

Modulhandbuch

für den Studiengang

Wirtschaftspsychologie (B.Sc.)

Stand: 11/2023

SPO/PO ab WS 2023/24

Inhalt

Pflichtbereich	5
1. Semester	5
Einführung in die Allgemeine Psychologie	6
Einführung in die Psychologie.....	7
Forschungsmethoden	9
Grundlagen der Sozialpsychologie.....	10
Grundlagen der Wirtschaftswissenschaften.....	11
Statistik I	12
Informationstechnologie (Schein)	13
2. Semester	16
Differenzielle Psychologie und Diagnostik.....	17
Grundlagen der Unternehmensführung.....	18
Konsumentenpsychologie	19
Statistik II	21
Verhaltensökonomik	22
Wirtschaftsenglisch	23
3. Semester	25
Grundlagen des Marketings	26
Experimentalpraktikum	29
Grundlagen der Arbeits-, Organisations- und Wirtschaftspsychologie	30
Marketing B: Markenkommunikation	32
Schlüsselqualifikationen, Teilmodul Wissenschaftliches Arbeiten.....	35
Schlüsselqualifikationen, Teilmodul Rhetorik	37
Wirtschaftspsychologische Forschungsmethoden	39
4. Semester	40
Grundlagen der Wirtschaftspolitik	41
Personalpsychologie	43
Seminar Personalauswahl.....	45
Wirtschaftsrecht	46
5. Semester	48
Praxissemester.....	49
6. Semester	50
Seminar Konsumentenpsychologie	51
Seminar Personalentwicklung.....	52
Seminar Wirtschaftspsychologische Fallstudien I	53
Seminar Wirtschaftspsychologische Fallstudien II	55
7. Semester	56
Seminar Wirtschaftspsychologische Fallstudien III - Vertiefung Personalpsychologie	57

Wahlpflichtbereich Wirtschaftspsychologie.....	58
Seminar Arbeitspsychologie 5.0	59
Seminar Gesundheitspsychologie und Betriebliches Gesundheitsmanagement.....	61
Seminar Klinische Psychologie.....	62
Wahlpflichtbereich BWL - Bereiche.....	64
Lean Production	65
Fertigungstiefenoptimierung und Kostenmanagement der Beschaffung	68
Beschaffungsstrategien und Innovationsmanagement von Lieferanten.....	71
Operations Management	74
Bankmanagement.....	76
Corporate Finance.....	79
Decision Theory in Finance	81
Entrepreneurship (dt.)	83
Managing Innovation.....	85
Management Accounting & Management Control A: Accounting Information and Decision Making	87
Management Accounting & Management Control B: Accounting Information and Decision Influencing	91
Marketing A: Strategic Marketing and Brand Management	95
Marketing D: Current Topics in Marketing.....	99
P/O A: Personalmanagement	103
P/O B: Personalführung und Organisation.....	105
Individualarbeitsrecht	107
Kollektivarbeitsrecht und Arbeitsschutzrecht.....	109
Bilanzsteuerrecht (Steuern und Bilanzen A).....	111
Unternehmensbewertung (Steuern und Bilanzen B).....	113
Steuerwirkungen und Steuerpolitik (Steuern und Bilanzen C).....	116
Internationale Rechnungslegung (Steuern und Bilanzen Z1)	118
Wirtschaftsprüfung (Steuern und Bilanzen Z2)	120
Basic Principles of International Accounting (Steuern und Bilanzen Z3).....	123
Tourismuswirtschaft A, Grundlagen Tourismuswirtschaft und -management.....	125
Tourismuswirtschaft B, Tourismusmarketing	127
Tourismuswirtschaft C, Destinationsmanagement und touristische Produktentwicklung	129
Wahlpflichtbereich VWL - Bereiche.....	131
Finanzwissenschaft	132
Umweltökonomik.....	134
Gesundheitsökonomik.....	136
International Trade Theory and Policy	138
Exchange Rates and International Macroeconomic Policy (IWB C english)	140
Währungstheorie und -politik (IWB C)	142
Economics of Strategy.....	145
Rechtsökonomik.....	148

Europäische Regionalpolitik	150
Transport Economics and Policy engl.....	152
Wahlpflichtbereich BWL - keinen Bereich zugordnet.....	154
Arbeitspsychologie 4.0	155
Finanzmathematik.....	157
Organisationspsychologie 4.0	158
Praxis der Unternehmensführung Z.....	160
Wirtschaftsmediation	162
Wahlpflichtbereich VWL - keinen Bereich zugordnet	164
Bildungsökonomik.....	165
Data Science.....	167
Geldtheorie und -politik	169
Innovation in the digital era.....	172
Verhaltensökonomik	174
Wirtschaftsgeschichte	175

Pflichtbereich

1. Semester

Modulname	Einführung in die Allgemeine Psychologie
Modulverantwortlicher / Modulverantwortliche	Lisa Marx
Qualifikationsziele	Die Studierenden kennen grundlegende Theorien und Befunde der Allgemeinen Psychologie
Modulinhalte	<ul style="list-style-type: none"> - Lernen - Gedächtnis - Wahrnehmung - Aufmerksamkeit - Emotionen - Motivation - Denken - Sprache
Lehrformen	<ul style="list-style-type: none"> - seminaristische Vorlesungen - Diskussionen - Selbststudium
Voraussetzungen für die Teilnahme	Formale Voraussetzungen bestehen nicht.
Literatur / multimediale Lehr- und Lernprogramme	(vorzugsweise in der jeweils neuesten Auflage): Horstman, Dreisbach –Allgemeine Psychologie
Lehrbriefautor	entfällt, da Vollzeitstudium
Verwendbarkeit	Dieses Modul ist Teil der psychologischen Grundlagen des Faches Wirtschaftspsychologie
Arbeitsaufwand / Gesamtworkload	<p>gesamter Arbeitsaufwand: 150 Stunden, davon:</p> <p>1) synchrone Lehre: 60 (Präsenzstudium)</p> <p>2) asynchrone Lehre: 90, davon:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Vorbereitung auf die Lehrveranstaltung (insbesondere Literaturstudium): - Nachbereitung der Lehrveranstaltung: - Vorbereitung auf die Prüfung:
ECTS und Gewichtung der Note in der Gesamtnote	5 ECTS-Punkte; Gewichtung: 5/210
Leistungsnachweis	Klausur im Umfang von 60 Minuten (100%)
Semester	1. Semester
Häufigkeit des Angebots	jedes Studienjahr
Dauer	1 Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl etc.)	Pflichtmodul
Besonderes	

Modulname	Einführung in die Psychologie
Modulverantwortlicher / Modulverantwortliche	Lisa Marx
Qualifikationsziele	<p>Die Studierenden haben einen Überblick über die Themengebiete der Psychologie. Sie kennen die Grundzüge der geschichtlichen Hintergründe des Faches und die verschiedenen Schulen, Denkrichtungen und Ansätze, die es auszeichnen.</p> <p>Die Studierenden kennen zentrale Befunde aus ausgewählten Themengebieten der Psychologie.</p> <p>Die Studierenden kennen außerdem die Inhalte und historischen Bezüge einer Reihe von klassischen Studien der Psychologie.</p>
Modulinhalte	<ul style="list-style-type: none"> - Die Geschichte der Psychologie - Themenfelder der Psychologie - Bewusstsein <ul style="list-style-type: none"> - Modelle von Selbst und Bewusstsein - Befunde - Biologische Grundlagen des Verhaltens <ul style="list-style-type: none"> - Das Nervensystem - Signalübertragung im Gehirn - Methoden der Psychologie und psychologischen Forschung - Neuropsychologie <ul style="list-style-type: none"> - Gehirnanatomie - Bildgebende funktionelle Verfahren - Neuropsychopathologie - Persönlichkeit <ul style="list-style-type: none"> - Eigenschaftsorientierte Persönlichkeitstheorien - Psychodynamische Persönlichkeitstheorien - Humanistische Persönlichkeitstheorien - Soziale Lerntheorie und kognitive Theorien - Stress und Gesundheit <ul style="list-style-type: none"> - Biologische Grundlagen von Stress - Gesundheitspsychologie und Gesundheitsförderung - Klinische Psychologie <ul style="list-style-type: none"> - Störungsbilder - Therapieformen - Therapieforschung - Klassische Studien der Psychologie
Lehrformen	<ul style="list-style-type: none"> - seminaristische Vorlesungen - Diskussionen - Selbststudium - Referate zu klassischen Studien der Psychologie
Voraussetzungen für die Teilnahme	Formale Voraussetzungen bestehen nicht.
Literatur / multimediale Lehr- und Lernprogramme	<p>Literatur (vorzugsweise in der jeweils neuesten Auflage):</p> <ul style="list-style-type: none"> - Gerrig/ Dörfler/ Roos: Psychologie - Gerring: Übungsbuch Psychologie - Hock: Forty Studies That Changed Psychology - Kaluza: Stressbewältigung
Lehrbriefautor	entfällt, da Vollzeitstudium
Verwendbarkeit	Dieses Modul ist Teil der psychologischen Grundlagen des Faches Wirtschaftspsychologie
Arbeitsaufwand / Gesamtworkload	<p>gesamter Arbeitsaufwand: 150 Stunden, davon:</p> <p>1) synchrone Lehre: 60 (Präsenzstudium)</p> <p>2) asynchrone Lehre: 90, davon:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Vorbereitung auf die Lehrveranstaltung

	- Nachbereitung der Lehrveranstaltung - Vorbereitung auf die Prüfung:
ECTS und Gewichtung der Note in der Gesamtnote	5 ECTS-Punkte; Gewichtung: 5/210
Leistungsnachweis	Klausur im Umfang von 60 Minuten (70%) Referat (30%)
Semester	1. Semester
Häufigkeit des Angebots	jedes Studienjahr
Dauer	1 Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl etc.)	Pflichtmodul
Besonderes	

Modulname	Forschungsmethoden
Modulverantwortlicher / Modulverantwortliche	Katharina Ebner
Qualifikationsziele	Die Studierenden haben grundlegendes Wissen über die Forschungsmethoden der Psychologie. Sie können Forschungsergebnisse verstehen, interpretieren und bewerten. Die Studierenden verfügen über die Fähigkeit, wissenschaftliche Ergebnisse aufzubereiten und sowohl mündlich als auch schriftlich klar und ansprechend zu kommunizieren
Modulinhalte	<ul style="list-style-type: none"> - Wissenschaftstheorie <ul style="list-style-type: none"> - Grundannahmen empirischer Wissenschaft - Qualitätskriterien empirischer Forschung - Grundbegriffe der empirischen psychologischen Forschung - Interaktion Empirie / Theorie - Formen von Studien <ul style="list-style-type: none"> - Qualitative und quantitative Forschungsmethoden - Grundbegriffe im Experimentaldesign - Validitätsgefährdung in der empirisch psychologischen Forschung - Wissenschaftsbetrieb <ul style="list-style-type: none"> - Publikationsprozess - Replikation und Replikationskrise der Psychologie - Lesen und beurteilen wissenschaftlicher Primärliteratur - Wissenschaftliches Schreiben - Wissenschaftliches Präsentieren
Lehrformen	<ul style="list-style-type: none"> - seminaristische Vorlesungen - Selbststudium - Workshops und Übungen zu Präsentation und wissenschaftlichem Schreiben
Voraussetzungen für die Teilnahme	Formale Voraussetzungen bestehen nicht.
Literatur / multimediale Lehr- und Lernprogramme	<p>Literatur (vorzugsweise in der jeweils neuesten Auflage):</p> <p>Hussy, W., Schreier, M., & Echterhoff, G. (2010). <i>Forschungsmethoden in Psychologie und Sozialwissenschaften für Bachelor</i>. Springer-Verlag.</p> <p>Huber, O. (2019). <i>Das psychologische Experiment: Eine Einführung</i>. Hogrefe.</p>
Lehrbriefautor	entfällt, da Vollzeitstudium
Verwendbarkeit	Dieses Modul ist Teil der psychologischen Grundlagen des Faches Wirtschaftspsychologie
Arbeitsaufwand / Gesamtworkload	<p>gesamter Arbeitsaufwand: 150 Stunden, davon:</p> <p>1) synchrone Lehre: 60 (Präsenzstudium)</p> <p>2) asynchrone Lehre: 90, davon:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Vorbereitung auf die Lehrveranstaltung - Nachbereitung der Lehrveranstaltung - Vorbereitung auf die Prüfung
ECTS und Gewichtung der Note in der Gesamtnote	<p>5 ECTS-Punkte;</p> <p>Gewichtung:</p> <p>a) Studiengänge Wirtschaftspsychologie: 5/210</p>
Leistungsnachweis	Klausur im Umfang von 60 Minuten (100%)
Semester	1. Semester
Häufigkeit des Angebots	jedes Studienjahr
Dauer	1 Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl etc.)	Pflichtmodul
Besonderes	

Modulname	Grundlagen der Sozialpsychologie
Modulverantwortlicher / Modulverantwortliche	Katharina Ebner
Qualifikationsziele	Die Studierenden besitzen grundlegende Kenntnisse zu Theorien der Sozialpsychologie und können entsprechende Theorien erläutern und reflektieren. Sie verstehen sozialpsychologische Forschungsmethoden. In den Übungsanteilen führen die Studierenden in Gruppenarbeit eigenständig Experimente durch. Jede/r Studierende nimmt im Laufe der Übung die Rolle des/der Untersuchungsleitenden sowie des/der Untersuchungsteilnehmenden ein. Die Studierenden lernen, fachbezogene Positionen zu formulieren, empirisch zu überprüfen und argumentativ zu vertreten. Sie präsentieren die Ergebnisse aus Gruppenarbeiten und geben sich gegenseitig konstruktives Feedback.
Modulinhalte	Einführung in die Sozialpsychologie mit Schwerpunkt auf wirtschaftspsychologisch relevante Fragestellungen (z.B. Einstellungen, soziale Wahrnehmung, Gruppenleistung). Übung: Erarbeitung beispielhafter Untersuchungen und Präsentation der Ergebnisse.
Lehrformen	- seminaristische Vorlesungen - Übung - Selbststudium
Voraussetzungen für die Teilnahme	Formale Voraussetzungen bestehen nicht.
Literatur / multimediale Lehr- und Lernprogramme	Literatur: (vorzugsweise in der jeweils neuesten Auflage): Grundlegend: - Fischer, P., Jander, K., & Krueger, J. (2018). <i>Sozialpsychologie für Bachelor</i> . Springer. Ergänzend: - Primärliteratur aus dem Lehrbuch - übungsbezogene Literatur
Lehrbriefautor	entfällt, da Vollzeitstudium
Verwendbarkeit	Dieses Modul ist Teil der psychologischen Grundlagen des Faches Wirtschaftspsychologie
Arbeitsaufwand / Gesamtworkload	gesamter Arbeitsaufwand: 150 Stunden, davon: 1) synchrone Lehre: 60 (Präsenzstudium) 2) asynchrone Lehre: 90, davon: - Vorbereitung auf die Lehrveranstaltung (insbesondere Literaturstudium): - Nachbereitung der Lehrveranstaltung: - Vorbereitung auf die Prüfung:
ECTS und Gewichtung der Note in der Gesamtnote	5 ECTS-Punkte; Gewichtung: a) Studiengänge Wirtschaftspsychologie: 5/210
Leistungsnachweis	Präsentation (30%) Klausur im Umfang von 60 Minuten (70%)
Semester	1. Semester
Häufigkeit des Angebots	jedes Studienjahr
Dauer	1 Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl etc.)	Pflichtmodul
Besonderes	

Modulname	Grundlagen der Wirtschaftswissenschaften
Modulverantwortliche	Madlen Fröbrich, MA
Qualifikationsziele	Die Studierenden sollen in der Lage sein, Grundlagen und Probleme der Betriebswirtschaftslehre und der Volkswirtschaftslehre zu <ul style="list-style-type: none"> - Beschreiben, - Erläutern, - Interpretieren, - Reflektieren, - Vergleichen, - Evaluieren, - Transferieren.
Modulinhalte	1 Betriebswirtschaftslehre 1.1 Gegenstand und Geschichte der BWL 1.2 Aufbau des Betriebes 1.3 Produktion 1.4 Marketing 1.5 Investition und Finanzierung 1.6 Betriebswirtschaftliches Rechnungswesen 2 Volkswirtschaftslehre 2.1 Grundfragen der Wirtschaft/Volkswirtschaftliches Denken 2.2 Markt und Staat 2.3 Volkswirtschaftliche Gesamtrechnung und Zahlungsbilanz 2.4 Finanzkrise 2.5 Gebiete mit einheitlicher Währung und Europäische Währungsunion
Lehrformen	<ul style="list-style-type: none"> - Seminaristische Vorlesungen - Hermeneutische Diskurse - Mäeutische Diskurse - Diskussionen - Selbststudium
Voraussetzungen	Formale Voraussetzungen für die Teilnahme bestehen nicht.
Literatur	Literatur: Vorlesungsskripte, die auf studip hochgeladen werden, plus: <ul style="list-style-type: none"> • Mankiw, N. G.: Grundzüge der Volkswirtschaftslehre, Stuttgart 2018⁷. • Richert, R.: Makroökonomik, Berlin u.a. 2007, S. 259-283. • Richert, R.: Mikroökonomik, Berlin u.a. 2010, S. 7-17. • Thommen, J.-P. / Achleitner, A.-K. u.a.: Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, Wiesbaden 2020⁹. • Wöhe, G. / Döring, U. / Brösel, G.: Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, München 2020²⁷.
Verwendbarkeit	Dieses Modul bildet die Grundlage für alle wirtschaftswissenschaftlich ausgerichteten Module des Studiengangs Wirtschaftspsychologie.
Arbeitsaufwand/ Gesamtworkload	5 ECTS-Punkte; Gewichtung: 5/210
ECTS	5 ECTS
Leistungsnachweis	Klausur im Umfang von 60 Minuten (100%)
Semester	1. Semester
Häufigkeit des Angebots	Jedes Studienjahr
Dauer	1 Semester
Art der Lehrveranstaltung	Pflichtmodul
Besonderes	

Modulname	Statistik I
Modulverantwortlicher / Modulverantwortliche	Lenka Ďuranová
Qualifikationsziele	Die Studierenden beherrschen den Umgang mit grundlegenden Werkzeugen der deskriptiven Statistik Die Studierenden sind in der Lage, einen Datensatz selbständig mit Hilfe einer Tabellenkalkulation oder anderer EDV-Lösung auszuwerten
Modulinhalte	Deskriptive Statistik - Maße der zentralen Tendenz - Streuungsmaße - Grafische Darstellung - Kontingenzmaße - Wahrscheinlichkeitsverteilungen - Effektstärken Datenauswertung - Datenaufbereitung - Datentransformation - Grafische Darstellung - Pivot-Tabellen
Lehrformen	- seminaristische Vorlesungen - Selbststudium - Angeleitete Datenanalyse im Computerraum
Voraussetzungen für die Teilnahme	Formale Voraussetzungen bestehen nicht.
Literatur / multimediale Lehr- und Lernprogramme	- Vorlesungsskript (wird in der Veranstaltung zur Verfügung gestellt) - Beliebiges Statistik-Standardwerk
Lehrbriefautor	entfällt, da Vollzeitstudium
Verwendbarkeit	Dieses Modul ist Teil der psychologischen Grundlagen des Faches Wirtschaftspsychologie
Arbeitsaufwand / Gesamtworkload	gesamter Arbeitsaufwand: 150 Stunden, davon: 1) synchrone Lehre: 60 (Präsenzstudium) 2) asynchrone Lehre: 90, davon: - Vorbereitung auf die Lehrveranstaltung - Nachbereitung der Lehrveranstaltung - Vorbereitung auf die Prüfung:
ECTS und Gewichtung der Note in der Gesamtnote	5 ECTS-Punkte; Gewichtung: a) Studiengänge Wirtschaftspsychologie: 5/210
Leistungsnachweis	Klausur im Umfang von 60 Minuten (100%)
Semester	1. Semester
Häufigkeit des Angebots	jedes Studienjahr
Dauer	1 Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl etc.)	Pflichtmodul
Besonderes	

Modulname	Informationstechnologie (Schein)
Modulverantwortlicher/ Modulverantwortliche	Dipl. Betriebswirt (FH) René Breitenstein
Qualifikationsziele	<p>Die Studierenden sind in der Lage, die Qualifikationsziele folgender Lernzielkategorien zu erfüllen:</p> <p>1) Kennen: Die Studierenden sind in der Lage, - den Aufbau eines Dokumentes zur Verarbeitung mit der alternativen Textverarbeitungssoftware zu wiederholen, - die wichtigsten Elemente der alternativen Textverarbeitungssoftware zu erkennen, - Probleme des Datenschutzes und der Datensicherheit zu erkennen.</p> <p>2) Verstehen: Die Studierenden sind in der Lage, - den Aufbau eines Dokumentes zur Verarbeitung mit Textverarbeitungssoftware zu erläutern, - die wichtigsten Elemente der Textverarbeitungssoftware zu erläutern, - das Zusammenspiel der einzelnen Bestandteile der Hardware in einem PC zu erläutern. - den Aufbau von Datenbanken modellieren.</p> <p>3) Anwenden: Die Studierenden sind in der Lage, - den Aufbau eines Dokumentes zur Verarbeitung mit der Textverarbeitungssoftware zu übertragen, - die wichtigsten Elemente der Textverarbeitungssoftware zu implementieren, - einer wissenschaftlichen Arbeit und einer Präsentation mit Hilfe der verwendeten Textverarbeitungssoftware zu erstellen. - Aufgaben mit Hilfe von Tabellenkalkulations-Programmen lösen, - Aufgaben mit Hilfe von Datenbanken lösen.</p> <p>4) Analysieren: Die Studierenden sind in der Lage, - den Aufbau eines Dokumentes zur Verarbeitung mit der Textverarbeitungssoftware zu charakterisieren, - die wichtigsten Elemente der Textverarbeitungssoftware zu erfassen, - komplexe Situationen bei der Anschaffung und Installation von PCs zu beurteilen und zu analysieren. - Daten mit Hilfe von Datenbanken strukturieren.</p> <p>5) Bewerten: Die Studierenden sind in der Lage, - die Vorteile und Nachteile der unterschiedlichen Betriebssysteme zu bewerten. - die Vorteile und Nachteile der unterschiedlichen Textverarbeitungsprogramme zu bewerten.</p> <p>6) Synthetisieren: Die Studierenden sind in der Lage, - einen Text, wissenschaftliche Arbeit oder eine Präsentation mit Hilfe der Textverarbeitungssoftware zu entwerfen. - Datenbanken zu entwerfen.</p>
Modulinhalte	<p>Die Studierenden sind in der Lage, Wissen folgender Wissensarten zu erwerben:</p> <p>1) Faktenwissen: - Überblick über die Betriebssysteme - Überblick über die Textverarbeitungssoftware MS-Word, LaTeX, LibreOffice - Überblick über die Formatierungsvorschläge einer wissenschaftlichen Arbeit. - Überblick über Datenbankmodelle - Überblick über die Datenbanksprache SQL</p> <p>2) Begriffliches Wissen: - Erweiterung der Kenntnisse in der Textverarbeitung vor allem in Bezug auf den Einsatz einer anderen Software.</p>

