR/PLH
Kategorie	Lehrveranstaltung
Fachgebiet	Werbung (Marketing-Kommunikation)
Lehrform	Seminaristischer Unterricht
Schlagworte	Public Relations

Modulverantwortlicher:	Theobald, Elke
Inhalt	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Einführung: Definition, Bedeutung und Funktion der PR</li> <li>• Basics für erfolgreiche PR-Arbeit: Warum werden bestimmte Themen in der Öffentlichkeit wahrgenommen und wie lassen sich Themen steuern (Nachrichtenfaktoren, Issues Management, Agenda setting, Umgang mit Gate Keepers)</li> <li>• Kommunikation mit diversen Zielgruppen</li> <li>• PR-Instrumente: Pressemitteilung, Pressekonferenz, Interview etc.</li> <li>• Strategische PR</li> <li>• Krisen PR</li> </ul>
Literatur	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Szameitat, D.: Public Relations in Unternehmen. Berlin, Heidelberg, New York 2003</li> <li>• Argenti, J. Forman: The Power of Corporate Communication, N.Y., 2002</li> <li>• K. Merten, R. Zimmermann, H.A. Hartwig: Das Handbuch der Unternehmenskommunikation 2002/2003, Berlin, 2003</li> </ul>

<b>MCO4502 - Wahlpflichtfach: Verkaufsförderung/Eventmarketing</b>	
Kennziffer	MCO4502
Level	berufsqualifizierendes akademisches Niveau
Credits	3 Credits
SWS	2
Häufigkeit	Jedes Semester
Prüfungsart	PLK/PLM/PLR/PLH
Prüfungsdauer	60 Minuten
Lehrsprache	Deutsch
Kategorie	Lehrveranstaltung
Fachgebiet	Werbung (Marketing-Kommunikation)
Lehrform	Vorlesung
Schlagworte	Eventmarketing Verkaufsförderung
Modulverantwortlicher:	Theobald, Elke
Kurzbeschreibung	Nicht klassische Werbung gewinnt aufgrund veränderter Rahmenbedingungen immer mehr an Bedeutung.

	<p>Insbesondere Verkaufsförderung, aber auch Eventmarketing werden immer wichtiger. In dieser Veranstaltung sollen die Studierenden diese beiden sehr komplexen Kommunikationsinstrumente detailliert kennen und beherrschen lernen.</p>
Inhalt	<p><b>Verkaufsförderung</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ziele und Instrumente der Consumer, Trade und Staff Promotions,</li> <li>• Bedeutung und Instrumente der Werbung am POS</li> <li>• Besondere Bedeutung und Gefahren von Preispromotions</li> <li>• Verkaufsförderung im Spannungsfeld zwischen Hersteller und Handel</li> <li>• Möglichkeiten und Grenzen sowie Erfolgsfaktoren</li> <li>• Praxisbeispiele/Fallstudien</li> </ul> <p><b>Eventmarketing</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Arten von Events</li> <li>• Event Management</li> <li>• Möglichkeiten und Grenzen sowie Erfolgsfaktoren</li> <li>• Praxisbeispiele/Fallstudien</li> </ul>
Literatur	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fuchs, W. / Unger, F., Verkaufsförderung, 2. Auflage, München 2003</li> <li>• Cristofolini/Thies, Verkaufsförderung,</li> <li>• Gedenk, K., Verkaufsförderung, 2002</li> </ul>

<b>MCO4503 - Schwerpunktseminar</b>	
Kennziffer	MCO4503
Level	berufsqualifizierendes akademisches Niveau
Credits	8 Credits
SWS	6
Häufigkeit	Jedes Semester
Prüfungsart	PLM/PLP/PLH/PLR
Lehrsprache	Deutsch
Kategorie	Lehrveranstaltung
Fachgebiet	Werbung (Marketing-Kommunikation)
Lehrform	Projekt



Schlagworte	Zusammenarbeit Projektarbeit
Modulverantwortlicher:	Theobald, Elke
Kurzbeschreibung	<p>Im Schwerpunktseminar soll im Rahmen eines Praxisprojekts eine komplexe Forschungs-, Marketing- und/oder Kommunikationsaufgabe aus konzeptioneller und gestalterischer Sicht gelöst werden. Auf der Grundlage eines Briefing i.d.R. aus der Praxis soll das Projekt von Studententeams eigenverantwortlich unter Betreuung eines Professors von der Analyse der Ausgangssituation, Entwicklung der Marketing- und/oder Kommunikationsstrategie bis zur Umsetzung bearbeitet werden. Die Ergebnisvorstellung erfolgt in Form einer schriftlichen Dokumentation (Booklet) und einer mündlichen öffentlichen Präsentation, ggf. auch vor einem auftraggebenden Unternehmen.</p> <p>Neben der Anwendung und Festigung von Fachwissen sollen hier auch fachübergreifende Kompetenzen, soziale Kompetenz sowie Methodenkompetenz trainiert werden. Praktische Aufgabenstellung zur Entwicklung eines Marketing- und oder Kommunikationskonzeptes. Konkrete Aufgabestellung hängt vom jeweiligen Projekt ab.</p>

**ORA4997 - Mündliche Diplomprüfung**

**THE4997 - Diplomarbeit**