	<p>- Klassifikation von Objekten, ihrer Relationen und Eigenschaften</p> <p>3) Verfahrensorientiertes Wissen: - Aufteilung eines großen Dokumentes z. B. einer wissenschaftlichen Arbeit. - Nutzung von Funktionen der Tabellenkalkulation - Einsetzen von Präsentationsprogrammen zur Erstellung einer Präsentation</p> <p>4) Metakognitives Wissen: - Wissen über die effektivere und stabilere Formatierung und Erstellung eines Textdokumentes.</p> <p>Inhaltsübersicht:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Grundlagen <ol style="list-style-type: none"> 1.1 Fundamente der Hardware 1.2 Prinzipien von Betriebssystemen 1.3 Kommunikationssysteme 1.4 Datenschutz und Datensicherheit 2. Anwendungen <ol style="list-style-type: none"> 2.1 Hardware von PCs 2.2 Arbeiten mit Betriebssystemen 2.3 Textverarbeitung 2.4 Internet-Anwendungen 3. Ausarbeitung eines Textes in Textverarbeitungsprogrammen <ol style="list-style-type: none"> 3.1 Schriftgröße, Zeilenabstände, Textausrichtung,... 3.2 Nummerierte und nicht nummerierte Aufzählungen 3.3 Tabellen und Grafiken 3.4 Mathematische Ausdrücke 4. Erstellung einer Präsentation 5. Wissenschaftliche Arbeit <ol style="list-style-type: none"> 5.1 Gliederung 5.2 Literatur 5.3 Formaler Aufbau 6. Tabellenkalkulation 7. Datei- und Datenbankorganisation 8. Präsentationswerkzeug
Lehrformen	<ul style="list-style-type: none"> - seminaristische Vorlesungen - betreute Übungen am PC - Selbststudium
Voraussetzungen für die Teilnahme	Formale Voraussetzungen bestehen nicht.
Literatur/ multimediale Lehr- und Lernprogramme	<ul style="list-style-type: none"> - DSGVO - Grundgesetz
Verwendbarkeit	<p>Dieses Modul steht mit folgenden Modulen desselben Studiengangs in einem besonders engen Zusammenhang:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Schlüsselqualifikationen (Erstellen einer wissenschaftlichen Arbeit) <p>Dieses Modul ist auch geeignet für andere wirtschaftswissenschaftlich ausgerichtete Studiengänge der Hochschule Schmalkalden.</p>
Arbeitsaufwand/ Gesamtworkload	<p>gesamter Arbeitsaufwand: 150 Stunden, davon:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) synchrone Lehre: 60 (Präsenzstudium) 2) asynchrone Lehre: 90, davon: <ul style="list-style-type: none"> - Vorbereitung auf die Lehrveranstaltung (insbesondere Literaturstudium): 15 - Nachbereitung der Lehrveranstaltung: 20 - Nachbereitung der Übungsaufgaben: 25 - Vorbereitung auf die Prüfung: 30
ECTS und Gewichtung der Note in der Gesamtnote	
Leistungsnachweis	Klausur im Umfang von 60 min
Semester	1. Semester
Häufigkeit des Angebots	jedes Studienjahr
Dauer	1 Semester

Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflichtmodul
Besonderes	Schein

2. Semester

Modulname	Differentielle Psychologie und Diagnostik
Modulverantwortlicher / Modulverantwortliche	Lisa Marx
Qualifikationsziele	Die Studierenden kennen grundlegende Theorien und Befunde der differentiellen Psychologie und psychologischen Diagnostik.
Modulinhalte	<ul style="list-style-type: none"> - Persönlichkeit in Alltag, Wissenschaft und Praxis - Geschichte der Persönlichkeitspsychologie - Persönlichkeitsvariation - Persönlichkeitsbereiche - Eigenschaftsorientierter Ansatz der Persönlichkeitspsychologie - Intelligenztheorien und -messung - Gütekriterien psychometrischer Verfahren - Testbeurteilungssystem des Diagnostik- und Testkuratoriums - Rechtliche und ethische Grundlagen psychologischer Diagnostik - Testtheorie & Fragebogenkonstruktion - Diagnostische Verfahren - Diagnostischer Prozess
Lehrformen	<ul style="list-style-type: none"> - seminaristische Vorlesungen - Diskussionen - Selbststudium - Übungen
Voraussetzungen für die Teilnahme	Formale Voraussetzungen bestehen nicht.
Literatur / multimediale Lehr- und Lernprogramme	<p>Vorzugsweise in der jeweils neuesten Auflage:</p> <p>Hauptwerk begleitend zur Vorlesung:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Schmidt-Atzert, L. & Amelang, M.: <i>Psychologische Diagnostik</i> <p>Weiterführend/ unterstützend:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Maltby, J., Day, L. & Macaskill, A.: <i>Differentielle Psychologie, Persönlichkeit und Intelligenz</i> - Asendorpf, J.: <i>Persönlichkeitspsychologie für Bachelor</i> - Moosbrugger, H. & Kelava, A.: <i>Testtheorie und Fragebogenkonstruktion</i>
Lehrbriefautor	entfällt, da Vollzeitstudium
Verwendbarkeit	Dieses Modul ist Teil der psychologischen Grundlagen des Faches Wirtschaftspsychologie.
Arbeitsaufwand / Gesamtworkload	<p>gesamter Arbeitsaufwand: 150 Stunden, davon:</p> <p>1) synchrone Lehre: 60 (Präsenzstudium)</p> <p>2) asynchrone Lehre: 90, davon:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Vorbereitung auf die Lehrveranstaltung (insbesondere Literaturstudium): - Nachbereitung der Lehrveranstaltung: - Vorbereitung auf die Prüfung
ECTS und Gewichtung der Note in der Gesamtnote	<p>5 ECTS-Punkte;</p> <p>Gewichtung:</p> <p>a) Studiengänge Wirtschaftspsychologie: 5/210</p>
Leistungsnachweis	Klausur im Umfang von 60 Minuten (100 %)
Semester	2. Semester
Häufigkeit des Angebots	jedes Studienjahr
Dauer	ein Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl etc.)	Pflichtmodul
Besonderes	

Modulname	Grundlagen der Unternehmensführung
Modulverantwortlicher/ Modulverantwortliche	Prof. Dr. Andreas Kammel
Qualifikationsziele	Die Studierenden sind in der Lage, wissenschaftliche und methodische Grundlagen der Unternehmensführung zu erfassen und kritisch zu hinterfragen. Sie sind befähigt, Instrumente der Unternehmensführung anzuwenden und fallbezogen fundierte Problemlösungen zu erarbeiten.
Modulinhalte	1 Begriffliche und konzeptionelle Grundlagen 1.1. Gegenstandsbereich 1.2. Theorien/Forschungsstand 1.3. Gestaltungsziele und -parameter 2. Normative Unternehmensführung 3. Strategische Unternehmensführung 4. Planung und Controlling 5. Organisation 6. Personal und Leadership 7. Informationsmanagement 8. Ausrichtungen der Unternehmensführung/aktuelle Trends
Lehrformen	seminaristische Vorlesungen betreute Übungen hermeneutische Diskurse Fallübungen/Rollenspiel Diskussionen Selbststudium
Voraussetzungen für die Teilnahme	Formale Voraussetzungen bestehen nicht.
Literatur / multimediale Lehr- und Lernprogramme	Dillerup, R./Stoi, R.; Unternehmensführung, 5. Aufl. (Vahlen) München 2016
Verwendbarkeit	Dieses Modul steht mit folgenden Modulen desselben Studiengangs in einem besonders engen Zusammenhang: Seminar Führung. Dieses Modul ist auch geeignet für andere wirtschaftswissenschaftlich ausgerichtete Studiengänge der Hochschule Schmalkalden.
Arbeitsaufwand / Gesamtworkload	gesamter Arbeitsaufwand: 150 Stunden
ECTS und Gewichtung der Note in der Gesamtnote	5 ECTS-Punkte 5/210
Leistungsnachweis	Klausur im Umfang von 60 Minuten (100 %)
Semester	2. Semester (SS)
Häufigkeit des Angebots	jedes Studienjahr
Dauer	ein Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl etc.)	Pflichtmodul
Besonderes	entfällt

Modulname	Konsumentenpsychologie
Modulverantwortlicher / Modulverantwortliche	Prof. Dr. Sebastian Ullrich
Qualifikationsziele	<p>Die Studierenden sind in der Lage, die Qualifikationsziele folgender Lernzielkategorien zu erfüllen:</p> <p>1) Verstehen und anwenden: Die Studierenden sind in der Lage, - aktivierende und kognitive Prozesse des Konsumentenverhaltens zu erläutern, - das Entscheidungsverhalten zu illustrieren und zu übertragen, und - Umweltdeterminanten des Konsumentenverhaltens zu interpretieren und situationsbedingt zu berücksichtigen.</p> <p>2) Analysieren und bewerten: Die Studierenden sind in der Lage, - aktivierende und kognitive Prozesse des Konsumentenverhaltens zu strukturieren und zu überprüfen, - das Entscheidungsverhalten in konkreten Situationen zu charakterisieren und zu ermitteln, und - Umweltdeterminanten des Konsumentenverhaltens situationsbedingt zu erfassen und zu beurteilen.</p>
Modulinhalte	<p>Die Studierenden sind in der Lage, Wissen folgender Wissensarten zu erwerben:</p> <p>1) Faktenwissen und begriffliches Wissen: - Psychische Determinanten des Konsumentenverhaltens: Aktivierende Prozesse (Aktivierung, Emotion, Motivation und Einstellung) und kognitive Steuerung (Gedächtnis, Informationsaufnahme und -verarbeitung, Lernen sowie Entscheidung), und - Umweltdeterminanten des Konsumentenverhaltens (physische und soziale Umwelt sowie Mediuenumwelt).</p> <p>2) Verfahrenorientiertes und metakognitives Wissen: - Messung von Aktivierung, Emotion, Motivation und Einstellung auf der subjektiven Erlebnisebene sowie auf der psychophysiologischen und der motorischen Ebene, - Interpretation der Leistungen des Gedächtnisses, der Informationsaufnahme und -verarbeitung sowie des Lernens . Gestaltung der Umweltvariablen zur Unterstützung des Konsumentenverhaltens</p> <p>Inhaltsübersicht:</p> <p>1 Einführung: Konsumentenforschung als Grundlage des Marketings</p> <p>2 Psychische Determinanten des Konsumentenverhaltens 2.1 Das System der psychischen Variablen 2.2 Aktivierende Prozesse 2.2.1 Aktivierung als Antriebskraft für das Verhalten 2.2.2 Emotion 2.2.3 Motivation 2.2.4 Einstellung und Kaufabsicht 2.3 Kognitive Prozesse 2.3.1 Das Gedächtnis 2.3.2 Informationsaufnahme und -verarbeitung 2.3.3 Lernen von Informationen 2.4 Das Entscheidungsverhalten der Konsumenten</p> <p>3 Umweltdeterminanten des Konsumentenverhaltens 3.1 Das System der Umweltvariablen: Erfahrungsumwelt und Mediuenumwelt 3.2 Die Erfahrungsumwelt der Konsumenten: Direkte Umwelterfahrungen 3.3 Die Mediuenumwelt der Konsumenten: Indirekte Umwelterfahrungen</p>

Lehrformen	<ul style="list-style-type: none"> - seminaristische Vorlesungen - betreute Übungen - hermeneutische Diskurse - mäuseutische Diskurse - Diskussionen - Selbststudium
Voraussetzungen für die Teilnahme	<p>Formale Voraussetzungen bestehen nicht. Insbesondere Kenntnisse folgender Pflichtmodule werden vorausgesetzt:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Absatzwirtschaft bzw. Grundlagen des Marketings
Literatur / multimediale Lehr- und Lernprogramme	<p>Literatur (vorzugsweise in den aktuellen Auflagen):</p> <p>Redler, J., Ullrich, S.: Marketing klipp & klar Kroeber-Riel W., Gröppel-Klein A.: Konsumentenverhalten, Vahlen Foscht P., Swoboda P.: Käuferverhalten, Gabler Solomon M.R. et al.: Konsumentenverhalten, Pearson Felser, G.: Werbe- und Konsumentenpsychologie, Springer Brinkmann, R. (Hrsg.): Angewandte Wirtschaftspsychologie, Pearson</p>
Lehrbriefautor	entfällt, da Vollzeitstudium
Verwendbarkeit	<p>Dieses Modul steht mit folgenden Modulen derselben Studiengänge in einem besonders engen Zusammenhang:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Absatzwirtschaft bzw. Grundlagen des Marketings - Marketing A: Strategic Marketing and Brand Management - Marketing B: Markenkommunikation <p>Dieses Modul ist auch geeignet für andere wirtschaftswissenschaftlich ausgerichtete Studiengänge der Hochschule Schmalkalden.</p>
Arbeitsaufwand / Gesamtworkload	<p>gesamter Arbeitsaufwand: 150 Stunden, davon:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) synchrone Lehre: 60 (Präsenzstudium) 2) asynchrone Lehre: 90, davon: <ul style="list-style-type: none"> - Vorbereitung auf die Lehrveranstaltung (insbesondere Literaturstudium): 10 - Nachbereitung der Lehrveranstaltung: 60 - Vorbereitung auf die Prüfung: 20
ECTS und Gewichtung der Note in der Gesamtnote	<p>5 ECTS-Punkte; Gewichtung: a) Studiengänge Wirtschaftswissenschaften sowie International Business and Economics: 5/180 b) Studiengänge Betriebswirtschaftslehre, Volkswirtschaftslehre und Wirtschaftspsychologie: 5/210</p>
Leistungsnachweis	Klausur im Umfang von 60 Minuten (100%)
Semester	2.-6. Semester
Häufigkeit des Angebots	Angebot i.d.R. jedes Studienjahr, mindestens so oft, dass dieses Modul von jeder Alterskohorte zwischen dem jeweiligen 2. und 6. Semester gewählt werden kann
Dauer	1 Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl etc.)	Wahlpflichtmodul (wirtschaftswissenschaftliche Studiengänge) Pflichtmodul (Wirtschaftspsychologie)
Besonderes	

Modulname	Statistik II
Modulverantwortlicher/ Modulverantwortliche	Lenka Ďuranová
Qualifikationsziele	Die Studierenden beherrschen die Grundlagen der Inferenzstatistik. Sie sind in der Lage, passende statistische Tests auszuwählen, diese selbständig mit Hilfe einer Statistiksoftware durchzuführen und die Ergebnisse zu interpretieren. Darüber hinaus verstehen sie Ergebnisse in (wirtschafts-)psychologischen Publikationen und würdigen diese kritisch.
Modulinhalte	Logik statistischen Testens Parametrische vs. non-parametrische Tests Zusammenhangstests Unterschiedstests
Lehrformen	seminaristische Vorlesung inkl. Datenanalysen Selbststudium
Voraussetzungen für die Teilnahme	Formale Voraussetzungen bestehen nicht. Empfehlenswert ist die erfolgreiche Teilnahme an den Modulen: <ul style="list-style-type: none"> - Forschungsmethoden - Statistik I
Literatur / multimediale Lehr- und Lernprogramme	Vorlesungsskript Lehrbücher (vorzugsweise in der jeweils neuesten Auflage): <ul style="list-style-type: none"> - Bortz, J. & Schuster, C.: Statistik für Human- und Sozialwissenschaftler - Döring, N. & Bortz, J.: Forschungsmethoden und Evaluation in den Sozial- und Humanwissenschaften - Sedlmeier, P. & Renkewitz, F.: Forschungsmethoden und Statistik. Für Psychologen und Sozialwissenschaftler
Verwendbarkeit	Dieses Modul ist Teil der psychologischen Grundlagen des Faches Wirtschaftspsychologie. Es bietet eine Grundlage für das gesamte Studium der Wirtschaftspsychologie.
Arbeitsaufwand / Gesamtworkload	Gesamtworkload: 150 Stunden, davon: <ul style="list-style-type: none"> - synchrone Lehre: 60 (Präsenzstudium) - asynchrone Lehre: 90, davon: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Vorbereitung auf die Lehrveranstaltung ▪ Nachbereitung der Lehrveranstaltung ▪ Prüfungsvorbereitung
ECTS und Gewichtung der Note in der Gesamtnote	5 ECTS-Punkte; 5/210
Leistungsnachweis	Klausur im Umfang von 60 Minuten (70 %) Referat (30 %)
Semester	2. Semester (SS)
Häufigkeit des Angebots	jedes Studienjahr
Dauer	ein Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl etc.)	Pflichtmodul
Besonderes	entfällt

Modulname	Verhaltensökonomik
Modulverantwortlicher / Modulverantwortliche	Robin Hau
Qualifikationsziele	Die Studierenden kennen grundlegende Theorien und Befunde der Verhaltensökonomik
Modulinhalte	<ul style="list-style-type: none"> - Normative vs deskriptive Modelle menschlichen Verhaltens - Urteilen und Urteilsverzerrungen - Heuristics and Biases - Fast and Frugal Heuristics - Modelle der Entscheidungsfindung unter Sicherheit - Entscheiden unter Unsicherheit - Nudge
Lehrformen	<ul style="list-style-type: none"> - seminaristische Vorlesungen - Diskussionen - Selbststudium
Voraussetzungen für die Teilnahme	Formale Voraussetzungen bestehen nicht.
Literatur / multimediale Lehr- und Lernprogramme	<p>Literatur (vorzugsweise in der jeweils neuesten Auflage):</p> <p>Grundlegend:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Richard Thaler - Misbehaving
Lehrbriefautor	entfällt, da Vollzeitstudium
Verwendbarkeit	Dieses Modul ist Teil der psychologischen Grundlagen des Faches Wirtschaftspsychologie
Arbeitsaufwand / Gesamtworkload	<p>gesamter Arbeitsaufwand: 150 Stunden, davon:</p> <p>1) synchrone Lehre: 60 (Präsenzstudium)</p> <p>2) asynchrone Lehre: 90, davon:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Vorbereitung auf die Lehrveranstaltung (insbesondere Literaturstudium): - Nachbereitung der Lehrveranstaltung: - Vorbereitung auf die Prüfung:
ECTS und Gewichtung der Note in der Gesamtnote	<p>5 ECTS-Punkte;</p> <p>Gewichtung:</p> <p>a) Studiengänge Wirtschaftspsychologie: 5/210</p>
Leistungsnachweis	Klausur im Umfang von 60 Minuten (100%)
Semester	3. Semester
Häufigkeit des Angebots	jedes Studienjahr
Dauer	1 Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl etc.)	Pflichtmodul
Besonderes	

Modulname	Wirtschaftsenglisch
Modulverantwortlicher / Modulverantwortliche	Diplom-Lehrerin Martina Gratz
Qualifikationsziele	<p>Die Studierenden sind in der Lage, die Qualifikationsziele folgender Lernzielkategorien zu erfüllen:</p> <p>1) Hör-/Leseverstehen: Die Studierenden sind in der Lage, ein breites Spektrum anspruchsvoller, längerer Texte im beruflichen und wissenschaftlichen Umfeld in englischer Sprache zu verstehen und auch implizite Bedeutungen zu erfassen.</p> <p>2) Sprechen: Die Studierenden sind in der Lage, sich spontan, fließend und stilistisch angemessen auszudrücken. Sie können die Sprache im gesellschaftlichen und beruflichen Leben sowie im Studium wirksam und flexibel gebrauchen.</p> <p>3) Schreiben: Die Studierenden sind in der Lage, sich klar, strukturiert, ausführlich und stilistisch angemessen zu komplexen Sachverhalten zu äußern und dabei verschiedene Mittel zur Textverknüpfung zu verwenden.</p> <p>4) Soziale/interkulturelle Kompetenz: Die Studierenden sind in der Lage, kulturelle Bedingungen und Einflussfaktoren im Wahrnehmen, Urteilen, Empfinden und Handeln bei sich selbst und bei anderen Personen zu erfassen, zu respektieren und produktiv zu nutzen.</p>
Modulinhalte	<p><u>Business English and English for Business Communication</u></p> <p>Sectors of industry Types of business/company structure Business plan Marketing Intercultural business communication Telephoning Business emails Customer services, especially dealing with complaints Business meetings Presentations Negotiations</p>
Lehrformen	<p>seminaristische Vorlesungen betreute Übungen mündliche Diskurse Diskussionen Selbststudium</p>
Voraussetzungen für die Teilnahme	<p>Formale Voraussetzungen bestehen nicht. Englischkenntnisse auf Abiturniveau werden erwartet.</p>
Literatur / multimediale Lehr- und Lernprogramme	<p><i>English for Business Communication (by Simon Sweeney)</i> <i>Second Edition</i> <i>Cambridge University Press / Ernst Klett Sprachen GmbH</i> <i>ISBN: 3-12-539135-0</i></p> <p><i>Market Leader – Upper Intermediate (New Edition 2006)</i> <i>Pearson Education Ltd</i> <i>ISBN-13: 978-1-4058-1309-9</i> www.market-leader.net</p> <p><i>Intelligent Business (different levels available)</i> <i>Pearson Education Ltd 2005</i> www.longman.com</p>

	<p><i>Business English Handbook – Advanced (For class and self study)</i> Macmillan Publishers Ltd 2007 ISBN: 978-1-4050-8603-5 www.macmillanenglish.com</p> <p><i>B for Business</i> Max Hueber Verlag ISBN: 3-19-002702-1 www.hueber.de</p> <p><i>Longman Business English Dictionary</i></p> <p><i>Business English (CD-ROM)</i> digital publishing AG www.digitalpublishing.de</p> <p><i>English Grammar in Use – with Answers (by Raymond Murphy)</i> Second or Third Edition Cambridge University Press</p>
Lehrbriefautor	entfällt, da Vollzeitstudium
Verwendbarkeit	Dieses Modul ist auch geeignet für andere wirtschaftswissenschaftlich ausgerichtete Studiengänge der Hochschule Schmalkalden.
Arbeitsaufwand / Gesamtworkload	gesamter Arbeitsaufwand: 150 Stunden, davon: 1) synchrone Lehre: 60 (Präsenzstudium) 2) asynchrone Lehre: 90, davon: Vorbereitung auf die Lehrveranstaltung (insbesondere Literaturstudium): Nachbereitung der Lehrveranstaltung Vorbereitung auf die Prüfung:
ECTS und Gewichtung der Note in der Gesamtnote	5 ECTS-Punkte; Gewichtung: 5/210
Leistungsnachweis	Klausur im Umfang von 60 Minuten (100%)
Semester	2. Semester
Häufigkeit des Angebots	jedes Sommersemester
Dauer	1 Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl etc.)	Pflichtmodul
Besonderes	Lehrveranstaltung und Prüfung werden ausschließlich in englischer Sprache durchgeführt.

3. Semester

Modulname	Grundlagen des Marketings
Modulverantwortlicher / Modulverantwortliche	Diplom-Volkswirtin Felicitas Kotsch
Qualifikationsziele	<p>Die Studierenden werden in die Lage versetzt,</p> <ul style="list-style-type: none"> - den Bedeutungszuwachs der Absatzwirtschaft zu erfassen, - die wichtigsten Marktforschungsinstrumente zu charakterisieren, - die vier absatzpolitischen bzw. Marketinginstrumente zu unterscheiden, - die bekanntesten Marketingstrategien zu strukturieren. <p>Aufbauend auf diesem Wissen werden die Studierenden befähigt,</p> <ul style="list-style-type: none"> - anhand der wichtigsten Marktforschungsinstrumente eigenen Prognosen und Analysen zu produzieren, - den abgestimmten Einsatz der vier absatzpolitischen bzw. Marketinginstrumente für ein Produkt zu entwerfen, - konkrete Schritte aus den bekanntesten Marketingstrategien zu generieren.
Modulinhalte	<p>Inhaltsübersicht:</p> <p>1 Grundlagen</p> <p>1.1 Bedeutungsgewinn des Marketings 1.2 Konsumgütermarketing – Investitionsgütermarketing - Dienstleistungsmarketing 1.3 Ziele, Daten und Instrumente im Überblick</p> <p>2 Marketingziele und Marketingplanung</p> <p>2.1 Fristigkeit der Marketingplanung 2.2 Zielhierarchie im Marketing</p> <p>3 Marktforschung</p> <p>3.1 Ziele und Aufgaben der Marktforschung 3.2 Käuferverhalten 3.3 Marktsegmentierung 3.4 Vorgang der Kaufentscheidungsfindung 3.5 Verfahren der Datenerhebung 3.6 Datenauswertung</p> <p>4 Marketinginstrumente im Überblick</p> <p>4.1 Marktwirtschaftlicher Wettbewerb 4.2 Vier klassische Marketinginstrumente</p> <p>5 Produktpolitik</p> <p>5.1 Ziele und Teilbereiche der Produktpolitik 5.2 Produktqualität 5.3 Produktdifferenzierung 5.4 Produktimage 5.5 Kundendienst</p> <p>6 Preispolitik</p> <p>6.1 Ziele und Teilbereiche der Preispolitik 6.2 Preispolitik im Rahmen der klassischen Preistheorie 6.3 Preisbildung bei unvollkommener Konkurrenz (Gutenberg-Modell) 6.4 Preispolitik in der betrieblichen Praxis</p> <p>7 Kommunikationspolitik</p> <p>7.1 Ziele und Teilbereiche der Kommunikationspolitik 7.2 Werbung 7.3 Verkaufsförderung 7.4 Öffentlichkeitsarbeit 7.5 Persönlicher Verkauf 7.6 Direkt- bzw. Onlinemarketing</p>

	<p>8 Distributionspolitik 8.1 Ziele und Teilbereiche der Distributionspolitik 8.2 Distributionspolitik aus Sicht des Einzelhandels 8.3 Distributionspolitik aus Sicht des Herstellers 8.4 Optimierung der physischen Distribution/Marketing-Logistik</p> <p>9 Marketing-Mix und Online-Marketing</p> <p>10 Marketingstrategien 10.1 Orientierung an Standardstrategien 10.2 Orientierung an Erkenntnissen der Strategieforschung 10.3 Orientierung an Strategischen Denkmodellen 10.4 Integrativer Ansatz</p>
Lehrformen	<ul style="list-style-type: none"> - seminaristische Vorlesungen - Diskussionen - Selbststudium
Voraussetzungen für die Teilnahme	Formale Voraussetzungen bestehen nicht.
Literatur / multimediale Lehr- und Lernprogramme	<p>Literatur (vorzugsweise in der jeweils neuesten Auflage): Grundlegend:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Wöhe, Günter: Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, München <p>Ergänzend:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Freter, Hermann: Marketing, Pearson Studium, München - Froböse, Michael und Andreas Kaapke: Marketing, Frankfurt am Main - Homburg, Christian: Grundlagen des Marketingmanagements, Wiesbaden - Kotler, Philip et al.: Grundlagen des Marketing, Pearson Studium, München - Weis, Hans Christian: Marketing, Ludwigshafen - Wöhe, Günter et al.: Übungsbuch zur Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, München -
Lehrbriefautor	entfällt, da Vollzeitstudium
Verwendbarkeit	<p>Dieses Modul steht mit folgenden Modulen desselben Studiengangs in einem besonders engen Zusammenhang: - Marketing A, B und C (Wahlpflichtfach)</p> <p>Dieses Modul ist auch geeignet für andere wirtschaftswissenschaftlich ausgerichtete Studiengänge der Hochschule Schmalkalden.</p>
Arbeitsaufwand / Gesamtworkload	<p>gesamter Arbeitsaufwand: 150 Stunden, davon:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) synchrone Lehre: 60 (Präsenzstudium) 2) asynchrone Lehre: 90, davon: <ul style="list-style-type: none"> - Vorbereitung auf die Lehrveranstaltung (insbesondere Literaturstudium): - Nachbereitung der Lehrveranstaltung: - Vorbereitung auf die Prüfung:
ECTS und Gewichtung der Note in der Gesamtnote	<p>5 ECTS-Punkte; Gewichtung:</p> <ol style="list-style-type: none"> a) Studiengänge Wirtschaftswissenschaften sowie International Business and Economics: 5/180 b) Studiengänge Volkswirtschaftslehre sowie Betriebswirtschaftslehre: 5/210 c) Studiengang Wirtschaftspsychologie: 5/210

Leistungsnachweis	Klausur im Umfang von 60 Minuten (100%)
Semester	3. Semester
Häufigkeit des Angebots	jedes Studienjahr
Dauer	1 Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl etc.)	Pflichtmodul
Besonderes	<ul style="list-style-type: none"> - Kurz vor Semesterende zur Aktivierung des erworbenen Wissens: Gastvorlesung durch einen Praktiker - Es wird empfohlen, zur Vorbereitung die aktuellen Wirtschaftsnachrichten zu verfolgen, da während der Vorlesung viele Beispiele aus der Praxis herangezogen werden.

Modulname	Experimentalpraktikum
Modulverantwortlicher / Modulverantwortliche	Robin Hau
Qualifikationsziele	Die Studierenden verfügen über die Kompetenzen und eine erste Erfahrung darin selbständig eine empirische psychologische Untersuchung durchzuführen, die resultierenden Daten auszuwerten und einen Bericht zu verfassen.
Modulinhalte	<ul style="list-style-type: none"> - Versuchsdesign - Versuchsdurchführung - Datenauswertung - Wissenschaftliches Schreiben
Lehrformen	<ul style="list-style-type: none"> - Angeleitete Planungssitzungen - Eigenständiges Arbeiten in Gruppen - Feedbackschleifen mit dem Lehrenden
Voraussetzungen für die Teilnahme	Formale Voraussetzungen bestehen nicht.
Literatur / multimediale Lehr-und Lernprogramme	Huber – Das psychologische Experiment
Lehrbriefautor	entfällt, da Vollzeitstudium
Verwendbarkeit	Dieses Modul ist Teil der des Faches Wirtschaftspsychologie
Arbeitsaufwand / Gesamtworkload	<p>gesamter Arbeitsaufwand: 150 Stunden, davon:</p> <p>1) synchrone Lehre: 60 (Präsenzstudium)</p> <p>2) asynchrone Lehre: 90, davon:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Vorbereitung auf die Lehrveranstaltung (insbesondere Literaturstudium): - Nachbereitung der Lehrveranstaltung: - Vorbereitung auf die Prüfung:
ECTS und Gewichtung der Note in der Gesamtnote	<p>5 ECTS-Punkte;</p> <p>Gewichtung:</p> <p>a) Studiengänge Wirtschaftspsychologie: 5/210</p>
Leistungsnachweis	Forschungsbericht
Semester	3. Semester
Häufigkeit des Angebots	jedes Studienjahr
Dauer	1 Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl etc.)	Pflichtmodul
Besonderes	

Modulname	Grundlagen der Arbeits-, Organisations- und Wirtschaftspsychologie
Modulverantwortlicher/ Modulverantwortliche	Lenka Ďuranová
Qualifikationsziele	Das Modul vermittelt grundlegende Kenntnisse über die Gesetzmäßigkeiten des menschlichen Erlebens und Verhaltens in der Arbeit und in Organisationen. Die Vorlesung beschäftigt sich mit Gegenstandsbereichen, Aufgabenfeldern, Theorien und Methoden der Arbeits-, Organisations- und Wirtschaftspsychologie sowie deren Anwendung in der Praxis.
Modulinhalte	Arbeitspsychologie Organisationspsychologie Wirtschaftspsychologie
Lehrformen	seminaristische Vorlesung Selbststudium
Voraussetzungen für die Teilnahme	Formale Voraussetzungen bestehen nicht. Empfehlenswert ist die erfolgreiche Teilnahme an den Modulen: <ul style="list-style-type: none"> - Einführung in die Psychologie - Forschungsmethoden - Statistik I
Literatur/multimediale Lehr- und Lernprogramme	Vorlesungsskript Lehrbücher (vorzugsweise in der jeweils neuesten Auflage): <ul style="list-style-type: none"> - Kauffeld, S.: Arbeits-, Organisations- und Personalpsychologie für Bachelor - Nerdinger, F. W., Blickle, G. & Schaper, N.: Arbeits- & Organisationspsychologie - Schuler, H. & Kanning, U. P.: Lehrbuch der Personalpsychologie
Verwendbarkeit	Dieses Modul ist ein Anwendungsfach im Bachelorstudiengang Wirtschaftspsychologie. Es steht mit folgenden Modulen desselben Studiengangs in einem besonders engen Zusammenhang: <ul style="list-style-type: none"> - Einführung in die Psychologie - Allgemeine Psychologie - Diagnostik und differentielle Psychologie - Grundlagen der Sozialpsychologie - Konsumentenpsychologie - Statistik I & II Es bietet eine Grundlage für: <ul style="list-style-type: none"> - Personalpsychologie - Seminar Personalentwicklung - Seminar Personalauswahl Es bereitet vor auf: <ul style="list-style-type: none"> - Wahlpflichtmodule Bereich „Wirtschaftspsychologie“ - Praxissemester - Wirtschaftspsychologische Fallstudien - ggf. Bachelorarbeit
Arbeitsaufwand/ Gesamtworkload	Gesamtworkload: 150 Stunden, davon: <ul style="list-style-type: none"> - synchrone Lehre: 60 (Präsenzstudium) - asynchrone Lehre: 90, davon: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Vorbereitung auf die Lehrveranstaltung (insbesondere Literaturstudium) ▪ Nachbereitung der Lehrveranstaltung ▪ Vorbereitung auf die Prüfung
ECTS und Gewichtung der Note in der Gesamtnote	5 ECTS-Punkte; 5/210
Leistungsnachweis	Klausur im Umfang von 60 Minuten (70 %) Referat (30 %)
Semester	3. Semester
Häufigkeit des Angebots	jedes Studienjahr

Dauer	ein Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflichtmodul
Besonderes	entfällt

Modulname	Marketing B: Markenkommunikation
Modulverantwortlicher / Modulverantwortliche	Prof. Dr. Sebastian Ullrich
Qualifikationsziele	<p>Die Studierenden sind in der Lage, die Qualifikationsziele folgender Lernzielkategorien zu erfüllen:</p> <p>1) Kennen: Die Studierenden sind in der Lage, die Bedingungen der Werbung zu identifizieren, verbale und nonverbale Kommunikation zu wiederholen, Strategien der Werbung zu identifizieren, Sozialtechniken der Werbung zu wiederholen, und Kanäle der Social Media zu identifizieren, und Verkaufstechniken zu erkennen.</p> <p>2) Verstehen: Die Studierenden sind in der Lage, die Bedingungen der Werbung zu illustrieren, verbale und nonverbale Kommunikation zu erläutern, Strategien der Werbung zu generalisieren, Sozialtechniken der Werbung zu erläutern, Kanäle der Social Media zu illustrieren, und Verkaufstechniken zu klassifizieren.</p> <p>3) Anwenden: Die Studierenden sind in der Lage, die Bedingungen der Werbung zu demonstrieren, verbale und nonverbale Kommunikation zu berücksichtigen, Strategien der Werbung zu demonstrieren, Sozialtechniken der Werbung zu implementieren, Kanäle der Social Media zu demonstrieren, und Verkaufstechniken zu implementieren.</p> <p>4) Analysieren: Die Studierenden sind in der Lage, die Bedingungen der Werbung zu strukturieren, verbale und nonverbale Kommunikation zu charakterisieren, Strategien der Werbung zu unterscheiden, Sozialtechniken der Werbung zu erfassen, Kanäle der Social Media zu strukturieren, und Verkaufstechniken zu charakterisieren.</p> <p>5) Bewerten: Die Studierenden sind in der Lage, die Bedingungen der Werbung zu beurteilen, verbale und nonverbale Kommunikation zu bewerten, Strategien der Werbung zu ermitteln, Sozialtechniken der Werbung zu überprüfen, Kanäle der Social Media zu testen, und Verkaufstechniken zu beurteilen.</p> <p>6) Synthetisieren: Die Studierenden sind in der Lage, Kommunikationsstrategien zu generieren, Kommunikationsmittel unter Berücksichtigung der Sozialtechniken zu entwerfen, und Verkaufstechniken situationsbedingt zu kreieren.</p>
Modulinhalte	<p>Die Studierenden sind in der Lage, Wissen folgender Wissensarten zu erwerben:</p> <p>1) Faktenwissen: Überblick über die Bedingungen der Werbung, Überblick über die verbale und nonverbale Kommunikation, Überblick über Strategien der Werbung, Überblick über Sozialtechniken der Werbung, Überblick über Kanäle der Social Media zu illustrieren, und Kenntnisse über Verkaufstechniken.</p>

	<p>2) Begriffliches Wissen: Kenntnisse über die Rahmenbedingungen der Werbung, Modellannahmen der verbalen und nonverbalen Kommunikation, Modellannahmen der expliziten und impliziten Informationsverarbeitung Klassifikation der Strategien der Werbung, Modellannahmen der Sozialtechniken der Werbung, Klassifikation der Social Media, und Modellannahmen von Verkaufstechniken.</p> <p>3) Verfahrenorientiertes Wissen: Sozialtechnische Analyse von Markenstrategien, Sozialtechnische Analyse von Markenkommunikation, Analytisches Denken bezüglich verschiedener Kommunikationsbedingungen Kritisches Denkvermögen bezüglich der Durchschlagskraft von Werbung Kritisches Denkvermögen hinsichtlich des Einsatzes von Emotionen.</p> <p>4) Metakognitives Wissen: Fähigkeit, Beeinflussungsziele festzulegen, Fähigkeit, Beeinflussung sozialtechnisch zu analysieren, Fähigkeit, Wirkung von Kommunikation zu evaluieren, Wissen über die begrenzte Beeinflussbarkeit von Menschen, und Wissen über die Bedeutung der langfristigen Kundenbeziehung.</p> <p>Inhaltsübersicht:</p> <p>1 Grundlagen der Kommunikation 1.1 Bedingungen der Werbung 1.2 Verbale und nonverbale Kommunikation 1.3 Kommunikationsmöglichkeiten 1.4 Social Media</p> <p>2 Strategien und Techniken der Kommunikation 2.1 Zielsystem der Werbung 2.2 Strategien der Werbung 2.3 Sozialtechniken der Werbung 2.4 Kommunikationskanäle</p> <p>3 Verkaufstechniken</p>
Lehrformen	-seminaristische Vorlesungen betreute Übungen hermeneutische Diskurse mæeutische Diskurse Diskussionen Selbststudium
Voraussetzungen für die Teilnahme	Formale Voraussetzungen bestehen nicht. Insbesondere Kenntnisse folgender Pflichtmodule werden vorausgesetzt: Absatzwirtschaft
Literatur / multimediale Lehr- und Lernprogramme	Literatur (vorzugsweise in der jeweils neuesten Auflage): Kroeber-Riel W., Esch, F.-R.: Strategie und Technik der Werbung, 8. Aufl., Kohlhammer Esch, F.-R., Herrmann, A., Sattler, H.: Marketing: Eine managementorientierte Einführung, Vahlen Jachens, T.H.: Professionelles Verkaufen, Redline Verlag. Aktuelle Forschungsartikel
Lehrbriefautor	entfällt, da Vollzeitstudium

Verwendbarkeit	<p>Dieses Modul steht mit folgenden Modulen desselben Studiengangs in einem besonders engen Zusammenhang: Absatzwirtschaft Marketing A: Strategic Marketing and Brand Management Marketing C: Konsumentenverhalten und Marktforschung</p> <p>Dieses Modul ist auch geeignet für andere wirtschaftswissenschaftlich ausgerichtete Studiengänge der Hochschule Schmalkalden.</p>
Arbeitsaufwand / Gesamtworkload	<p>gesamter Arbeitsaufwand: 150 Stunden, davon: 1) synchrone Lehre: 60 (Präsenzstudium) 2) asynchrone Lehre: 90, davon: Vorbereitung auf die Lehrveranstaltung (insbesondere Literaturstudium): 10 Nachbereitung der Lehrveranstaltung: 60 Vorbereitung auf die Prüfung: 20</p>
ECTS und Gewichtung der Note in der Gesamtnote	<p>5 ECTS-Punkte; Gewichtung: 5/210</p>
Leistungsnachweis	<p>Klausur im Umfang von 60 Minuten (100%)</p>
Semester	<p>3. Semester</p>
Häufigkeit des Angebots	<p>jedes Studienjahr</p>
Dauer	<p>1 Semester</p>
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl etc.)	<p>Pflichtmodul</p>
Besonderes	

Modulname	Schlüsselqualifikationen, Teilmodul Wissenschaftliches Arbeiten
Modulverantwortlicher / Modulverantwortliche	Prof. Dr. Manfred Herbert
Qualifikationsziele	Die Studierenden erlernen grundlegende wissenschaftstheoretische Begriffe, Fragestellungen und Methoden sowie die Fähigkeit, wissenschaftliche Arbeiten methodisch und formal korrekt zu verfassen.
Modulinhalte	<ol style="list-style-type: none"> 1 Grundbegriffe 2 Grundtypen wissenschaftlicher Fragestellungen 3 Wissenschaftsethik: Qualitätskriterien wissenschaftlichen Arbeitens 4 Argumentationslehre: Die Begründung wissenschaftlicher Aussagen 5 Geschichte der Wissenschaft und wissenschaftstheoretische Ansätze 6 Arten wissenschaftlicher Texte 7 Themenfindung 8 Zeitmanagement 9 Literaturrecherche und -auswertung 10 Aufbau, Gliederung und Umfang 11 Formale Gestaltung 12 Sprachliche Gestaltung 13 Zitieren von Quellen 14 Literaturverzeichnis
Lehrformen	<ul style="list-style-type: none"> - seminaristische Vorlesungen - Diskussionen - Selbststudium
Voraussetzungen für die Teilnahme	Formale Voraussetzungen bestehen nicht. Es werden keine Kenntnisse vorausgesetzt.
Literatur / multimediale Lehr- und Lernprogramme	<p>Literatur (vorzugsweise in der jeweils neuesten Auflage):</p> <ul style="list-style-type: none"> - Balzert, H. u.a., Wissenschaftliches Arbeiten - Franck, N./Stary, J., Die Technik wissenschaftlichen Arbeitens - Karmasin, M./Ribing, R., Die Gestaltung wissenschaftlicher Arbeiten - Kornmeier, M., Wissenschaftlich schreiben leicht gemacht - Kornmeier, M., Wissenschaftstheorie und wissenschaftliches Arbeiten - Sandberg, B.; Wissenschaftliches Arbeiten von Abbildung bis Zitat - Theisen, M., Wissenschaftliches Arbeiten - Zdrowomyslaw, N./Bladt M (Hrsg.), Wissenschaftliches Arbeiten
Lehrbriefautor	entfällt, da Vollzeitstudium
Verwendbarkeit	Dieses Modul ist auch für andere Studiengänge der Hochschule Schmalkalden geeignet.
Arbeitsaufwand / Gesamtworkload	<p>gesamter Arbeitsaufwand: 80 Stunden, davon:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) synchrone Lehre: 30 (Präsenzstudium) 2) asynchrone Lehre: 50, davon: <ul style="list-style-type: none"> - Vorbereitung auf die Lehrveranstaltung (insbesondere Literaturstudium): 15 - Nachbereitung der Lehrveranstaltung: 15 - Vorbereitung auf die Prüfung: 20
ECTS und Gewichtung der Note in der Gesamtnote	<p>2,5 ECTS-Punkte; Gewichtung:</p> <ol style="list-style-type: none"> a) Studiengänge Wirtschaftswissenschaften 2,5/180 b) Studiengänge Volkswirtschaftslehre sowie Betriebswirtschaftslehre: 2,5/210

	c) Studiengang Wirtschaftspsychologie 2,5/210
Leistungsnachweis	Klausur im Umfang von 30 Minuten
Semester	3. Semester
Häufigkeit des Angebots	jedes Wintersemester
Dauer	1 Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl etc.)	Pflichtmodul
Besonderes	-

Modulname	Schlüsselqualifikationen, Teilmodul Rhetorik
Modulverantwortlicher / Modulverantwortliche	Prof. Dr. Robert Richert
Qualifikationsziele	Die Studierenden sind in der Lage, folgende Inhalte zu identifizieren, zu erläutern, selbstständig zu demonstrieren und zu strukturieren, nüchtern abwägend zu beurteilen sowie neue Ideen zu entwickeln: <ul style="list-style-type: none"> - unterschiedliche Argumentationsmuster, - Fehlschlüsse der Logik, Statistik, Irrelevanz, Illusion und Ablenkung, - Kernaussagen von Kommunikationstheorien und -modellen, - Besonderheiten der Gesprächsführung in der chinesischen und indischen Kultur.
Modulinhalte	Die Studierenden sind in der Lage, Faktenwissen, begriffliches Wissen, verfahrensorientiertes Wissen sowie metakognitives Wissen zu den in der Inhaltsübersicht genannten Inhalten zu erwerben: Inhaltsübersicht: <ul style="list-style-type: none"> 1 Argumentationsmuster 2 Logische Fehlschlüsse 3 Statistische Fehlschlüsse 4 Fehlschlüsse der Irrelevanz 5 Fehlschlüsse der Illusion 6 Fehlschlüsse der Ablenkung 7 Grundlagen der Kommunikation 8 Kommunikationsmodelle 9 Besonderheiten der Gesprächsführung in der Kultur Chinas 10 Besonderheiten der Gesprächsführung in der Kultur Indiens
Lehrformen	<ul style="list-style-type: none"> - seminaristische Vorlesungen - betreute Übungen - hermeneutische Diskurse - mæeutische Diskurse - Diskussionen - Selbststudium
Voraussetzungen für die Teilnahme	Formale Voraussetzungen bestehen nicht.
Literatur / multimediale Lehr- und Lernprogramme	Literatur (vorzugsweise in der jeweils neuesten Auflage): Richert, R.: Studienheft Rhetorik (wird den Studierenden zur Verfügung gestellt) Taleb, N.N.: Der schwarze Schwan. Die Macht höchst unwahrscheinlicher Ereignisse, München Weisbach, Ch.-R. / Sonne-Neubacher, P.: Professionelle Gesprächsführung. Ein praxisnahes Lese- und Übungsbuch, München
Lehrbriefautor	entfällt, da Vollzeitstudium
Verwendbarkeit	Da in diesem Teilmodul Schlüsselqualifikationen vermittelt werden, ist dieses Teilmodul für sämtliche anderen Module verwendbar. Dieses Teilmodul ist auch geeignet für andere wirtschaftswissenschaftlich ausgerichtete Studiengänge der Hochschule Schmalkalden.
Arbeitsaufwand / Gesamtworkload	gesamter Arbeitsaufwand: 80 Stunden, davon: 1) synchrone Lehre: 30 (Präsenzstudium) 2) asynchrone Lehre: 50, davon: - Vorbereitung auf die Lehrveranstaltung (Durcharbeiten des Studienheftes): 15 - Nachbereitung der Lehrveranstaltung: 15 - Vorbereitung auf die Prüfung: 20
ECTS und Gewichtung der Note in der Gesamtnote	2,66 ECTS-Punkte; Gewichtung: a) Studiengänge Wirtschaftswissenschaften 2,66/180 b) Studiengänge Volkswirtschaftslehre sowie Betriebswirtschaftslehre: 2,66/210

	c) Studiengang Wirtschaftspsychologie 2,5/210
Leistungsnachweis	Klausuranteil im Umfang von 30 Minuten
Semester	3. Semester
Häufigkeit des Angebots	Angebot jedes Studienjahr
Dauer	1 Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl etc.)	Pflichtmodul
Besonderes	

Modulname	Wirtschaftspsychologische Forschungsmethoden
Modulverantwortlicher/ Modulverantwortliche	Lenka Ďuranová
Qualifikationsziele	Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> - planen, entwickeln und evaluieren einen eigenen psychologischen Test, - erheben dafür eigenständig empirische Daten und werten diese aus, - konstruieren ein Untersuchungsdesign für die Testvalidierung, - dokumentieren das eigene Vorgehen nach wirtschaftspsychologischen Maßstäben und würdigen es kritisch.
Modulinhalte	Testkonstruktion Datenerhebung Item-, Reliabilitäts- und Faktorenanalyse mit Statistiksoftware
Lehrformen	seminaristische Vorlesung Kleingruppenarbeit Selbststudium
Voraussetzungen für die Teilnahme	Formale Voraussetzungen bestehen nicht. Empfehlenswert ist die erfolgreiche Teilnahme an den Modulen: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Statistik I und II ▪ Forschungsmethoden ▪ Diagnostik und differentielle Psychologie ▪ Grundlagen der Arbeits-, Organisations- und Wirtschaftspsychologie ▪ Personalpsychologie
Literatur/multimediale Lehr- und Lernprogramme	Skript Lehrbücher (vorzugsweise in der jeweils neuesten Auflage): <ul style="list-style-type: none"> - Bortz, J. & Schuster, C.: Statistik für Human- und Sozialwissenschaftler - Döring, N. & Bortz, J.: Forschungsmethoden und Evaluation in den Sozial- und Humanwissenschaften - Moosbrugger, H. & Kelava, A.: Testtheorie und Fragebogenkonstruktion - Schmidt-Atzert, L. & Amelang, M.: Psychologische Diagnostik - Sedlmeier, P. & Renkewitz, F.: Forschungsmethoden und Statistik. Für Psychologen und Sozialwissenschaftler
Lehrbriefautor	entfällt, da Vollzeitstudium
Verwendbarkeit	Dieses Modul ist ein Methodenfach im Bachelorstudiengang Wirtschaftspsychologie. Es bereitet vor bspw. auf: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Experimentalpraktikum ▪ Seminar Personalauswahl ▪ Wirtschaftspsychologische Fallstudien ▪ Bachelorarbeit
Arbeitsaufwand/ Gesamtworkload	Gesamtworkload: 150 Stunden, davon: <ul style="list-style-type: none"> ▪ synchrone Lehre: 60 (Präsenzstudium) ▪ asynchrone Lehre: 90, davon: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Vorbereitung auf die Lehrveranstaltung ▪ Nachbereitung der Lehrveranstaltung ▪ Vorbereitung auf die Prüfung
ECTS und Gewichtung der Note in der Gesamtnote	5 ECTS-Punkte Gewichtung: Studiengänge Wirtschaftspsychologie: 5/210
Leistungsnachweis	Klausur im Umfang von 60 Minuten (70 %) Referat (30 %)
Semester	4. Semester (SS)
Häufigkeit des Angebots	jedes Studienjahr
Dauer	ein Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflichtmodul
Besonderes	entfällt

4. Semester

Modulname	Grundlagen der Wirtschaftspolitik
Modulverantwortliche	Prof. Dr. Wiebke Störmann
Qualifikationsziele	<p>Die Studierenden sind in der Lage, die Qualifikationsziele folgender Lernzielkategorien zu erfüllen:</p> <p>1) Kennen: Die Studierenden sind in der Lage, - die Annahmen, den Aufbau und die Ergebnisse der grundlegenden ökonomischen Modelle im Bereich der Wirtschaftspolitik zu wiederholen - die für wirtschaftspolitische Themen relevanten institutionellen Strukturen zu identifizieren</p> <p>2) Verstehen: Die Studierenden sind in der Lage, - die effiziente Ausgestaltung von Wirtschaftspolitik zu klassifizieren - Wirtschaftspolitische Konzepte zu vergleichen - zentrale Zusammenhänge zwischen Wirtschaftspolitik und anderen Politikfeldern zu erkennen</p> <p>3) Anwenden: Die Studierenden sind in der Lage, - die Schlussfolgerungen aus den grundlegenden wirtschaftspolitischen Modellen auf die Realität zu übertragen - aktuelle Fragestellungen und Probleme der Wirtschaftspolitik auf der Basis wirtschaftspolitischer Theorien zu lösen</p> <p>4) Analysieren: Die Studierenden sind in der Lage, - volkswirtschaftliche Problemlagen zu strukturieren - Instrumente der Wirtschaftspolitik zu charakterisieren - die beteiligten Akteure sowie die bei ihnen entstehenden Effekte wirtschaftspolitischer Maßnahmen zu erfassen und zu charakterisieren - die Auswirkungen wirtschaftspolitischer Maßnahmen zu erfassen</p> <p>5) Bewerten: Die Studierenden sind in der Lage, - die bestehenden wirtschaftspolitischen Instrumente auf Effizienz und Effektivität zu überprüfen - Verbesserungspotenziale im Bereich der Wirtschaftspolitik zu ermitteln</p> <p>6) Synthetisieren: Die Studierenden sind in der Lage, - Vorschläge für wirtschaftspolitische Reformen zu entwerfen - Vorgehensweisen zu kreieren, die eine sachliche Diskussion über wirtschaftspolitische Fragestellungen ermöglichen - Empfehlungen für die Wirtschaftspolitik zu kreieren, die unter den gegebenen politökonomischen Rahmenbedingungen politisch durchsetzbar sind</p>
Modulinhalte	<p>Die Studierenden sind in der Lage, Wissen folgender Wissensarten zu erwerben:</p> <p>1) Faktenwissen: - Kenntnis einschlägiger Begriffe und Definitionen - Wissen über Kennzahlen im Zusammenhang mit Wirtschaftspolitik - Wissen über die Besonderheiten der Wirtschaftspolitik in Deutschland</p> <p>2) Begriffliches Wissen: - Kenntnis der begrifflichen Klassifikationen und Kategorien im Zusammenhang mit Wirtschaftspolitik - Kenntnisse über wichtige statistische Maßzahlen im Zusammenhang mit Wirtschaftspolitik - Kenntnisse theoretischer Modelle über die Wirkungsweise wirtschaftspolitischer Maßnahmen</p> <p>3) Verfahrenorientiertes Wissen: - analytisches Denken mit hohem Abstraktionsgrad, - Urteilsvermögen für die Lösung komplexer Problemlagen</p>

	<ul style="list-style-type: none"> - analytisches Denken bezüglich der Anreizkompatibilität von wirtschaftspolitischen Maßnahmen - Kenntnis von Methoden zur Problemlösungsfindung und zur Versachlichung von Diskussionen - Wissen über die Methode der Berechnung von statistischen Kennzahlen - kritisches Denkvermögen bezüglich der Aussagekraft statistischer Kennzahlen - Bewusstsein über die Bedeutung der politökonomischen Rahmenbedingungen <p>4) Metakognitives Wissen:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Fähigkeit, die algebraische und graphische „Sprache“ in die verbale Sprache zu „übersetzen“, - Wissen um die beschränkte Aussagekraft von Modellen, - Wissen um die Schwierigkeit, Diskussionen zu versachlichen - Wissen um die Schwierigkeit, ökonomisch optimale Lösungen in einer Umwelt mit zahlreichen politischen Restriktionen umzusetzen, - Wissen um die Mängel von Klassifizierungen, - Wissen um die Mängel von Induktionsschlüssen, <p>Inhaltsübersicht:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Einführung 2. Grundlagen der Wirtschaftspolitik <ol style="list-style-type: none"> 1.1 Allokationstheoretische Grundlagen 1.2 Grundlagen der politischen Ökonomie 3. Anwendungen der Wirtschaftspolitik <ol style="list-style-type: none"> 3.1. Fiskalpolitik 3.2. Wachstumspolitik 3.3. Geldpolitik 3.4. Arbeitsmarktpolitik 3.5. Wettbewerbspolitik
Lehrformen	<ul style="list-style-type: none"> - seminaristische Vorlesungen - betreute Übungen - hermeneutische Diskurse - mæeutische Diskurse - Diskussionen - studentische Vorträge - Selbststudium
Voraussetzungen für die Teilnahme	Formale Voraussetzungen bestehen nicht.
Literatur	Literatur: Grüner, Hans Peter (2021): Wirtschaftspolitik, Allokationstheoretische Grundlagen und politisch-ökonomische Analyse, 8. Auflage, Berlin u. a., Springer Gabler.
Arbeitsaufwand / Gesamtworkload	<p>gesamter Arbeitsaufwand: 150 Stunden, davon:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) synchrone Lehre: 60 (Präsenzstudium) 2) asynchrone Lehre: 90, davon: <ul style="list-style-type: none"> - Vorbereitung auf die Lehrveranstaltung (insbesondere Literaturstudium):30 - Nachbereitung der Lehrveranstaltung:15 - Vorbereitung auf die studienbegleitende Leistung (Referat):25 - Vorbereitung auf die Prüfung: 20
ECTS und Gewichtung der Note in der Gesamtnote	5 ECTS-Punkte Gewichtung: Studiengang Wirtschaftspsychologie: 5/210
Leistungsnachweis	<ul style="list-style-type: none"> - Klausur im Umfang von 60 Minuten (67%) - studienbegleitende Leistung in Form eines Referates (33%)
Semester	4. Semester
Häufigkeit des Angebots	jedes Studienjahr
Dauer	ein Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflichtmodul
Besonderes	entfällt

Modulname	Personalpsychologie
Modulverantwortlicher/ Modulverantwortliche	Lenka Ďuranová
Qualifikationsziele	Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> - kennen theoretische und methodische Grundlagen der Personalpsychologie, - verstehen die Relevanz psychologischer Grundlagen- und Methodenfelder für die wirtschaftspsychologische Anwendung, - analysieren Tätigkeitsanforderungen, - bewerten personalpsychologische Maßnahmen, - konstruieren personalpsychologische Maßnahmen unter Berücksichtigung des trimodalen Ansatzes der Eignungsdiagnostik, - handeln evidenzbasiert.
Modulinhalte	Arbeits- und Anforderungsanalyse Personalmarketing Eignungsdiagnostik Personalauswahl Personalentwicklung Personalführung Evaluation personalpsychologischer Arbeit
Lehrformen	seminaristische Vorlesung
Voraussetzungen für die Teilnahme	Formale Voraussetzungen bestehen nicht. Empfehlenswert ist die erfolgreiche Teilnahme an den Modulen: <ul style="list-style-type: none"> - Einführung in die Psychologie - Statistik I - Einführung in die Allgemeine Psychologie - Statistik II - Diagnostik und differentielle Psychologie - Grundlagen der Arbeits-, Organisations- und Wirtschaftspsychologie.
Literatur/multimediale Lehr- und Lernprogramme	Vorlesungsskript Schuler, H., & Kanning, U. P. (Hrsg.). (2014; vorzugsweise in der jeweils neuesten Auflage). Lehrbuch der Personalpsychologie. Göttingen: Hogrefe.
Lehrbriefautor	entfällt, da Vollzeitstudium
Verwendbarkeit	Dieses Modul ist ein Anwendungsfach im Bachelorstudiengang Wirtschaftspsychologie. Es bietet eine Grundlage für: <ul style="list-style-type: none"> - Seminar Personalentwicklung Es bereitet vor auf: <ul style="list-style-type: none"> - Wahlpflichtmodule Bereich „Wirtschaftspsychologie“, - Praxissemester, - Seminar Personalauswahl, - Wirtschaftspsychologische Fallstudien, - ggf. Bachelorarbeit.
Arbeitsaufwand/ Gesamtworkload	Gesamtworkload: 150 Stunden, davon: <ul style="list-style-type: none"> - synchrone Lehre: 60 (Präsenzstudium) - asynchrone Lehre: 90, davon: <ul style="list-style-type: none"> - Vorbereitung auf die Lehrveranstaltung (insbesondere Literaturstudium) - Nachbereitung der Lehrveranstaltung - Vorbereitung auf die Prüfung
ECTS und Gewichtung der Note in der Gesamtnote	5 ECTS-Punkte Gewichtung: Studiengang Wirtschaftspsychologie: 5/210
Leistungsnachweis	Klausur im Umfang von 60 Minuten (70 %) Referat (30 %)
Semester	4. Semester (SS)
Häufigkeit des Angebots	jedes Studienjahr
Dauer	ein Semester

Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflichtmodul
Besonderes	entfällt

Modulname	Seminar Personalauswahl
Modulverantwortlicher/ Modulverantwortliche	Lisa Marx
Qualifikationsziele	Die Studierenden sind in der Lage, wissenschaftliche und methodische Grundlagen der Personalauswahl zu erfassen und kritisch zu hinterfragen. Sie sind befähigt, Verfahren der Personalauswahl anzuwenden und fundierte Selektionsentscheidungen zu treffen.
Modulinhalte	<ul style="list-style-type: none"> - Personalbeschaffungsprozesse - Anforderungsanalyse - Person-Job-Fit - Erfassung von Personenmerkmalen - Evaluierung diagnostischer Verfahren- insbesondere standardisierter psychologischer Testverfahren - Testverfahren in der praktischen Anwendung - Evaluierung gesamt diagnostischer Strategien
Lehrformen	<ul style="list-style-type: none"> - Frontalunterricht - Übungen - Diskussionen - Selbststudium - Referate
Voraussetzungen für die Teilnahme	Formale Voraussetzungen bestehen nicht. Insbesondere Kenntnisse folgender Pflichtmodule werden vorausgesetzt: <ul style="list-style-type: none"> - Differentielle Psychologie und Diagnostik
Literatur/ multimediale Lehr- und Lernprogramme	<p>Möglichst in der jeweils aktuellen Auflage:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Schmidt-Atzert, L., Krumm, S. & Amelang, M.: <i>Psychologische Diagnostik</i> - Schuler, H. & Kanning, U. P.: <i>Lehrbuch der Personalpsychologie</i> - Obermann, C.: <i>Assessment Center. Entwicklung, Durchführung, Trends</i> - Kraus, E. D.: <i>Personalauswahl. Die wichtigsten diagnostischen Verfahren für das Human Resource Management</i> - Kanning, U. P.: <i>Personalauswahl zwischen Anspruch und Wirklichkeit. Eine wirtschaftspsychologische Analyse.</i> <p>Ausgewählte Testverfahren inkl. Handbuch sowie Aufgaben- und Instruktionsmaterial der Testothek der Hochschule Schmalkalden</p>
Verwendbarkeit	<p>Dieses Modul ist ein Anwendungsfach im Bachelorstudiengang Wirtschaftspsychologie</p> <p>Es bietet eine Vertiefung für:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Personalpsychologie <p>Es bereitet vor auf:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Praxissemester, - Personalentwicklung - Wirtschaftspsychologische Fallstudien, - ggf. Bachelorarbeit,
Arbeitsaufwand/ Gesamtworkload	<p>gesamter Arbeitsaufwand: 150 Stunden, davon:</p> <p>1) synchrone Lehre: 60 (Präsenzstudium)</p> <p>2) asynchrone Lehre: 90, davon:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Vorbereitung auf die Lehrveranstaltung (insbesondere Literaturstudium): - Nachbereitung der Lehrveranstaltung: - Vorbereitung auf die Prüfungsleistung
ECTS und Gewichtung der Note in der Gesamtnote	5 ECTS-Punkte; 5/210
Leistungsnachweis	Referat (100%)
Semester	6. Semester
Häufigkeit des Angebots	jedes Studienjahr
Dauer	1 Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflichtmodul
Besonderes	

Modulname	Wirtschaftsrecht
Modulverantwortlicher/ Modulverantwortliche	Prof. Dr. Manfred Herbert
Qualifikationsziele	Die Studierenden erarbeiten sich grundlegende Kenntnisse unseres Rechtssystems, des bürgerlichen Rechts, des Handels- und Gesellschaftsrechts sowie des Arbeits- und Lauterkeitsrechts, üben die juristischen Methoden ein, entwickeln ein Verständnis für wichtige wirtschaftsrelevante Rechtsbereiche und die Kompetenz, einschlägige Rechtsprobleme zu analysieren und zu lösen.
Modulinhalte	<p>A. Grundlagen des Wirtschaftsrechts</p> <p>I. Begriff des Rechts und Rechtsquellen II. Privatrecht und öffentliches Recht III. Durchsetzung des Rechts IV. Überblick über das Recht der Europäischen Union V. Juristisches Recherchieren</p> <p>B. Bürgerliches Recht</p> <p>I. Grundlagen II. Rechtssubjekte und Rechtsobjekte III. Vertragsrecht IV. Überblick über das Delikts- und Schadensrecht V. Grundbegriffe des Sachenrechts</p> <p>C. Überblick über das Handels- und Gesellschaftsrecht</p> <p>I. Begriff des Kaufmanns II. Handelsregister III. Firma IV. Prokura VI. Grundlagen Personengesellschaften und Körperschaften</p> <p>D. Arbeitsrecht</p> <p>I. Grundlagen II. Begründung von Arbeitsverhältnissen III. Durchführung von Arbeitsverhältnissen IV. Beendigung von Arbeitsverhältnissen V. Überblick über das Kollektivarbeitsrecht VI. Überblick über das Arbeitsschutzrecht</p> <p>E. Lauterkeitsrecht</p> <p>I. Grundlagen II. Tatbestände unlauterer geschäftlicher Handlungen III. Unzumutbare Belästigungen IV. Rechtsfolgen unlauteren Wettbewerbs V. Verfolgung von Wettbewerbsverstößen VI. Überblick über den gewerblichen Rechtsschutz</p>
Lehrformen	<ul style="list-style-type: none"> - seminaristische Vorlesungen - Diskussionen - Selbststudium
Voraussetzungen für die Teilnahme	Formale Voraussetzungen bestehen nicht. Es werden keine Kenntnisse vorausgesetzt.
Literatur/ multimediale Lehr-und Lernprogramme	Empfohlene Gesetzessammlungen (jeweils in der neuesten Auflage): <ul style="list-style-type: none"> - Bürgerliches Gesetzbuch (Beck Texte im dtv) - Arbeitsgesetze (Beck Texte im dtv) - Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (aktuelle Gesetze)

	<p>Literatur (vorzugsweise in der jeweils neuesten Auflage):</p> <p>zu A.:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Model, O. u. a., Staatsbürgertaschenbuch - Robbers, G., Einführung in das deutsche Recht <p>zu B. und C.:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Fühlich, E., Wirtschaftsprivatrecht - Müssig, P., Wirtschaftsprivatrecht <p>zu D.:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Senne, P., Arbeitsrecht - Wörten, R./Kokemoor, A., Arbeitsrecht <p>zu E.:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Lettl, T., Lauterkeitsrecht - Peifer, K.-N., Lauterkeitsrecht
Verwendbarkeit	Dieses Modul ist auch für andere Studiengänge der Hochschule Schmalkalden geeignet.
Arbeitsaufwand/ Gesamtworkload	<p>gesamter Arbeitsaufwand: 150 Stunden, davon:</p> <p>1) synchrone Lehre: 60 (Präsenzstudium)</p> <p>2) asynchrone Lehre: 90, davon:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Vorbereitung auf die Lehrveranstaltung (insbesondere Literaturstudium): 30 - Nachbereitung der Lehrveranstaltung: 30 - Vorbereitung auf die Prüfung: 30
ECTS und Gewichtung der Note in der Gesamtnote	5 ECTS-Punkte; 5/210
Leistungsnachweis	Klausur im Umfang von 60 Minuten (100%)
Semester	4. Semester
Häufigkeit des Angebots	jedes Studienjahr
Dauer	1 Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflichtmodul
Besonderes	

5. Semester

Modulname	Praxissemester
Modulverantwortlicher/ Modulverantwortliche	je nach Themenbereich
Qualifikationsziele	<ul style="list-style-type: none"> - Fachliche Kompetenzen: Die Studierenden können im Studium vermittelte fachliche, soziale und ggf. interkulturelle Fähigkeiten und Fachkenntnisse auf konkrete Fragestellungen in einem Wirtschaftsunternehmen im In- oder Ausland übertragen und anwenden. Die Studierenden können gesammelte Erfahrungen des Studiums in der praktischen Anwendung bewerten und Ihre eigenen Fähigkeiten im Fachgebiet realistisch einschätzen - überfachliche Kompetenzen: Die Studierenden erproben mögliche Berufsfelder und präzisieren ihre beruflichen Vorstellungen und Karrierepläne. Sie reflektieren darüber hinaus ihre Teamfähigkeit und erweitern ihre Fähigkeiten im Umgang mit neuen, beruflich relevanten Situationen. Mit der Erstellung des Praxisberichts können die Studierenden ein komplexes Themengebiet schriftlich aufarbeiten und strukturiert darstellen. - Methodenkompetenz: Die Studierenden sind in der Lage, ihr durch das Studium erworbene Wissen sowie ihr methodisches Vorgehen in einem praktischen Umfeld einzusetzen und anzuwenden.
Modulinhalte	Kennenlernen der berufspraktischen Aufgaben
Lehrformen	
Voraussetzungen für die Teilnahme	Erreichen von mindestens 80 ECTS-Kreditpunkten
Literatur/ multimediale Lehr- und Lernprogramme	
Lehrbriefautor/en	
Verwendbarkeit	
Arbeitsaufwand/ Gesamtworkload	900 Stunden
ECTS und Gewichtung der Note in der Gesamtnote	30 ECTS-Punkte Gewichtung: 30/210
Leistungsnachweis	Praktikumsbericht
Semester	5. Semester
Häufigkeit des Angebots	
Dauer	20 Wochen
Art der Lehrveranstaltung	Pflichtmodul
Besonderes	

6. Semester

Modulname	Seminar Konsumentenpsychologie
Modulverantwortlicher / Modulverantwortliche	Robin Hau
Qualifikationsziele	Die Studierenden sind in der Lage, theoretisches Wissen über Konsumentenpsychologie praktisch anzuwenden.
Modulinhalte	<ul style="list-style-type: none"> - Psychische Determinanten des Konsumentenverhaltens - Umweltdeterminanten des Konsumentenverhaltens - Praktische Bedeutung psychologischer Konsumenten-Theorien - Anwendung theoretischen Wissens auf konkretes Praxisprojekt
Lehrformen	<ul style="list-style-type: none"> - Referate - Diskussion vorgegebener Literatur - Selbststudium - Projektarbeit
Voraussetzungen für die Teilnahme	Formale Voraussetzungen bestehen nicht.
Literatur / multimediale Lehr- und Lernprogramme	Kroeber-Riel W., Gröppel-Klein A.: Konsumentenverhalten, Vahlen Foscht P., Swoboda P.: Käuferverhalten, Gabler Solomon M.R. et al.: Konsumentenverhalten, Pearson Felser, G.: Werbe- und Konsumentenpsychologie, Springer Brinkmann, R. (Hrsg.): Angewandte Wirtschaftspsychologie, Pearson
Lehrbriefautor	entfällt, da Vollzeitstudium
Verwendbarkeit	Dieses Modul ist Teil der des Faches Wirtschaftspsychologie
Arbeitsaufwand / Gesamtworkload	<p>gesamter Arbeitsaufwand: 150 Stunden, davon:</p> <p>1) synchrone Lehre: 60 (Präsenzstudium)</p> <p>2) asynchrone Lehre: 90, davon:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Vorbereitung auf die Lehrveranstaltung (insbesondere Literaturstudium): - Nachbereitung der Lehrveranstaltung: - Vorbereitung auf die Prüfung:
ECTS und Gewichtung der Note in der Gesamtnote	5 ECTS-Punkte; Gewichtung: a) Studiengänge Wirtschaftspsychologie: 5/210
Leistungsnachweis	Referate
Semester	4. Semester
Häufigkeit des Angebots	jedes Studienjahr
Dauer	1 Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl etc.)	Pflichtmodul
Besonderes	

Modulname	Seminar Personalentwicklung
Modulverantwortlicher/ Modulverantwortliche	Lenka Ďuranová
Qualifikationsziele	Die Studierenden ermitteln den Entwicklungsbedarf und konstruieren Maßnahmen der Personalentwicklung.
Modulinhalte	<p>Person-Job-Fit Kompetenzmodell Potenzialanalyse (z. B. Testverfahren, Biografisches Interview, Situatives Interview, Rollenspiel, Beobachtung, Gruppendiagnostik, Arbeitsprobe, Fallstudie, Leistungsbeurteilung, 360° Feedback) Diagnose des Entwicklungsbedarfs Personalentwicklungsmaßnahmen (z. B. Development Center, Behavior Modeling, Mitarbeitergespräch, Feedback, Coaching, Mentoring) Trainingsevaluation</p>
Lehrformen	Seminar
Voraussetzungen für die Teilnahme	<p>Formale Voraussetzungen bestehen nicht.</p> <p>Empfehlenswert ist die erfolgreiche Teilnahme an den Modulen:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Forschungsmethoden - Einführung in die Psychologie - Statistik I - Einführung in die Allgemeine Psychologie - Statistik II - Diagnostik und differentielle Psychologie - Grundlagen der Arbeits-, Organisations- und Wirtschaftspsychologie.
Literatur/multimediale Lehr- und Lernprogramme	Wird in der ersten Lehrveranstaltung bekannt gegeben.
Lehrbriefautor	entfällt, da Vollzeitstudium
Verwendbarkeit	<p>Dieses Modul ist ein Anwendungsfach im Bachelorstudiengang Wirtschaftspsychologie.</p> <p>Es bietet eine Vertiefung für:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Personalpsychologie <p>Es bereitet vor auf:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Praxissemester, - ggf. Wirtschaftspsychologische Fallstudien, - ggf. Bachelorarbeit.
Arbeitsaufwand/ Gesamtworkload	<p>Gesamtworkload: 150 Stunden, davon:</p> <ul style="list-style-type: none"> - synchrone Lehre: 60 (Präsenzstudium) - asynchrone Lehre: 90, davon: <ul style="list-style-type: none"> - Vorbereitung auf die Lehrveranstaltung (insbesondere Literaturstudium) - Nachbereitung der Lehrveranstaltung - Vorbereitung auf die Prüfung
ECTS und Gewichtung der Note in der Gesamtnote	<p>5 ECTS-Punkte</p> <p>Gewichtung: Studiengänge Wirtschaftspsychologie: 5/210</p>
Leistungsnachweis	Referat (100 %)
Semester	6. Semester (WS)
Häufigkeit des Angebots	jedes Studienjahr
Dauer	ein Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflichtmodul
Besonderes	entfällt

Modulname	Seminar Wirtschaftspsychologische Fallstudien I
Modulverantwortlicher/ Modulverantwortliche	Lenka Ďuranová
Qualifikationsziele	Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> ▪ wenden theoretisches sowie evidenzbasiertes Wissen der Arbeits- und Organisationspsychologie auf betriebliche Fragestellungen an, ▪ konzipieren, planen und führen Arbeitsanalysen sowie Organisationsdiagnosen durch und leiten daraus praktische Handlungsbedarfe ab, ▪ konzipieren, planen, durchführen, evaluieren und optimieren organisationale Interventionen, ▪ arbeiten gemeinsam im Team, ▪ präsentieren ihre wissenschaftlichen Arbeitsergebnisse zielgruppenorientiert, ▪ würdigen die eigene Arbeit kritisch.
Modulinhalte	Herausforderungen der Arbeits- und OrganisationspsychologInnen Theorie-Praxis-Transfer Unternehmensakquise Auftragsklärung Bedarfsanalyse Organisationale Intervention Evaluation der Wirksamkeit Feldstudie Maßnahmenoptimierung Unternehmenspräsentation
Lehrformen	Seminar Kleingruppenarbeit Fallarbeit Diskussionen im Plenum Präsentationen Selbststudium
Voraussetzungen für die Teilnahme	Empfehlenswert ist die erfolgreiche Teilnahme an den Modulen: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Forschungsmethoden, ▪ Statistik I, ▪ Statistik II, ▪ Wirtschaftspsychologische Forschungsmethoden, ▪ Grundlagen der Arbeits-, Organisations- und Wirtschaftspsychologie, ▪ Personalpsychologie.
Literatur/multimediale Lehr- und Lernprogramme	ISBN 978-3-662-56666-4 ISBN 978-3-642-41088-8 ISBN 978-3-86894-359-7 Weitere Literatur wird in der Lehrveranstaltung bekannt gegeben.
Lehrbriefautor	entfällt, da Vollzeitstudium
Verwendbarkeit	Dieses Modul ist ein Anwendungsfach im Bachelorstudiengang Wirtschaftspsychologie. Es steht mit folgenden Modulen desselben Studiengangs in einem besonders engen Zusammenhang: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Forschungsmethoden, ▪ Statistik II, ▪ Wirtschaftspsychologische Forschungsmethoden, ▪ Grundlagen der Arbeits-, Organisations- und Wirtschaftspsychologie, ▪ Personalpsychologie, ▪ Experimentalpraktikum ▪ Seminar Arbeitspsychologie 5.0. Dieses Modul bereitet vor auf die Bachelorarbeit.
Arbeitsaufwand/ Gesamtworkload	Gesamtworkload: 150 Stunden, davon: <ul style="list-style-type: none"> ▪ synchrone Lehre: 60 (Präsenzstudium),

	<ul style="list-style-type: none"> ▪ asynchrone Lehre: 90 (Vorbereitung & Nachbereitung der Lehrveranstaltung, Prüfungsvorbereitung).
ECTS und Gewichtung der Note in der Gesamtnote	5 ECTS-Punkte Gewichtung: Studiengang Wirtschaftspsychologie: 5/210
Leistungsnachweis	Aktive Teilnahme Präsentation
Semester	6. Semester
Häufigkeit des Angebots	jedes Studienjahr
Dauer	ein Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflichtmodul
Besonderes	entfällt

Modulname	Seminar Wirtschaftspsychologische Fallstudien II
Modulverantwortlicher/ Modulverantwortliche	Lisa Marx
Qualifikationsziele	<ul style="list-style-type: none"> - Aufbauend auf dem Wissen aus den psychologischen Fächern werden die Studierenden befähigt, dieses Wissen in Fallstudien anzuwenden. - Die Studierenden vertiefen ihre wirtschaftspsychologische Fachkompetenz bezogen auf ein selbst gewähltes Anwendungsgebiet. - Zudem eignen sie sich methodische Kompetenzen zum Beratungsprozess an und erwerben soziale Kompetenzen im Umgang mit Beratungskontexten. Die Studierenden können Verantwortung im Team übernehmen.
Modulinhalte	<ul style="list-style-type: none"> - Entwicklung und Analyse wirtschaftspsychologischer Fallfragestellungen nach persönlichem Interessensschwerpunkt der Teilnehmer mit anschließender Projektplanung - Ableitung psychologischer Hypothesen, möglicher Datenerhebungs- und Analysemethoden sowie Vorauswahl geeigneter Testverfahren; Planung und Vorbereitung der Datenerhebung - Tools zur Unterstützung der Datenerhebung in wirtschaftspsychologischen Projekten - Evaluation von kreativitätsförderlichen Arbeitstechniken in der Zusammenarbeit von Teams - Wichtige Aspekte der Ergebnisverschriftlichung von wirtschaftspsychologischen Projekten
Lehrformen	<ul style="list-style-type: none"> - Frontalunterricht - Übung - Diskussionen - Kleingruppenarbeit - Selbststudium
Voraussetzungen für die Teilnahme	Formale Voraussetzungen bestehen nicht.
Literatur/ multimediale Lehr- und Lernprogramme	<p>Vordergründig:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Arbeit mit aktuellen wirtschaftspsychologischen empirischen Studien, Übersichtsarbeiten und Metaanalysen <p>Unterstützend/ begleitend (bevorzugt in der jeweils aktuellen Auflage):</p> <ul style="list-style-type: none"> - Deutsche Gesellschaft für Psychologie: Richtlinien zur Manuskriptgestaltung - Buchreihe: Praxis der Personalpsychologie (Hogrefe Verlag)
Verwendbarkeit	<p>Dieses Modul steht mit folgenden Modulen desselben Studiengangs in einem besonders engen Zusammenhang:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Grundlagen der Sozialpsychologie - Forschungsmethoden - Grundlagen der Arbeits- und Organisations- und Wirtschaftspsychologie
Arbeitsaufwand/ Gesamtworkload	<p>gesamter Arbeitsaufwand: 150 Stunden, davon:</p> <p>1) synchrone Lehre: 60 (Präsenzstudium)</p> <p>2) asynchrone Lehre: 90, davon:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Vorbereitung auf die Lehrveranstaltung (insbesondere Literaturstudium) - Nachbereitung der Lehrveranstaltung - Vorbereitung auf die Prüfungsleistung
ECTS und Gewichtung der Note in der Gesamtnote	5 ECTS-Punkte 5/210
Leistungsnachweis	Präsentation (100%)
Semester	6. Semester
Häufigkeit des Angebots	jedes Studienjahr
Dauer	1 Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflichtmodul
Besonderes	

7. Semester

Modulname	Seminar Wirtschaftspsychologische Fallstudien III - Vertiefung Personalpsychologie
Modulverantwortlicher/ Modulverantwortliche	Lisa Marx
Qualifikationsziele	<ul style="list-style-type: none"> - Aufbauend auf dem Wissen aus den psychologischen Fächern werden die Studierenden befähigt, dieses Wissen in Fallstudien anzuwenden. - Die Studierenden vertiefen ihre wirtschaftspsychologische Fachkompetenz bezogen auf das Anwendungsgebiet Personal- und Persönlichkeitspsychologie - Zudem eignen sie sich methodische Kompetenzen zum diagnostischen Prozess an und erwerben soziale Kompetenzen im Umgang mit Beratungskontexten. - Die Studierenden können Verantwortung im Team übernehmen. Sie können Fallstudien in einem Team bearbeiten.
Modulinhalte	<p>Inhaltsverzeichnis:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Auftragsklärung mit Auftraggebern - Übersetzung von Aufträgen in Psychologische Fragestellungen (Hypothesenbildung) - Entwicklung von Anforderungsprofilen für arbeitspsychologische Einzelfallfragestellungen - Entwicklung von Untersuchungsplänen inkl. Verfahrensauswahl - Entscheidungsorientierte Gesprächsführung - Erstellung von halbstandardisierten Interviewleitfäden - Urteilsverzerrungen im diagnostischen Prozess - Aggregation von Einzelbefunden und diagnostische Urteilsbildung - Verschriftlichung von Fallstudienenergebnissen in psychologischen Gutachten
Lehrformen	<ul style="list-style-type: none"> - Seminaristische Vorlesung - Betreute Übungen - Kleingruppenarbeit - Selbststudium - Peercoaching mit Videofeedback - Anwendung von Psychologischen Testverfahren
Voraussetzungen für die Teilnahme	Formale Voraussetzungen bestehen nicht. Empfohlen wird die erfolgreiche Teilnahme an folgenden Modulen: Diagnostik und Differentielle Psychologie, Personalpsychologie, Personalauswahl
Literatur/ multimediale Lehr- und Lernprogramme	<ul style="list-style-type: none"> - Amelang/ Schmitz-Atzert: Psychologische Diagnostik (in der jeweils aktuellen Auflage) - Westhoff und Kluck: Psychologische Gutachten (in der jeweils aktuellen Auflage)
Verwendbarkeit	<p>Dieses Modul steht mit folgenden Modulen desselben Studiengangs in einem besonders engen Zusammenhang:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Personalpsychologie
Arbeitsaufwand/ Gesamtworkload	<p>gesamter Arbeitsaufwand: 150 Stunden, davon:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) synchrone Lehre: 60 (Präsenzstudium) 2) asynchrone Lehre: 90, davon: <ul style="list-style-type: none"> - Vorbereitung auf die Lehrveranstaltung (insbesondere Literaturstudium) - Nachbereitung der Lehrveranstaltung - Vorbereitung, Planung und Durchführung einer wirtschaftspsychologischen Einzelfallstudie - Erstellung eines Gutachtens
ECTS und Gewichtung der Note in der Gesamtnote	5 ECTS-Punkte 5/210
Leistungsnachweis	Präsentation, Wissenschaftlicher Bericht (100%)
Semester	7. Semester
Häufigkeit des Angebots	jedes Studienjahr
Dauer	1 Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflichtmodul
Besonderes	

**Wahlpflichtbereich
Wirtschaftspsychologie**

Modulname	Seminar Arbeitspsychologie 5.0
Modulverantwortlicher/ Modulverantwortliche	Lenka Ďuranová
Qualifikationsziele	Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> ▪ verstehen den Einfluss der Automatisierung und Digitalisierung auf Beschäftigte, ▪ sind vertraut mit den Herausforderungen bei der Technologieeinführung in Organisationen, ▪ konstruieren und wenden arbeitsanalytische Methoden praktisch an, ▪ sind in der Lage, das evidenzbasierte Wissen in der organisationalen Praxis zu implementieren.
Modulinhalte	Arbeitsanalyse, -bewertung: Arbeit ohne/mit Cobots (sog. kollaborative Roboter) und in der virtuellen Realität Evidenzbasierte Wissensarbeit – bspw. Herausforderungen und Potenziale von Citavi & ChatGPT Technologieakzeptanzmodelle: Messung, theoretische Grundlagen und empirische Evidenz Arbeitsgestaltung 5.0
Lehrformen	Seminar Selbsterfahrung (Arbeitssimulation) Arbeitsanalysen Exkursion Kleingruppenarbeit Übungen Fallstudien Präsentationen Diskussionen im Plenum
Voraussetzungen für die Teilnahme	Formale Voraussetzungen bestehen nicht. Empfehlenswert ist die erfolgreiche Teilnahme an den Modulen: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Forschungsmethoden, ▪ Statistik I, ▪ Statistik II, ▪ Diagnostik und differentielle Psychologie, ▪ Grundlagen der Arbeits-, Organisations- und Wirtschaftspsychologie, ▪ Personalpsychologie.
Literatur/multimediale Lehr- und Lernprogramme	Literatur wird in der Lehrveranstaltung bekannt gegeben.
Lehrbriefautor	entfällt, da Vollzeitstudium
Verwendbarkeit	Dieses Modul ist ein Anwendungsfach im Bachelorstudiengang Wirtschaftspsychologie. Es bietet Ergänzungen zu parallelen Modulen/bereitet ggf. vor auf: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Praxissemester, ▪ Experimentalpsychologisches Praktikum, ▪ Wirtschaftspsychologische Fallstudien, ▪ Bachelorarbeit.
Arbeitsaufwand/ Gesamtworkload	Gesamtworkload: 150 Stunden, davon: <ul style="list-style-type: none"> ▪ synchrone Lehre: 60 (Präsenzstudium), ▪ asynchrone Lehre: 90 (Nachbereitung der Lehrveranstaltung & Prüfungsvorbereitung).
ECTS und Gewichtung der Note in der Gesamtnote	5 ECTS-Punkte Gewichtung: Studiengang Wirtschaftspsychologie: 5/210
Leistungsnachweis	Aktive Teilnahme am Seminar Präsentation
Semester	4.-7. Semester
Häufigkeit des Angebots	jedes Studienjahr
Dauer	ein Semester

Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl, etc.)	Wahlpflichtmodul
Besonderes	entfällt

Modulname	Seminar Gesundheitspsychologie und Betriebliches Gesundheitsmanagement
Modulverantwortlicher / Modulverantwortliche	Robin Hau
Qualifikationsziele	Die Studierenden kennen empirische Befunde zu den Themen der Gesundheitspsychologie. Sie kennen Prozesse, übliche Maßnahmen des betrieblichen Gesundheitsmanagements und sind in der Lage, diese kritisch zu bewerten
Modulinhalte	<ul style="list-style-type: none"> - Gesundheitliche Auswirkungen von <ul style="list-style-type: none"> - Ernährung - körperlicher Aktivität - Arbeit - Psychische Konsequenzen intakter und eingeschränkter Gesundheit - Psychologische Schwierigkeiten und Lösungsansätze für gesundheitsförderliches Verhalten - Betriebliche Maßnahmen zur Gesundheitsförderung - Interventionsstrategien
Lehrformen	<ul style="list-style-type: none"> - Referate - Diskussion vorgegebener Literatur - Selbststudium - Anwendungsnahe Übungen
Voraussetzungen für die Teilnahme	Formale Voraussetzungen bestehen nicht.
Literatur / multimediale Lehr- und Lernprogramme	Brinkmann – Angewandte Gesundheitspsychologie Von Studenten zu recherchierende Literatur
Lehrbriefautor	entfällt, da Vollzeitstudium
Verwendbarkeit	Dieses Modul ist Teil der des Faches Wirtschaftspsychologie
Arbeitsaufwand / Gesamtworkload	<p>gesamter Arbeitsaufwand: 150 Stunden, davon:</p> <p>1) synchrone Lehre: 60 (Präsenzstudium)</p> <p>2) asynchrone Lehre: 90, davon:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Vorbereitung auf die Lehrveranstaltung (insbesondere Literaturstudium): - Nachbereitung der Lehrveranstaltung: - Vorbereitung auf die Prüfung:
ECTS und Gewichtung der Note in der Gesamtnote	5 ECTS-Punkte; Gewichtung: a) Studiengänge Wirtschaftspsychologie: 5/210
Leistungsnachweis	Referate
Semester	1.-7. Semester
Häufigkeit des Angebots	jedes Studienjahr
Dauer	1 Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl etc.)	Wahlpflichtmodul
Besonderes	

Modulname	Seminar Klinische Psychologie
Modulverantwortlicher/ Modulverantwortliche	Lenka Ďuranová
Qualifikationsziele	Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> ▪ sind vertraut mit grundlegenden Kenntnissen zu Epidemiologie, Ätiologie, Klassifikation, Diagnostik und Therapie von ausgewählten psychischen Störungen mit hoher Relevanz für die Arbeitswelt, ▪ können die Behandlungsansätze der sozialrechtlich anerkannten Therapieverfahren differenzieren, ▪ sind in der Lage, einige grundlegende Diagnostik- und Beratungs-Methoden zu reflektieren, ▪ sind vertraut mit Entwicklungen der Digitalisierung in Gesundheitsversorgung und Prävention von psychischen Erkrankungen, ▪ können klinische Psychologie in der wirtschaftspsychologischen Praxis anwenden.
Modulinhalte	Klassifikationssysteme Depressive Störungen Angststörungen Persönlichkeitsstile und Persönlichkeitsstörungen Belastungsstörungen Sucht- und Abhängigkeitsstörungen Gesundheitsversorgung in Deutschland Ausgewählte Psychotherapieverfahren E-Mental Health und Videoberatung Internet- und mobilbasierte Interventionen (IMIs) Trainings soziale und emotionaler Kompetenzen Stressbewältigung Prävention
Lehrformen	Seminar Selbsterfahrung (z. B. Rollenspiele, Selbsttests) Kleingruppenarbeit Übungen Praxisübungen (z. B. Entspannungsverfahren) Fallstudien Präsentationen Diskussionen im Plenum Selbststudium
Voraussetzungen für die Teilnahme	Erwartet wird die Wissensanwendung aus den Vorlesungen: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Forschungsmethoden, ▪ Statistik I, ▪ Statistik II, ▪ Diagnostik und differentielle Psychologie, ▪ Grundlagen der Arbeits-, Organisations- und Wirtschaftspsychologie, ▪ Personalpsychologie, ▪ Konsumentenpsychologie.
Literatur/multimediale Lehr- und Lernprogramme	Literatur wird in der Lehrveranstaltung bekannt gegeben.
Lehrbriefautor	entfällt, da Vollzeitstudium
Verwendbarkeit	Dieses Modul ist ein Anwendungsfach im Bachelorstudiengang Wirtschaftspsychologie. Es bietet Ergänzungen zu parallelen Modulen/bereitet ggf. vor auf: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Praxissemester, ▪ Wirtschaftspsychologische Fallstudien, ▪ Bachelorarbeit.
Arbeitsaufwand/ Gesamtworkload	Gesamtworkload: 150 Stunden, davon: <ul style="list-style-type: none"> ▪ synchrone Lehre: 60 (Präsenzstudium), ▪ asynchrone Lehre: 90 (Nachbereitung der Lehrveranstaltung & Prüfungsvorbereitung).

ECTS und Gewichtung der Note in der Gesamtnote	5 ECTS-Punkte Gewichtung: Studiengang Wirtschaftspsychologie: 5/210
Leistungsnachweis	Aktive Teilnahme am Seminar Präsentation
Semester	4.-7. Semester
Häufigkeit des Angebots	jedes Studienjahr
Dauer	ein Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl, etc.)	Wahlpflichtmodul

Wahlpflichtbereich
BWL - Bereiche

Modulname	Lean Production
Modulverantwortlicher / Modulverantwortliche	Prof. Dr. Michael Dornieden
Qualifikationsziele	<p>Die Studierenden sind in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> - die Relevanz neuer Werkstoffe und Produktionstechnologien für die Endprodukthersteller zu erläutern, - die Modellannahmen jüngerer Produktionsfunktionen zu strukturieren, - die Eigenschaftsmerkmale moderner Serienproduktionsprozesse zu testen, - die wesentlichen Prinzipien und Zielsetzungen des Lean Production Konzepts zu erläutern, - weiterführende Maßnahmen für einen geeigneten Transfer japanischer Lean Production-Elemente auf westliche Hersteller zu entwerfen, - die Notwendigkeit flexibler Fertigungssysteme für die moderne Produktion zu erfassen, - die Effektivität der Strategien zur Standardisierung von Bauteilen in der Praxis zu illustrieren, - Vorschläge für die Übertragbarkeit der automobilen Modulstrategie auf andere Branchen zu entwerfen, - den Paradigmenwechsel in der Produktion infolge von „Industrie 4.0“ zu bewerten, - Vorgehensweisen zu kreieren, die eine sachliche Diskussion über mögliche Folgewirkungen von „Industrie 4.0“ für die Stakeholder ermöglicht, - die verschiedenen Nutzendimensionen von Mensch Roboter Kollaboration-Systemen in der Fertigung zu illustrieren - mittelfristige und langfristige Anforderungen an zukünftige Mensch-Roboter-Kollaboration-Systeme zu konstruieren
Modulinhalte	<p>Die Studierenden sind in der Lage, Wissen folgender Wissensarten zu erwerben:</p> <p>1) Faktenwissen:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Überblick über die Eigenschaftsmerkmale moderner Serienproduktionsprozesse, - Überblick über die wesentlichen Prinzipien und Zielsetzungen des Lean Production Konzepts <p>2) Begriffliches Wissen:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Verallgemeinerungen von Erkenntnissen zur Relevanz neuer Werkstoffe und Produktionstechnologien für die Endprodukthersteller, - Klassifikation von Entstehungsgründen und Grundprinzipien der Modulstrategie, - Verallgemeinerungen von Erkenntnissen über die Effektivität der Strategien zur Standardisierung von Bauteilen, - Verallgemeinerungen von Erkenntnissen über den Paradigmenwechsel in der Produktion infolge von „Industrie 4.0“, - Klassifikation verschiedener Nutzendimensionen von Mensch Roboter Kollaboration-Systemen in der Fertigung <p>3) Verfahrenorientiertes Wissen:</p> <ul style="list-style-type: none"> - analytisches Denken mit hohem Abstraktionsgrad, - Urteilsvermögen für die Lösung von komplexen produktionswirtschaftlichen Fragestellungen, - kritisches Denkvermögen bezüglich der Aussagekraft produktionswirtschaftlicher Kennzahlen, - Empathie für kulturbedingt unterschiedliche Produktionssysteme

	<p>4) Metakognitives Wissen: - Wissen um die beschränkte Aussagekraft von Produktionsfunktionen, - Wissen um die Schwierigkeit, produktionswirtschaftlich optimale Lösungen in einer Umwelt mit zahlreichen technischen, politischen und sozialen Restriktionen umzusetzen</p> <p>Inhaltsübersicht:</p> <p>A Grundlagen 1 Bedeutungswandel der Produktion 2 Theoretische Grundlagen der Serienproduktion</p> <p>B Lean Production und Lean Management 1 Elemente und konzeptioneller Gestaltungsrahmen 2 Integration der Produktionsplanung und -steuerung 3 Ausgewählte Strategien 4 Vergleich betrieblicher Produktionssysteme: Ferner Osten versus Westen 5 Industrie 4.0 6. Mensch-Roboter-Kollaboration</p>
Lehrformen	<ul style="list-style-type: none"> - seminaristische Vorlesungen - Übungen - Vorträge aus der Unternehmenspraxis - Exkursionen zu Unternehmen aus Industrie und Handwerk
Voraussetzungen für die Teilnahme	<p>Formale Voraussetzungen bestehen nicht. Insbesondere Kenntnisse folgender Pflichtmodule werden vorausgesetzt: - Produktion und Unternehmensführung (BWL 3)</p>
Literatur / multimediale Lehr- und Lernprogramme	<p>Literatur:</p> <p>Bauernhansl, Thomas u.a.: Industrie 4.0 in Produktion, Automatisierung und Logistik, Wiesbaden 2014.</p> <p>Brunner, Franz J.: Japanische Erfolgskonzepte, 3. Aufl., München, Wien 2014.</p> <p>Bloech, J. / Bogaschewsky, R. / Buscher, U. / Daub, A. / Götze, U. / Roland, F.: Einführung in die Produktion, 7. Aufl., Berlin, Heidelberg 2014.</p> <p>Corsten, H. / Gössinger, R.: Produktionswirtschaft, 12. Aufl., München 2009. Krug, F.: Logistikmanagement in der Automobilindustrie, Heidelberg u.a. 2010.</p> <p>Liker, Jeffrey K: Der Toyota Weg: 14 Managementprinzipien des weltweit erfolgreichsten Automobilkonzerns, München 2014.</p> <p>Rieper, B. / Witte, Th.: Grundwissen Produktion, 5. Aufl., Frankfurt a.M. 2005.</p> <p>Schneeweiß, C.: Einführung in die Produktionswirtschaft, 8. Aufl., Berlin, Heidelberg 2002.</p> <p>Steven, M. / Behrens, S.: Übungsbuch zur Produktionswirtschaft, München 2001.</p>
Lehrbriefautor	entfällt, da Vollzeitstudium
Verwendbarkeit	Dieses Modul steht mit folgenden Modulen desselben Studiengangs in einem besonders engen Zusammenhang:

	<ul style="list-style-type: none"> - Strategisches Beschaffungsmanagement A - Strategisches Beschaffungsmanagement B <p>Dieses Modul ist auch geeignet für andere wirtschaftswissenschaftlich ausgerichtete Studiengänge der Hochschule Schmalkalden.</p>
Arbeitsaufwand / Gesamtworkload	<p>gesamter Arbeitsaufwand: 150 Stunden, davon:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) synchrone Lehre: 60 (Präsenzstudium) 2) asynchrone Lehre: 90, davon: <ul style="list-style-type: none"> - Vorbereitung auf die Lehrveranstaltungen (insbesondere Literaturstudium): 30 - Nachbereitung der Lehrveranstaltungen: 15 - Vorbereitung auf die studienbegleitende Leistung (Referat): 25 - Vorbereitung auf die Prüfung: 20
ECTS und Gewichtung der Note in der Gesamtnote	<p>5 ECTS-Punkte; Gewichtung:</p> <ol style="list-style-type: none"> a) Studiengänge Wirtschaftswissenschaften sowie International Business and Economics: 5/180 b) Studiengänge Volkswirtschaftslehre sowie Betriebswirtschaftslehre: 5/210
Leistungsnachweis	<ul style="list-style-type: none"> - Klausur im Umfang von 60 Minuten (80%) - studienbegleitende Leistung in Form eines Referates (20%)
Semester	3. - 6. Semester
Häufigkeit des Angebots	Angebot i.d.R. jedes Studienjahr, mindestens so oft, dass dieses Modul von jeder Alterskohorte zwischen dem jeweiligen 3. und 6. Semester gewählt werden kann
Dauer	1 Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl etc.)	Wahlpflichtmodul
Besonderes	Lehrveranstaltung und Prüfung werden in deutscher Sprache durchgeführt.

Modulname	Fertigungstiefenoptimierung und Kostenmanagement der Beschaffung
Modulverantwortlicher / Modulverantwortliche	Prof. Dr. Michael Dornieden
Qualifikationsziele	<p>Die Studierenden sind in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> - grundlegende Begriffsdefinitionen von Beschaffung zu wiederholen, - den Bedeutungswandel der Beschaffungsfunktion zu erkennen, - die aktuellen Kernherausforderungen für die Beschaffung zu erfassen, - die marktlichen Rahmenbedingungen des Zuliefersektors zu demonstrieren, - Zulieferprodukte nach Abnehmerspezifität, Funktionsumfang und strategischer Bedeutung zu unterscheiden, - die Wahl zwischen Eigenfertigung und Fremdbezug als Wirtschaftlichkeitsproblem zu demonstrieren, - ganzheitliche Vorschläge für eine nachhaltige Reduzierung bzw. Erhöhung der Fertigungstiefe von Unternehmen zu entwerfen, - Vorgehensweisen zu kreieren, die eine sachliche Diskussion über die beschäftigungspolitischen Folgewirkungen von Make or Buy-Entscheidungen ermöglicht, - das Anfragemanagement der Beschaffung bei bestehenden Bauteilen bzw. neu zu entwickelnden Bauteilen zu unterscheiden, - Vorschläge für die Überwindung konzeptbedingter Schwächen des Anfragemanagements der Beschaffung zu entwickeln, - die Motive der Hersteller zur Beschaffung auf Auslandsmärkten zu erläutern, - die geeigneten Warengruppen und Länder für weltweite Beschaffung zu identifizieren, - neue Ländergruppen bzw. Wirtschaftsräume für Lokalisierungsstrategien zu bewerten, - neue, sachlich begründete Ländergruppen für Lokalisierungsstrategien zu konstruieren
Modulinhalte	<p>Die Studierenden sind in der Lage, Wissen folgender Wissensarten zu erwerben:</p> <p>1) Faktenwissen:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Überblick über grundlegende Begriffsdefinitionen von Beschaffung, - Überblick über die unterschiedlichen Dimensionen von Fertigungstiefe bzw. Wertschöpfung, <p>2) Begriffliches Wissen:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Klassifikation aktueller Kernherausforderungen für die Beschaffung, - Klassifikation von Zulieferprodukten nach Abnehmerspezifität, Funktionsumfang und strategischer Bedeutung, - Modellannahmen der Wahl zwischen Eigenfertigung und Fremdbezug als Wirtschaftlichkeitsproblem, <p>3) Verfahrenorientiertes Wissen:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Urteilsvermögen für die Lösung von komplexen materialwirtschaftlichen Fragestellungen, - analytisches Denken bezüglich der Anreizkompatibilität von Maßnahmen und Zielen von Seiten der beteiligten Akteure in der Wertschöpfungskette, - kritisches Denkvermögen bezüglich der Aussagekraft materialwirtschaftlicher Kennzahlen, - Empathie für kulturbedingt unterschiedliche Verhaltensweisen innerhalb von Geschäftsbeziehungen zwischen Abnehmer und Zulieferer <p>4) Metakognitives Wissen:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Wissen um die beschränkte Aussagekraft von Modellen des Supply Chain Managements,

	<p>- Wissen um die Schwierigkeit, materialwirtschaftlich optimale Lösungen in einer Umwelt mit zahlreichen technischen, politischen und sozialen Restriktionen umzusetzen.</p> <p>Inhaltsübersicht:</p> <p>A Grundlagen Strategisches Beschaffungsmanagement 1 Bedeutung, Aufgaben und Ziele der Beschaffung 2 Abnehmer- und Zulieferunternehmen 3 Beschaffungsobjekte</p> <p>B Fertigungstiefenoptimierung 1 Theoretische Grundlagen Make or Buy 2 Bestimmungsfaktoren reduzierter Fertigungstiefe 3 Make or Buy-Entscheidungen 4 Volkswagen Konzern</p> <p>C Kostenmanagement der Beschaffung 1 Bedeutungswandel der Beschaffungsfunktion 2 Kostenmanagement bestehende Beschaffungsobjekte 3 Kostenmanagement neuartige Beschaffungsobjekte 4 Ausgewählte Beschaffungshebel</p>
Lehrformen	<ul style="list-style-type: none"> - seminaristische Vorlesungen - Übungen - Vorträge aus der Unternehmenspraxis - Exkursionen zu Unternehmen aus Industrie und Handwerk
Voraussetzungen für die Teilnahme	<p>Formale Voraussetzungen bestehen nicht. Insbesondere Kenntnisse folgender Pflichtmodule werden vorausgesetzt:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Produktion und Unternehmensführung
Literatur / multimediale Lehr- und Lernprogramme	<p>Literatur:</p> <p>Arnolds, H. / Heege, F. / Röh, C. / Tussing, W.: Materialwirtschaft und Einkauf, Wiesbaden 2013.</p> <p>Büsch, M.: Praxishandbuch Strategischer Einkauf, 3. Aufl., Wiesbaden 2013.</p> <p>Dornieden, M.: Ausprägungen und Erfolgspotenzial des Zulieferwesens im Metallhandwerk, Duderstadt 2001.</p> <p>Koppelman, U.: Beschaffungsmarketing, 4. Aufl., Berlin u.a. 2004.</p> <p>Krampf, P.: Beschaffungsmanagement, 2. Aufl., München 2014.</p> <p>Large, R.: Strategisches Beschaffungsmanagement, 2. Aufl., Wiesbaden 2000.</p> <p>Pfohl, H.-C.: Betriebswirtschaftslehre der Klein- und Mittelbetriebe, 5. Aufl., Berlin 2013.</p> <p>Wannenwetsch, H.: Integrierte Materialwirtschaft, Logistik und Beschaffung, 5. Aufl., Berlin 2014.</p>
Lehrbriefautor	entfällt, da Vollzeitstudium
Verwendbarkeit	Dieses Modul steht mit folgenden Modulen desselben Studiengangs in einem besonders engen Zusammenhang:

	<ul style="list-style-type: none"> - Lean Production - Beschaffungsstrategien und Innovationsmanagement von Lieferanten (Strategisches Beschaffungsmanagement B) <p>Dieses Modul ist auch geeignet für andere wirtschaftswissenschaftlich ausgerichtete Studiengänge der Hochschule Schmalkalden.</p>
Arbeitsaufwand / Gesamtworkload	<p>gesamter Arbeitsaufwand: 150 Stunden, davon:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) synchrone Lehre: 60 (Präsenzstudium) 2) asynchrone Lehre: 90, davon: <ul style="list-style-type: none"> - Vorbereitung auf die Lehrveranstaltungen (insbesondere Literaturstudium): 30 - Nachbereitung der Lehrveranstaltungen: 15 - Vorbereitung auf die studienbegleitende Leistung (Referat): 25 - Vorbereitung auf die Prüfung: 20
ECTS und Gewichtung der Note in der Gesamtnote	<p>5 ECTS-Punkte; Gewichtung:</p> <ol style="list-style-type: none"> a) Studiengänge Wirtschaftswissenschaften sowie International Business and Economics: 5/180 b) Studiengänge Volkswirtschaftslehre sowie Betriebswirtschaftslehre: 5/210
Leistungsnachweis	<ul style="list-style-type: none"> - Klausur im Umfang von 60 Minuten (80%) - studienbegleitende Leistung in Form eines Referates (20%)
Semester	3. - 6. Semester
Häufigkeit des Angebots	Angebot i.d.R. jedes Studienjahr, mindestens so oft, dass dieses Modul von jeder Alterskohorte zwischen dem jeweiligen 3. und 6. Semester gewählt werden kann
Dauer	1 Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl etc.)	Wahlpflichtmodul
Besonderes	Lehrveranstaltung und Prüfung werden in deutscher Sprache durchgeführt.

Modulname	Beschaffungsstrategien und Innovationsmanagement von Lieferanten
Modulverantwortlicher/ Modulverantwortliche	Prof. Dr. Michael Dornieden
Qualifikationsziele	<p>Die Studierenden sind in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> - grundlegende Begriffsdefinitionen von Beschaffung zu wiederholen, - den Bedeutungswandel der Beschaffungsfunktion zu erkennen, - die aktuellen Kernherausforderungen für die Beschaffung zu erfassen, - die marktlichen Rahmenbedingungen des Zuliefersektors zu demonstrieren, - Zulieferprodukte nach Abnehmerspezifität, Funktionsumfang und strategischer Bedeutung zu unterscheiden, - die veränderte Bedeutung der strategischen Beschaffungsfunktion im Unternehmen zu erkennen, - Beschaffungsstrategien für Zulieferprodukte nach deren unternehmensstrategischer Bedeutung und Lieferantenzahl zu bewerten, - auf Beschaffungsobjekte anwendbare Wertanalysetechniken zu demonstrieren, - Ansatz, Ziele und Auswirkungen der Modulstrategie zu demonstrieren, - die Voraussetzungen für strategische Lieferantenpartnerschaften zu identifizieren, - die Nachhaltigkeitsanforderungen in Lieferantenbeziehungen zu strukturieren, - Vorschläge für eine ressourcenbasierte Gestaltung der Lieferantenbeziehungen zu entwickeln, - die Bedeutung der Einbindung von Lieferanten in den eigenen Innovationsprozess der Hersteller zu erkennen, - die verschiedenen Arten der Innovationsgenerierung mit Lieferanten zu unterscheiden, - Maßnahmen für geeignete Anreizmechanismen für die Innovationsgenerierung durch Lieferanten zu entwerfen
Modulinhalte	<p>Die Studierenden sind in der Lage, Wissen folgender Wissensarten zu erwerben:</p> <p>1) Faktenwissen:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Überblick über grundlegende Begriffsdefinitionen von Beschaffung, - Überblick über verschiedene Parameter einer Beschaffungsstrategie, <p>2) Begriffliches Wissen:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Klassifikation aktueller Kernherausforderungen für die Beschaffung, - Klassifikation von Zulieferprodukten nach Abnehmerspezifität, Funktionsumfang und strategischer Bedeutung, - Klassifikation von Beschaffungsstrategien für Zulieferprodukte nach deren unternehmensstrategischer Bedeutung und Lieferantenzahl, - Verallgemeinerungen von Erkenntnissen über die Bedeutung der Einbindung von Lieferanten in den eigenen Innovationsprozess der Hersteller <p>3) Verfahrenorientiertes Wissen:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Urteilsvermögen für die Lösung von komplexen materialwirtschaftlichen Fragestellungen, - analytisches Denken bezüglich der Anreizkompatibilität von Maßnahmen und Zielen von Seiten der beteiligten Akteure in der Wertschöpfungskette, - kritisches Denkvermögen bezüglich der Aussagekraft materialwirtschaftlicher Kennzahlen, - Empathie für kulturbedingt unterschiedliche Verhaltensweisen innerhalb von Geschäftsbeziehungen zwischen Abnehmer und Zulieferer

	<p>4) Metakognitives Wissen: - Wissen um die beschränkte Aussagekraft von Modellen des Supply Chain Managements, - Wissen um die Schwierigkeit, materialwirtschaftlich optimale Lösungen in einer Umwelt mit zahlreichen technischen, politischen und sozialen Restriktionen umzusetzen.</p> <p>Inhaltsübersicht:</p> <p>A Grundlagen Strategisches Beschaffungsmanagement 1 Bedeutung, Aufgaben und Ziele der Beschaffung 2 Abnehmer- und Zulieferunternehmen 3 Beschaffungsobjekte</p> <p>B Beschaffungsstrategien 1 Theoretische Grundlagen 2 Ausgewählte Beschaffungsstrategien 3 Management von Zulieferbeziehungen</p> <p>C Innovationsmanagement von Lieferanten 1 Theoretische Grundlagen 2 Produktentstehungsprozess 3 Lieferantenbezogene Wettbewerbskonzepte</p>
Lehrformen	<ul style="list-style-type: none"> - seminaristische Vorlesungen - Übungen - Vorträge aus der Unternehmenspraxis - Exkursionen zu Unternehmen aus Industrie und Handwerk
Voraussetzungen für die Teilnahme	<p>Formale Voraussetzungen bestehen nicht. Insbesondere Kenntnisse folgender Pflichtmodule werden vorausgesetzt:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Produktion und Unternehmensführung
Literatur / multimediale Lehr- und Lernprogramme	<p>Literatur:</p> <p>Arnolds, H. / Heege, F. / Röh, C. / Tussing, W.: Materialwirtschaft und Einkauf, Wiesbaden 2013.</p> <p>Büsch, M.: Praxishandbuch Strategischer Einkauf, 3. Aufl., Wiesbaden 2013.</p> <p>Dornieden, M.: Ausprägungen und Erfolgspotenzial des Zulieferwesens im Metallhandwerk, Duderstadt 2001.</p> <p>Koppelman, U.: Beschaffungsmarketing, 4. Aufl., Berlin u.a. 2004.</p> <p>Krampf, P.: Beschaffungsmanagement, 2. Aufl., München 2014.</p> <p>Large, R.: Strategisches Beschaffungsmanagement, 2. Aufl., Wiesbaden 2000.</p> <p>Pfohl, H.-C.: Betriebswirtschaftslehre der Klein- und Mittelbetriebe, 5. Aufl., Berlin 2013.</p> <p>Wannenwetsch, H.: Integrierte Materialwirtschaft, Logistik und Beschaffung, 5. Aufl., Berlin 2014.</p>
Lehrbriefautor	entfällt, da Vollzeitstudium
Verwendbarkeit	Dieses Modul steht mit folgenden Modulen desselben Studiengangs in einem besonders engen Zusammenhang:

	<ul style="list-style-type: none"> - Lean Production - Fertigungstiefenoptimierung und Kostenmanagement der Beschaffung (Strategisches Beschaffungsmanagement A) <p>Dieses Modul ist auch geeignet für andere wirtschaftswissenschaftlich ausgerichtete Studiengänge der Hochschule Schmalkalden.</p>
Arbeitsaufwand / Gesamtworkload	<p>gesamter Arbeitsaufwand: 150 Stunden, davon:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) synchrone Lehre: 60 (Präsenzstudium) 2) asynchrone Lehre: 90, davon: <ul style="list-style-type: none"> - Vorbereitung auf die Lehrveranstaltungen (insbesondere Literaturstudium): 30 - Nachbereitung der Lehrveranstaltungen: 15 - Vorbereitung auf die studienbegleitende Leistung (Referat): 25 - Vorbereitung auf die Prüfung: 20
ECTS und Gewichtung der Note in der Gesamtnote	<p>5 ECTS-Punkte; Gewichtung: a) Studiengänge Wirtschaftswissenschaften sowie International Business and Economics: 5/180 Studiengänge Volkswirtschaftslehre sowie Betriebswirtschaftslehre: 5/210</p>
Leistungsnachweis	<ul style="list-style-type: none"> - Klausur im Umfang von 60 Minuten (80%) - studienbegleitende Leistung in Form eines Referates (20%)
Semester	3. - 6. Semester
Häufigkeit des Angebots	Angebot i.d.R. jedes Studienjahr, mindestens so oft, dass dieses Modul von jeder Alterskohorte zwischen dem jeweiligen 3. und 6. Semester gewählt werden kann
Dauer	1 Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl etc.)	Wahlpflichtmodul
Besonderes	Lehrveranstaltung und Prüfung werden in deutscher Sprache durchgeführt.

title of course	Operations Management
responsible instructor	Prof. Dr. Michael Dornieden
course objectives and learning outcomes	<p>Students are able to</p> <ul style="list-style-type: none"> - describe the input-transformation-output model of Operations Management, - explain the characteristics of good operations processes, flow units - illustrate the future trends of Operations Management, - know quality's, speed's, cost's, dependability's and flexibility's importance for Operations Performance, - illustrate the trade-offs between Operations Performance's objectives, - differentiate between top-down and bottom-up view of operations strategy, - illustrate the difference between a market requirements and an operations resources view of operations strategy, - classify competitive factors into order-winning and order-qualifying factors, - categorize the six phases of the generic Product Development Process, - demonstrate the variants of the generic Product Development Process, - categorize the objectives of process design, - explain how volume and variety affect process design, - examine the effects of process variability on the company
course contents	<p>Students are able to acquire knowledge and skills of the following types of knowledge and skills, respectively:</p> <p>1) factual knowledge:</p> <ul style="list-style-type: none"> - overviews of input-transformation-output models of Operations Management, - overviews of essential characteristics of operation processes and flow units, - overviews of Operations Performance's objectives <p>2) conceptual skills:</p> <ul style="list-style-type: none"> - generalisation of findings concerning entrepreneurial meaning of Operations Management, - classification of the different phases of the generic Product Development Process, - generalisation of findings concerning of rising significance of cost-effective process design, - classification of theoretical foundations of Operations Strategy, - classification of volume-variety dimensions of process design <p>3) procedural skills:</p> <ul style="list-style-type: none"> - analytical thinking with high degree of abstraction, - judgement regarding the solution of complex Operations Management issues, - analytical thinking regarding cross-company business model in the value-added chain, - empathy for culture-bound behaviour patterns of business partners within international value-added chains <p>4) metacognitive skills:</p> <ul style="list-style-type: none"> - knowledge about the restricted significance of Operations Management models, - knowledge about difficulties of corporate optimization under technical, political and social restrictions, - knowledge about the defects of classifications, - knowledge about the defects of own capability for empathy

	<p>course outline:</p> <p>A Importance and Functions of Operations Management</p> <p>B Operations Performance and Operations Strategy</p> <p>C Product and Process Development</p> <p>D Order Fulfilment</p>
teaching methods	<ul style="list-style-type: none"> - lectures and guest lectures - exercises and student presentations - real business life's case studies - discussions - self-study
prerequisites	no formal requirements
suggested reading	<p>literature (preferably most recent edition):</p> <ul style="list-style-type: none"> - Collier, D. A. / Evans, J.R.: Operations Management, Cengage Learning, 2015. - Slack, N./Brandon-Jones, A./Johnston, R., Operations Management, 7th edition, Pearson Education, 2013. - Hokey, Min: The Essentials of Supply Chain Management: New Business Concepts and Applications, Pearson FT Press, 2015. - Munson, C.: The Supply Chain Management Casebook, FT Press, 2013. - newspaper articles of current topics regarding operations management (-> educational material will be announced during course)
applicability	<p>This course is in particular applicable to the following courses of the Bachelor programme:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Lean Production (German) <p>This course is also applicable to other business-oriented Bachelor programs offered by Schmalkalden University of Applied Sciences.</p>
workload	<p>total workload: 150 hours, of them:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) lecture: 60 2) self-study: 90, of them: <ul style="list-style-type: none"> - course preparation (in particular reading): 30 - follow-up: 15 - exam preparation: 45
ECTS credit points and weighting factor	5 ECTS credit points; weighting factor: 5/180 resp. 5/210
basis of student evaluation	comprehensive written examination, 60 minutes (100%)
time	first academic year
frequency	each academic year
duration	1 semester
course type	elective course
remarks	teaching language and examination in English

Modulname	Bankmanagement
Modulverantwortlicher / Modulverantwortliche	Diplom-Volkswirtin Felicitas Kotsch
Qualifikationsziele	<p>Die Studierenden werden in Lage versetzt,</p> <ul style="list-style-type: none"> - das deutsche Bankensystem sowie sein geldpolitisches und institutionelles Umfeld zu beschreiben, - die theoretischen Grundlagen für die Existenz von Banken im vollkommenen und unvollkommenen Kapitalmarkt zu erläutern, - die Kernbereiche des Bankgeschäfts – Kredit, Einlagen, Corporate Finance, Handelsgeschäft – in ihren Grundzügen zu erkennen, <p>die Fragestellungen des Bankmanagements i.e.S. zu identifizieren, die Bedeutung der Finanzmarktregulierungen zu erfassen.</p> <p>Aufbauend auf diesem Wissen sind die Studierenden befähigt,</p> <ul style="list-style-type: none"> -- Lösungen für die Probleme im geldpolitischen und institutionellen Umfeld des deutschen Bankensystems und im Euroraum zu entwerfen, - auf der Grundlage der Theorie des vollkommenen und unvollkommenen Kapitalmarktes ertragversprechende Bankprodukte zu generieren, - für die Kernbereiche des Bankgeschäfts alternative Strategien im gegenwärtig schwierigen Marktumfeld zu kreieren, - für Fragestellungen des Bankmanagements i.e.S., insbesondere der Risikosteuerung, praxisnahe Beispiele zu produzieren, - eine pragmatische Handhabung der wesentlichen Aspekte der Regulierung zu entwerfen.
Modulinhalte	<p>Inhaltsübersicht:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Grundlagen <ol style="list-style-type: none"> 1.1 Markt- und Transformationsfunktionen 1.2 Definition des Unternehmenstyps „Bank“ bzw. „Kreditinstitut“ 1.3 Das deutsche Bankensystem, geldpolitisches und institutionelles Umfeld des Bankensystems 1.4 Banken im Ausland 2. Theoretischen Grundlagen und Existenz von Banken <ol style="list-style-type: none"> 2.1 Banken im vollkommenen Kapitalmarkt 2.2 Finanzkontrakte und Kooperation 2.3 Die Existenz von Finanzintermediären 3. Der Kredit <ol style="list-style-type: none"> 3.1 Zusammenfassende Erkenntnisse aus Standardmodellen der Kredittheorie 3.2 Der Standardkreditvertrag nach Gale und Hellwig 3.3 Strategische Überlegungen des Kreditnehmers und des Kreditgebers 3.4 Die Praxis des Kreditgeschäfts 4. Einlagen (Depositen) <ol style="list-style-type: none"> 4.1 Sparen: Empirie und Theorie 4.2 Arten von Bankeinlagen 4.3 Zusammenfassende Charakteristika einer Deposite bzgl. Bank Run, Einlagensicherung und Liquidität 4.4 Zahlungsverkehr 5. Corporate Finance <ol style="list-style-type: none"> 5.1 Kapitalmarktfinanzierungen 5.2 Handel und Verbriefung von Krediten 5.3 Mergers & Acquisitions 5.4 Beteiligungsfinanzierung

	<p>6. Handelsgeschäft</p> <p>6.1 Börsenwesen</p> <p>6.2 Handelsgeschäft mit Basisinstrumenten</p> <p>6.3 Handelsgeschäft mit derivativen Finanzinstrumenten</p> <p>7. Aspekte des Bankmanagements i.e.S.</p> <p>6.4 Theoretische Überlegungen zu Zielsetzungen von Kreditinstituten</p> <p>6.5 Banktypische Risiken</p> <p>6.6 Überblick über bankenaufsichtliche Vorschriften zur Risikosteuerung</p> <p>7.4. Diversifikation und Risikomessung</p> <p>8. Aspekte der Regulierung</p> <p>8.1 Motive und Ziele</p> <p>8.2 Bundesbank und Bundesanstalt für Finanzdienstleistungsaufsicht (BaFin)</p> <p>8.3 Basel II</p> <p>8.4 Basel III</p> <p>8.5 Überwachung des Kreditgeschäfts hinsichtlich Groß- und Millionenkredite</p> <p>8.6 Aktuelle Entwicklungen</p>
Lehrformen	<ul style="list-style-type: none"> - seminaristische Vorlesungen - Diskussionen - Selbststudium - Gastvorträge von Praktikern - Exkursion an den Finanzplatz Frankfurt am Main
Voraussetzungen für die Teilnahme	<p>Formale Voraussetzungen bestehen nicht. Insbesondere Kenntnisse folgender Pflichtmodule werden vorausgesetzt:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Mikroökonomik, - Wirtschaftspolitik.
Literatur / multimediale Lehr- und Lernprogramme	<p>Literatur (vorzugsweise in der jeweils neuesten Auflage):</p> <p>Grundlegend:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Hartmann-Wendels, Thomas, Andreas Pfingsten und Martin Weber: Bankbetriebslehre, Heidelberg <p>Ergänzend:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Admati, Anat und Martin Hellwig: Des Bankers neue Kleider, München - Becker, Hans Paul und Arno Peppmeier: Bankbetriebslehre, Ludwigshafen - Grill, Wolfgang und Hans Perczynski: Wirtschaftslehre des Kreditwesens, Köln - Spremann, Klaus und Pascal Gantenbein: Finanzmärkte. Grundlagen, Instrumente, Zusammenhänge, Konstanz und München
Lehrbriefautor	entfällt, da Vollzeitstudium
Verwendbarkeit	<p>Dieses Modul steht mit folgenden Modulen desselben Studiengangs in einem besonders engen Zusammenhang:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Finanzmärkte und Finanzinstitutionen - Geldtheorie und -politik <p>Dieses Modul ist auch geeignet für andere wirtschaftswissenschaftlich ausgerichtete Studiengänge der Hochschule Schmalkalden.</p>
Arbeitsaufwand / Gesamtworkload	<p>gesamter Arbeitsaufwand: 150 Stunden, davon:</p> <p>1) synchrone Lehre: 60 (Präsenzstudium)</p> <p>2) asynchrone Lehre: 90, davon:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Vorbereitung auf die Lehrveranstaltung (insbesondere Literaturstudium):

	<ul style="list-style-type: none"> - Nachbereitung der Lehrveranstaltung: - Vorbereitung auf die Prüfung:
ECTS und Gewichtung der Note in der Gesamtnote	<p>5 ECTS-Punkte; Gewichtung:</p> <p>a) Studiengänge Wirtschaftswissenschaften sowie International Business and Economics: 5/180 b) Studiengänge Volkswirtschaftslehre sowie Betriebswirtschaftslehre: 5/210</p>
Leistungsnachweis	Klausur im Umfang von 60 Minuten (100%)
Semester	3.-6. Semester
Häufigkeit des Angebots	Jedes Studienjahr
Dauer	1 Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl etc.)	Wahlpflichtmodul
Besonderes	<ul style="list-style-type: none"> - Exkursion an den Finanzplatz Frankfurt/M. - Fachvortrag zum Thema Regulierung durch einen Vertreter der Deutschen Bundesbank - Fachvortrag zum Thema Risiko- und Gesamtbanksteuerung durch einen Wirtschaftsprüfer der Volks- und Raiffeisenbanken - Es wird empfohlen, zur Vorbereitung die aktuellen Wirtschaftsnachrichten zu verfolgen, da während der Vorlesung viele Beispiele aus der Praxis herangezogen werden.

Title of course	Corporate Finance
Responsible instructor	Prof Dr Mareike Heinemann
Learning objectives	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Develop the analytical skills with regard to investment and financial decisions and risk analysis of a company and learn how corporate decisions impact the value and risk of the corporation. ▪ Evaluate the financial performance of a company: Define, incorporate and interpret financial and non-financial key performance indicators. ▪ Determine a firm's cost of equity and debt capital and understand their drivers. ▪ Understand the background of the financial and dividend policies of companies ▪ Understand the role and drivers of capital structure decisions ▪ Learn fundamental aspects of company and project valuation and value ▪ Understand the background and process of purchase price allocations and of impairment testing
Course contents	<ol style="list-style-type: none"> 1. Introduction 2. Financial analysis 3. Cost of capital 4. Capital structure 5. Mergers & acquisitions and valuation
Teaching methods	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Lectures ▪ Exercises ▪ Hermeneutic discourses ▪ Maieutic discourses ▪ Discussion ▪ Project work ▪ Student presentations ▪ Self-study
Prerequisites	<p>There are no formal requirements. In particular, knowledge of the following compulsory modules is required:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Mathematics ▪ Finance and Investment
Suggested reading	<p>Preferably most recent edition:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Berk, J. & DeMarzo, P.: Fundamentals of Corporate Finance, Global Edition, Pearson ▪ Higgins, R.: Analysis for Financial Management, McGrawHill ▪ Ross, S.A., Westerfield, R.W. & Jordan, B.D.: Fundamentals of Corporate Finance, McGrawHill ▪ Titman, S., Keown, A.J. & Martin, J.D.: Financial Management – Principles and Applications
Applicability	This course is also applicable to other study programmes in Business or Economics offered by Schmalkalden University of Applied Sciences.
Workload	<p>Total workload: 150 hours, of them:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Lecture: 60 ▪ Self-study: 90, of them: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Course preparation (in particular reading): 25

	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Follow-up: 15 ▪ Preparation for academic research project: 30 ▪ Exam preparation: 30
ECTS credit points and weighting factor	<p>5 ECTS credit points; Weighting factor:</p> <p>a) Study programmes in Business and Economics and in International Business and Economics: 5/180</p> <p>b) Study programmes in Economics and in Business Administration: 5/210</p>
Basis of student evaluation	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Comprehensive written examination, 60 minutes (80%) ▪ Student research project and presentation (20%)
Time	3 rd – 6 th /7 th semester
Frequency	Generally each academic year
Duration	One semester
Course type	Elective course
Remarks	Teaching language is English.

Title of course	Decision Theory in Finance
Responsible instructor	Prof Dr Mareike Heinemann
Learning objectives	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Be able to structure and visualise decision problems ▪ Distinguish between different types of decision situations and identify the respective decision-making situation in the financial context ▪ Analyse the decision-making of individuals not only in single-person decision problems but also in decision problems with multiple actors (Game Theory) and examine the decision-making of groups ▪ Learn and examine the concepts, rules and methods of normative decision theory that deals with how decisions <i>should be</i> made and which action can be considered optimal from a rational perspective ▪ Learn and examine the concepts, rules and methods of descriptive decision theory that deals with how decisions <i>are</i> actually made and in which way decision-makers may depart from rationality ▪ Examine decision-making under certainty as well as under uncertainty and risk ▪ Transfer the theoretically learned concepts, rules and methods to the context of financial decision-making, i.e. to financially relevant decisions of both, corporate decision-makers and investors ▪ Improve the understanding of the decision-making of financial or corporate decision-makers and enhance the student's own judgement and decision-making ▪ Draft recommendations for action on the basis of the concepts, rules and methods learned
Course contents	<ol style="list-style-type: none"> 1. Introduction 2. Single-person decision-making 3. Multiple-actors decision-making 4. Group decision-making
Teaching methods	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Lectures ▪ Exercises ▪ Hermeneutic discourses ▪ Maieutic discourses ▪ Discussion ▪ Self-study
Prerequisites	<p>There are no formal requirements. In particular, knowledge of the following compulsory modules is recommended:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Mathematics ▪ Statistics ▪ Finance and investment
Suggested reading	<p>Preferably most recent edition:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Bermúdez, J.: Decision Theory and Rationality, Oxford University Press ▪ Eisenführ, F., Weber, M. & Langer, T.: Rational Decision Making, Springer ▪ Peterson, M.: An Introduction to Decision Theory, Cambridge University Press <p>Additional literature recommendations will be provided in class.</p>
Applicability	<p>This course is also applicable to other study programmes in Business or Economics offered by Schmalkalden University of Applied Sciences.</p>

Workload	Total workload: 150 hours, of them: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Lecture: 60 ▪ Self-study: 90, of them: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Course preparation (in particular reading): 30 ▪ Follow-up: 30 ▪ Exam preparation: 30
ECTS credit points and weighting factor	5 ECTS credit points; Weighting factor: a) Study programmes in Business and Economics and in International Business and Economics: 5/180 b) Study programmes in Economics and in Business Administration: 5/210
Basis of student evaluation	Comprehensive written examination, 60 minutes (100%)
Time	3 rd – 6 th /7 th semester
Frequency	Generally each academic year
Duration	One semester
Course type	Elective course
Remarks	Teaching language is English.

Modulname	Entrepreneurship (dt.)
Modulverantwortlicher / Modulverantwortliche	Prof. Dr. N. Richter
Qualifikationsziele	<p>Die Studierenden erhalten Kenntnisse über die wesentlichen Bereiche des Entrepreneurship.</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Neuartige Strategien und Konzepte entwickeln, um Wettbewerbsvorteile zu generieren ➤ Produktangebot, Services und Geschäftsmodelle entwickeln/weiterentwickeln ➤ Bestehende Muster aufbrechen und neue Lösungen generieren ➤ Märkte analysieren und Entwicklungen prognostizieren
Modulinhalte	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Bedeutung von Entrepreneurship (Kontext Nationale Innovationssysteme) ➤ Schlüsseltheorien und Methoden ➤ Unternehmerische Gelegenheiten erkennen, strukturiert bewerten und nutzen ➤ Rolle des Entrepreneurs, Risiken und Chancen, Kompetenzen ➤ Verbindung zu Kreativität und Innovationsprozessen (exploration/exploitation) ➤ Startup-Strategien ➤ Geschäftsmodellinnovationen ➤ Entrepreneurial Marketing ➤ Gründungsfinanzierung ➤ Rechtliche Grundlagen ➤ Businessplanung ➤ Wachstum/Exit-Strategien ➤ Besonderheiten des Social Entrepreneurship ➤ Corporate Entrepreneurship ➤ Kooperationen zwischen Startups und etablierten Unternehmen
Lehrformen	<ul style="list-style-type: none"> - Vorlesungen und Vorträge - Diskussionen - betreute Übungen - studentische Vorträge - Selbststudium
Voraussetzungen für die Teilnahme	Formale Voraussetzungen bestehen nicht.
Literatur / multimediale Lehr- und Lernprogramme	<p>Grichnik, D., Brettel, M., Koropp, C., & Mauer, R. (2017). Entrepreneurship: unternehmerisches Denken, Entscheiden und Handeln in innovativen und technologieorientierten Unternehmen. Schäffer-Poeschel.</p> <p>Fueglistaller, Urs (et al.) (2021): Entrepreneurship. Modelle – Umsetzung – Perspektiven Mit Fallbeispielen aus Deutschland, Österreich und der Schweiz. Springer.</p> <p>Richter, N., Jackson, P., & Schildhauer, T. (2018). Outsourcing creativity: An Empirical Study of Open Innovation using Corporate Accelerators in Creativity and Innovation Management. Creativity and Innovation Management, 27(1), 69-78. DOI: 10.1111/caim.12252</p> <p>Richter, Nancy; Jackson, Paul; Schildhauer, Thomas (2018): Entrepreneurial Innovation and Leadership: Preparing for a digital future, Cham, Palgrave McMillan.</p> <p>Richter, N. & Schildhauer, T. (2016). Innovation, Gründungskultur und Start-ups made in Germany. APuZ.</p>

Lehrbriefautor	entfällt, da Vollzeitstudium
Verwendbarkeit	Dieses Modul ist auch geeignet für andere wirtschaftswissenschaftlich ausgerichtete Studiengänge der Hochschule Schmalkalden.
Arbeitsaufwand / Gesamtworkload	gesamter Arbeitsaufwand: 150 Stunden, davon: 1) synchrone Lehre: 60 (Präsenzstudium) 2) asynchrone Lehre: 90, davon: - Vorbereitung auf die Lehrveranstaltung (insbesondere Literaturstudium): 20 - Nachbereitung der Lehrveranstaltung: 40 - Vorbereitung auf die Prüfung: 30
ECTS und Gewichtung der Note in der Gesamtnote	5 ECTS-Punkte; Gewichtung: a) Studiengänge Wirtschaftswissenschaften sowie International Business and Economics: 5/180 b) Studiengänge Volkswirtschaftslehre sowie Betriebswirtschaftslehre. Wirtschaftspsychologie: 5/210
Leistungsnachweis	Klausur im Umfang von 60 Minuten (67%), studentische Vorträge (33%)
Semester	3.-6. Semester
Häufigkeit des Angebots	Angebot i.d.R. jedes Studienjahr, mindestens so oft, dass dieses Modul von jeder Alterskohorte zwischen dem jeweiligen 4. und 6. Semester gewählt werden kann
Dauer	1 Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl etc.)	Wahlpflichtmodul
Besonderes	Unterrichtssprache ist Deutsch!

Name of module	Managing Innovation
Responsible	Prof. Dr. N. Richter
Qualification goals	Innovation makes a huge difference to organizations of all sizes. Innovative firms outperform firms that fail to innovate (Tidd, J., & Bessant, J. R. 2018). However, managing innovation is not easy. It requires skills and knowledge, which are significantly different to the standard management toolkit. This is because most management training is aimed to maintain stability. As a result, most organizations either simply do not formally manage the innovation process or manage it in an ad hoc way. In this course we follow an integrated process approach, which deals with the interactions between changes in markets, technology, and organisations. Students learn about innovation strategy, sources of Innovation, business model innovation, creating new products and services, open innovation, user innovation and crowdsourcing.
Module Content	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Importance and characteristics of innovation ➤ Business model innovation, business model patterns, business model testing, business model ideation ➤ Learning to manage innovation ➤ Building the innovative organisation ➤ Developing an innovation strategy ➤ Sources and search strategies of innovation ➤ Product and service development ➤ Networks and open innovation ➤ Entrepreneurial innovation ➤ Capturing the business value of innovation
Teaching methods	<ul style="list-style-type: none"> - lectures and exercises - self-study - case studies - discussions - student presentations
Necessary Previous Knowledge	None
Literature	<p>Gassmann, O., Frankenberger, K., & Csik, M. (2014). The business model navigator: 55 models that will revolutionise your business. Pearson UK.</p> <p>Osterwalder, Alexander. Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers Wiley.</p> <p>Richter, Nancy; Jackson, Paul; Schildhauer, Thomas (2018): Entrepreneurial Innovation and Leadership: Preparing for a digital future, Cham, Palgrave McMillan.</p> <p>Tidd, J., & Bessant, J. R. (2018). Managing innovation: integrating technological, market and organizational change. John Wiley & Sons.</p>
Author instructive letter	/
Utilization	<p>This module is closely related to the following modules of the same study program:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Project Management, Entrepreneurship <p>This module is also suitable for other economics-oriented study courses at Schmalkalden University of Applied Sciences.</p>

Student Workload	150 h total, 1) Lectures: 60 2) self-studies: 90
European Credit Transfer Points	5 ECTS: a) Economics and International Business and Economics: 5/180 b) Political Economics and Operational Economics, Business Psychology: 5/210
Method and Extent of Examination	written examination 60 minutes (67%), exercises (33%)
Semester	3rd-5th Semester
Frequency	every academic year
Duration	1 Semester
Type of course (compulsory, choice etc.)	compulsory elective module

Modulname	Management Accounting & Management Control A: Accounting Information and Decision Making
Modulverantwortlicher / Modulverantwortliche	Prof. Dr. Peter Schuster
Qualifikationsziele	<p>Die Studierenden sind in der Lage, die Qualifikationsziele folgender Lernzielkategorien zu erfüllen:</p> <p>1) Kennen: Die Studierenden sind in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> - Grundprinzipien der Kosten- und Leistungsrechnung (KLR) als Entscheidungsrechnung zu erkennen, - Vorgehensweisen der KLR als Entscheidungsrechnung zu wiederholen, - die Annahmen für eine solchermaßen ausgestaltete Rechnung zu kennen, - die Vorstellung der Kostenrechnung als Informationssystem für kurzfristig wirksame Entscheidungen zu erkennen, - relevanten Kosten zur Ermittlung von Preisgrenzen zu identifizieren, - die Vorgehensweise bei der Break Even-Analyse zu erkennen, - die Entscheidungsrelevanz von Fixkosten unter verschiedensten Bedingungen aufzuzeigen. <p>2) Verstehen: Die Studierenden sind in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> - Entscheidungsfunktion und Verhaltenssteuerungsfunktion der internen Unternehmensrechnung zu vergleichen und zu unterscheiden, - entscheidungstheoretische Grundlagen zur Lösung von Entscheidungsproblemen abzuleiten, - Vereinfachungen und Repräsentanzgrößen als Basis von Informationssystemen und der Kosten- und Leistungsrechnung zu diskutieren, - Inhalt und Nutzens von verschiedenen Opportunitätskosten-Konzepten zu illustrieren. <p>3) Anwenden: Die Studierenden sind in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> - Lösungsverfahren für die Planung des optimalen kurzfristigen Produktionsprogramms mit und ohne Kapazitätsrestriktionen und in verschiedenen Szenarien zu übertragen, - Optimierungsbedingungen für Preisentscheidungen abzuleiten, - Lösungsverfahren für die Unterstützung von Preisentscheidungen in verschiedenen Szenarien zu übertragen, - Verschiedene Opportunitätskosten-Konzepte zu implementieren. <p>4) Analysieren: Die Studierenden sind in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> - - den Zusammenhang zwischen Kapitalwert und Kosten bzw. Leistungen zu strukturieren, - Wirkungen getroffener Annahmen zu erfassen, - Preisuntergrenzen und Preisobergrenzen in verschiedenen Szenarien zu bestimmen, - den Einfluss von Fixkosten auf die Preisgestaltung zu erfassen, - den Einfluss der Konkurrenz auf die eigene Preisstellung zu charakterisieren, - die Auswirkungen von Unsicherheit auf die Produktionsprogrammplanung zu erfassen. <p>5) Bewerten: Die Studierenden sind in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> - die Vorgehensweise der linearen Programmierung zu überprüfen und zu testen - die Wirkung von Vereinfachungen und von Annahmen zu beurteilen - die Vorgehensweise der Entscheidungsunterstützung unter verschiedenen Szenarien unter Unsicherheit zu bewerten.

	<p>6) Synthetisieren: Die Studierenden sind in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> - die Vorgehensweise der Grenzplankostenrechnung soweit nachzuvollziehen, dass eine eigenständige Argumentation für neue Entscheidungsprobleme generiert werden kann, - die Eignung der Kosten- und Leistungsrechnung für die Unterstützung unternehmerischer Entscheidungen einzuschätzen und eigene Argumentationen und Vorgehensweisen für individuelle unternehmensbezogene Entscheidungssituation zu entwickeln, - die Eignung der internen Unternehmensrechnung insgesamt im Bezug zu einem Controllingssystem im Unternehmen bewerten zu können und die Grundlagen für ein unternehmensindividuelles Controlling kreieren zu können.
<p>Modulinhalte</p>	<p>Die Studierenden sind in der Lage, Wissen folgender Wissensarten zu erwerben:</p> <p>1) Faktenwissen:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Überblick über Grenzplankostenrechnung, - Überblick über Entscheidungstheoretische Grundlagen der internen Unternehmensrechnung, - Überblick über Controlling-Begriff und -Konzepte, - Überblick über Prinzipien der linearen Optimierung, - Überblick über die Simplexmethode, - Überblick über Opportunitätskostenkonzepte, - Überblick über dynamische Optimierung und Rollback-Verfahren. <p>2) Begriffliches Wissen:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Annahmen der Grenzplankostenrechnung, - Prinzipien der Entscheidungstheorie, - Klassifikation von Controlling-Konzepten, - Klassifikation, Abgrenzung und vergleichende Analyse von Kosten-Leistungs-Konzeptionen, - Modellannahmen und Strukturen der linearen Optimierung, - Modellannahmen und Strukturen der dynamischen Programmierung. <p>3) Verfahrenorientiertes Wissen:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Optimale Produktionsstrategien, - Deckungsbeitragsverfahren und kurz- und langfristige Entscheidungssituationen, - Optimale Preisstrategien in unterschiedlichen Szenarien und Fristigkeiten, - Optimale Preisstrategien unter Beachtung von Konkurrenzreaktionen, - Entscheidungsunterstützung unter Risiko und Unsicherheit. <p>4) Metakognitives Wissen:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Wissen um die Mängel von (notwendigen) Annahmen und Fähigkeit der Beurteilung der optimalen Komplexität von Verfahren der internen Unternehmensrechnung, - Wissen um die Mängel der Verfahren der linearen Optimierung, - Wissen um die Mängel der Verfahren der dynamischen Optimierung. <p>Learning Objectives:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Describe the key concept in choosing which among multiple products to produce when there are capacity restrictions - Analyse the influence of fixed costs on decision making - Understand the contents and use of opportunity cost concepts and explain why it is used in decision making - Adapt the key concept to simultaneous production and procedural decisions

	<ul style="list-style-type: none"> - Adapt the key concept to make-or-buy decisions - Identify relevant costs of price limits - Determine lowest-price limits and highest-price limits - Derive optimisation criteria and conditions for price decisions - Analyse price setting and understand the influence of fixed costs and the influence of competition on prices - Illustrate how the cost-volume-profit-relationship analysis can assist decision making, and can be regarded as the inclusion of uncertainty - Analyse effects of uncertainty on production or pricing decisions - Discuss the relevance of fixed costs in different situations <p>Learning Outcomes:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Understanding of management accounting information as used for decision making (within the framework of assessing the main functions of management accounting, and in this module: decision support). - The course aims at providing a specific perspective on management accounting, as represented by the book used (Schuster, Hornung, Cleary). <p>Inhaltsübersicht:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Introduction: Management Accounting and Management Control 2. Accounting Information for Production Decisions <ul style="list-style-type: none"> • Management accounting and decision making • "Pure" production decisions • Production and procedural decisions • Make-or-buy decisions 3. Accounting Information for Pricing Decisions <ul style="list-style-type: none"> • Lowest-price limit • Highest-price limit • Optimal prices 4. Decisions Making Under Uncertainty <ul style="list-style-type: none"> • Introduction: uncertainty • Production and price decisions under uncertainty (the example of price limits and the sequential acceptance of an order)
Lehrformen	<ul style="list-style-type: none"> - seminaristische Vorlesungen - betreute Übungen - Diskussionen - Selbststudium
Voraussetzungen für die Teilnahme	Formale Voraussetzungen bestehen nicht. Insbesondere Kenntnisse folgender Pflichtmodule werden vorausgesetzt: Kostenrechnung (2. Semester)
Literatur / multimediale Lehr-und Lernprogramme	<p>Literatur:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Schuster, P., Hornung, M., Cleary, P.: Management Accounting, SpringerScience 2017 (in Vorbereitung) • Schuster, P.: Management Accounting & Management Control CD Rom (neueste Version) • Weitere Literatur wird in Veranstaltung bekannt gegeben (oder siehe auch erstgenannte Buchveröffentlichung)
Lehrbriefautor	entfällt, da Vollzeitstudium
Verwendbarkeit	Dieses Modul steht mit folgenden Modulen desselben Studiengangs in einem besonders engen Zusammenhang: Management Accounting & Management Control B: Accounting Information and Decision Influencing.

	Dieses Modul ist auch geeignet für andere wirtschaftswissenschaftlich ausgerichtete Studiengänge der Hochschule Schmalkalden.
Arbeitsaufwand / Gesamtworkload	gesamter Arbeitsaufwand: 150 Stunden, davon: 1) synchrone Lehre: 60 (Präsenzstudium) 2) asynchrone Lehre: 90, davon: Vorbereitung auf die Lehrveranstaltung (insbesondere Literaturstudium): 30 Nachbereitung der Lehrveranstaltung: 20 Vorbereitung auf die Prüfung: 40
ECTS und Gewichtung der Note in der Gesamtnote	5 ECTS-Punkte; Gewichtung: a) Studiengänge Wirtschaftswissenschaften sowie International Business and Economics: 5/180 b) Studiengänge Betriebswirtschaftslehre, Volkswirtschaftslehre und Wirtschaftspsychologie: 5/210
Leistungsnachweis	Klausur im Umfang von 60 Minuten (100%)
Semester	3.-7. Semester
Häufigkeit des Angebots	Angebot i.d.R. jedes Studienjahr, mindestens so oft, dass dieses Modul von jeder Alterskohorte zwischen dem jeweiligen 3. und 7. Semester gewählt werden kann
Dauer	1 Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl etc.)	Wahlpflichtmodul
Besonderes	Lehrveranstaltung und Prüfung werden in englischer Sprache durchgeführt.

Modulname	Management Accounting & Management Control B: Accounting Information and Decision Influencing
Modulverantwortlicher / Modulverantwortliche	Prof. Dr. Peter Schuster
Qualifikationsziele	<p>Die Studierenden sind in der Lage, die Qualifikationsziele folgender Lernzielkategorien zu erfüllen:</p> <p>1) Kennen: Die Studierenden sind in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> - Grundprinzipien der Kosten- und Leistungsrechnung (KLR) als Verhaltenssteuerungsrechnung zu erkennen, - Vorgehensweisen der KLR als Verhaltenssteuerungsrechnung zu wiederholen, - die Annahmen für eine solchermaßen ausgestaltete Rechnung zu kennen, - Umfang und Inhalt von Kostenmanagement zu identifizieren, - Prozesskostenrechnung zu kennen, - Target Costing zu wiederholen, - Lebenszykluskostenrechnungskonzepte einzuordnen, - Gründe für Koordinationsbedarf im Unternehmen zu erkennen. <p>2) Verstehen: Die Studierenden sind in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> - Verhaltenssteuerungsfunktion und Entscheidungsfunktion der internen Unternehmensrechnung zu vergleichen und zu unterscheiden, - entscheidungstheoretischer Grundlagen zur Lösung von Verhaltenssteuerungsproblemen abzuleiten, - Vereinfachungen und Repräsentanzgrößen als Basis von Informationssystemen und der Kosten- und Leistungsrechnung zu diskutieren, - Die Wertkettenanalyse und die strategische Kostenanalyse als umfassendes Konzept einer strategischen Kostenrechnung zu abstrahieren und zu interpretieren, - Auswertungsmöglichkeiten von Abweichungen von Soll-Ist-Vergleichen zu erläutern. <p>3) Anwenden: Die Studierenden sind in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> - Die Prozesskostenrechnung für unternehmerische Entscheidungen zu implementieren, - Konzepte des Target Costing für Entscheidungen über neue Produkte und Produkteinführungen zu demonstrieren, - Konzepte der Lebenszykluskostenrechnung auf langfristige Entscheidungssituation zu übertragen, - Methoden der Abweichungsanalyse auf konkrete Beispielsituationen zu überführen. <p>4) Analysieren: Die Studierenden sind in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> - Wirkungen getroffener Annahmen zu erfassen, - Funktionen von Kostenkontrollen zu charakterisieren und zu unterscheiden, - Funktionen von Erlöskontrollen zu charakterisieren und zu unterscheiden, - Funktionen von Erfolgskontrollen zu charakterisieren und zu unterscheiden, - Auswertungen bei Abweichungen auf (vermutet) beabsichtigten Verhaltensänderungen im Rahmen eines Agency-Modells zu erfassen, - Funktionen der Budgetierung zu charakterisieren. <p>5) Bewerten: Die Studierenden sind in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> - Die Vorgehensweise der Prozesskostenrechnung zu überprüfen und zu bewerten, - Die Vorgehensweise des Target Costing zu überprüfen und zu bewerten, - Die Vorgehensweise der Lebenszykluskostenrechnung zu überprüfen und zu bewerten

	<ul style="list-style-type: none"> - Die verschiedenen Methoden der Abweichungsanalyse kritisch zu beurteilen und ihre Aussagekraft zu bewerten, - Das Zusammenspiel von Budgetierung und Managementbeurteilung bei der Lösung von Koordinationsproblemen zu überprüfen. <p>6) Synthetisieren: Die Studierenden sind in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> • die Vorgehensweise der Grenzplankostenrechnung soweit nachzuvollziehen, dass eine eigenständige Argumentation für neue Verhaltenssteuerungsprobleme generiert werden kann, • die Eignung der Kosten- und Leistungsrechnung für die Beeinflussung unternehmerischer Entscheidungen Dritter einzuschätzen und eigene Argumentationen und Vorgehensweisen für individuelle unternehmensbezogene Entscheidungssituationen zu entwickeln, • die Eignung der internen Unternehmensrechnung insgesamt im Bezug zu einem Controllingssystem im Unternehmen bewerten zu können und die Grundlagen für ein unternehmensindividuelles Controlling kreieren zu können, • Typische Kosten-, Erlös- und Erfolgsabweichungen zu ermitteln und zu diskutieren und für eigene Entscheidungssituationen anzupassen, • Anreizeffekte bei der Partizipation im Rahmen der Budgetierung zu entwerfen und für eigene Entscheidungssituation einbauen zu können.
Modulinhalte	<p>Die Studierenden sind in der Lage, Wissen folgender Wissensarten zu erwerben:</p> <p>1) Faktenwissen:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Überblick über Prozesskostenrechnung als strategisches Entscheidungsinstrument, - Überblick über Target Costing als strategisches Entscheidungsinstrument, - Überblick über Lebenszykluskostenrechnung als strategisches Entscheidungsinstrument, - Überblick über den Einsatz der internen Unternehmensrechnung als Kontrollrechnung, - Überblick über Methoden der Abweichungsanalyse, - Überblick über den Einsatz der internen Unternehmensrechnung als Koordinationsrechnung, - Überblick über Budgetierung und Anreize. <p>2) Begriffliches Wissen:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Prinzipien der Verhaltenssteuerung bei Anwendung der internen Unternehmensrechnung, - Klassifikation von Abweichungsanalysemethoden, - Vergleichendes Verständnis von Prozesskostenrechnung in anglo-amerikanischer und deutscher Sicht, - Modellannahmen und Strukturen von Kontrollrechnungen, - Modellannahmen und Strukturen von Koordinationsrechnungen. <p>3) Verfahrenorientiertes Wissen:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Gemeinkostenmanagement unter Einsatz der Prozesskostenrechnung, - Strategische Kalkulation unter Einsatz der Prozesskostenrechnung, - Kundenprofitabilitätsanalysen unter Einsatz der Prozesskostenrechnung, - Vergleichende Analyse verschiedener Methoden der Abweichungsanalyse, insbes. der differenzierten Methode, der kumulativen Methode, der alternativen Methode, der symmetrischen Methode und der MIN-Methode.

	<p>4) Metakognitives Wissen:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Wissen um die Mängel von (notwendigen) Annahmen und Fähigkeit der Beurteilung der optimalen Komplexität von Verfahren der internen Unternehmensrechnung, - Wissen um die Mängel der Verfahren des strategischen Kostenmanagements, - Wissen um die Mängel der Verfahren der Abweichungsanalyse, - Wissen um die Mängel von Budgetierungsverfahren. <p>Learning Objectives:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Understand the range and contents of cost management - Present the value chain analysis and the strategic cost analysis as an extensive draft of strategic management accounting - Use activity-based costing for cost management - Understand target costing - Understand basic ideas of life cycle costing - Understand the variance analysis'functions - Understand the problems of the variance analysis and its significance and informational value - Compare different methods of variance analysis - Determine and discuss typical cost, revenue and contribution margin variances - Analyse variances on account of (assumed) intended behavioural changes in the framework of an agency model - Understand the reasons for the coordination requirement - Analyse the functions of budgeting - Show the interactions of budgeting and manager's appraisal with the solution of the coordination problems - Analyse incentives and the role of participation in the budgeting process <p>Learning Outcomes:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Introduction to and understanding of management accounting information as used for decision influencing (within the framework of assessing the main functions of management accounting, and in this module: behaviour guiding). - The course aims at providing a specific perspective on management accounting, as represented by the book used (Schuster, Hornung, Cleary). <p>Inhaltsübersicht:</p> <p>1. Cost Management</p> <ul style="list-style-type: none"> • Activity-based Costing • Target Costing • Life Cycle Costing <p>2. Variance Analysis</p> <ul style="list-style-type: none"> • Functions of variance analysis • The variance analysis process • Examples of cost, revenues, price and contribution margin variances <p>3. Coordination, Budgeting and Incentives</p> <ul style="list-style-type: none"> • Responsibility in decentralised organisations • Budgeting and the "master budget" • Budgeting, participation and incentives
Lehrformen	<ul style="list-style-type: none"> - seminaristische Vorlesungen - betreute Übungen - Diskussionen - Selbststudium

Voraussetzungen für die Teilnahme	Formale Voraussetzungen bestehen nicht. Insbesondere Kenntnisse folgender Pflichtmodule werden vorausgesetzt: Kostenrechnung (2. Semester)
Literatur / multimediale Lehr- und Lernprogramme	Literatur: <ul style="list-style-type: none"> - Schuster, P., Hornung, M., Cleary, P.: Management Accounting, SpringerScience 2017 (in Vorbereitung) - Schuster, P.: Management Accounting & Management Control CD Rom (neueste Version) - Weitere Literatur wird in Veranstaltung bekannt gegeben (oder siehe auch erstgenannte Buchveröffentlichung)
Lehrbriefautor	entfällt, da Vollzeitstudium
Verwendbarkeit	Dieses Modul steht mit folgenden Modulen desselben Studiengangs in einem besonders engen Zusammenhang: Management Accounting & Management Control A: Accounting Information and Decision Making. Dieses Modul ist auch geeignet für andere wirtschaftswissenschaftlich ausgerichtete Studiengänge der Hochschule Schmalkalden.
Arbeitsaufwand / Gesamtworkload	gesamter Arbeitsaufwand: 150 Stunden, davon: 1) synchrone Lehre: 60 (Präsenzstudium) 2) asynchrone Lehre: 90, davon: Vorbereitung auf die Lehrveranstaltung (insbesondere Literaturstudium): 30 Nachbereitung der Lehrveranstaltung: 20 Vorbereitung auf die Prüfung: 40
ECTS und Gewichtung der Note in der Gesamtnote	5 ECTS-Punkte; Gewichtung: a) Studiengänge Wirtschaftswissenschaften sowie International Business and Economics: 5/180 b) Studiengänge Betriebswirtschaftslehre, Volkswirtschaftslehre und Wirtschaftspsychologie: 5/210
Leistungsnachweis	Klausur im Umfang von 60 Minuten (100%)
Semester	3.-7. Semester
Häufigkeit des Angebots	Angebot i.d.R. jedes Studienjahr, mindestens so oft, dass dieses Modul von jeder Alterskohorte zwischen dem jeweiligen 3. und 7. Semester gewählt werden kann
Dauer	1 Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl etc.)	Wahlpflichtmodul
Besonderes	Lehrveranstaltung und Prüfung werden in englischer Sprache durchgeführt.

Modulname	Marketing A: Strategic Marketing and Brand Management
Modulverantwortlicher / Modulverantwortliche	Prof. Dr. Sebastian Ullrich
Qualifikationsziele	<p>Die Studierenden sind in der Lage, die Qualifikationsziele folgender Lernzielkategorien zu erfüllen:</p> <p>1) Kennen: Die Studierenden sind in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> - strategische Planung zu wiederholen, - strategische Analyse zu identifizieren, - strategisches Marketing auf der Unternehmens- und der Geschäftsfeldebene zu wiederholen, - Kreativitätstechniken zu wiederholen, - konsumentenbasierten Markenwert zu identifizieren, - Markenpositionierung und Werte zu identifizieren, - das Planen und Implementieren eines Marketingprogramms zu erkennen, - das Messen und Interpretieren der Markenleistung zu erkennen, und - Möglichkeiten für das Wachstum und den Erhalt des Markenwerts zu identifizieren. <p>2) Verstehen: Die Studierenden sind in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> - strategische Planung zu erläutern, - strategische Analyse zu interpretieren, - strategisches Marketing auf der Unternehmens- und der Geschäftsfeldebene zu illustrieren, - Kreativitätstechniken zu erläutern, - konsumentenbasierten Markenwert zu illustrieren, - Markenpositionierung und Werte zu interpretieren, - das Planen und Implementieren eines Marketingprogramms zu vergleichen, - das Messen und Interpretieren der Markenleistung zu generalisieren, und - Möglichkeiten für das Wachstum und den Erhalt des Markenwerts zu interpretieren. <p>3) Anwenden: Die Studierenden sind in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> - strategische Planung zu anzuwenden, - strategische Analyse zu implementieren, - strategisches Marketing auf der Unternehmens- und der Geschäftsfeldebene zu demonstrieren, - Kreativitätstechniken anzuwenden, - konsumentenbasierten Markenwert anzuwenden, - Markenpositionierung und Werte zu übertragen, - das Planen und Implementieren eines Marketingprogramms zu lösen, - das Messen und Interpretieren der Markenleistung zu implementieren, und - Möglichkeiten für das Wachstum und den Erhalt des Markenwerts zu demonstrieren. <p>4) Analysieren: Die Studierenden sind in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> - strategische Planung zu charakterisieren, - strategische Analyse zu strukturieren, - strategisches Marketing auf der Unternehmens- und der Geschäftsfeldebene zu unterscheiden, - konsumentenbasierten Markenwert zu charakterisieren, - Markenpositionierung und Werte zu strukturieren, - das Planen und Implementieren eines Marketingprogramms zu strukturieren, - das Messen und Interpretieren der Markenleistung zu unterscheiden, und - Möglichkeiten für das Wachstum und den Erhalt des Markenwerts zu erfassen.

	<p>5) Bewerten: Die Studierenden sind in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> - strategische Planung zu überprüfen, - strategische Analyse zu bewerten, - strategisches Marketing auf der Unternehmens- und der Geschäftsfeldebene zu beurteilen, - konsumentenbasierten Markenwert zu bewerten, - Markenpositionierung und Werte zu evaluieren, - das Planen und Implementieren eines Marketingprogramms zu schätzen, - das Messen und Interpretieren der Markenleistung zu überprüfen, und - Möglichkeiten für das Wachstum und den Erhalt des Markenwerts zu testen. <p>6) Synthetisieren: Die Studierenden sind in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> - strategische Planung unternehmensbezogen zu generieren, - strategische Analyse unternehmensbezogen zu entwerfen, - strategisches Marketing auf der Unternehmens- und der Geschäftsfeldebene zu konstruieren, - konsumentenbasierten Markenwert zu produzieren, - Markenpositionierung und Werte zu kreieren, - das Planen und Implementieren eines Marketingprogramms zu generieren, - das Messen und Interpretieren der Markenleistung zu konstruieren, und - Möglichkeiten für das Wachstum und den Erhalt des Markenwerts zu generieren.
Modulinhalte	<p>Die Studierenden sind in der Lage, Wissen folgender Wissensarten zu erwerben:</p> <p>1) Faktenwissen:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Überblick über Strategisches Marketing, - Überblick über Situationsanalysen, - Überblick über strategische Planung auf der Unternehmens- und der Geschäftsfeldebene, - Überblick über Kreativitätstechniken, - Überblick über konsumentenbasierten Markenwert, - Überblick über Markenpositionierung und Werte, - Überblick über Marketingprogramme, Markenleistungen und Markenentwicklungen <p>2) Begriffliches Wissen:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Wissen über Situationsanalyse und strategische Planung, - Wissen über Kreativitätstechniken, und - Wissen über Markenführung. <p>3) Verfahrenorientiertes Wissen:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Fähigkeiten, Situationsanalysen durchzuführen, - Fähigkeiten, auf der Unternehmens- und der Geschäftsfeldebene strategisch zu planen, - Fähigkeiten, Markenassoziationen und Markenwert zu analysieren - Fähigkeiten, Markenassoziationen mit Markenelementen, Marketingprogrammen und sekundären Markenassoziationen zu kommunizieren. <p>4) Metakognitives Wissen:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Wissen über die herausragende Bedeutung von Markenwissen auf das Konsumentenverhalten - Wissen über das Kommunizieren und Verknüpfen von Assoziationen an eine Entität - Strategische Kommunikation um Konsumenten zu helfen, langfristig unter den aktuellen Kommunikationsbedingungen Markenwissen aufzubauen.

	<p>Inhaltsübersicht:</p> <p>1 Strategisches Marketing 1.A Strategisches Marketing: Überblick 1.B Situationsanalyse 1.C Strategische Planung auf der Unternehmensebene 1.D Strategische Planung auf der Geschäftsfeldebene</p> <p>2 Kreativitäts-Workshop</p> <p>3 Markenführung 3.A Marken und Markenführung 3.B Markenpositionierung und Werte identifizieren 3.C Planung und Implementierung eines Marketingprogramms 3.D Messen und Interpretieren der Markenleistung 3.E Steigern und Erhalten des Markenwerts</p>
Lehrformen	<ul style="list-style-type: none"> - seminaristische Vorlesungen - betreute Übungen - hermeneutische Diskurse - Diskussionen - Selbststudium
Voraussetzungen für die Teilnahme	<p>Formale Voraussetzungen bestehen nicht. Insbesondere Kenntnisse folgender Pflichtmodule werden vorausgesetzt: Absatzwirtschaft</p>
Literatur / multimediale Lehr- und Lernprogramme	<p>Literatur (vorzugsweise in der jeweils neuesten Auflage):</p> <ul style="list-style-type: none"> - Keller, K.L., Apéria, T., Georgson, M. (2011): Strategic Brand Management: A European Perspective, Pearson Education. - Keller, K.L. (2013): Strategic Brand Management, Global edition, Pearson Education. - Kotler, P., Keller, K.L. (2015). Marketing Management, Pearson Education. - Collins, J.C.; Porras, J.I. (1996): Building Your Company's Vision, Harvard Business Review, 9/1996. - Weitere wissenschaftliche Fachartikel
Lehrbriefautor	entfällt, da Vollzeitstudium
Verwendbarkeit	<p>Dieses Modul steht mit folgenden Modulen desselben Studiengangs in einem besonders engen Zusammenhang: Absatzwirtschaft Marketing B: Markenkommunikation Marketing C: Konsumentenverhalten und Marktforschung.</p> <p>Dieses Modul ist auch geeignet für andere wirtschaftswissenschaftlich ausgerichtete Studiengänge der Hochschule Schmalkalden.</p>
Arbeitsaufwand / Gesamtworkload	<p>gesamter Arbeitsaufwand: 150 Stunden, davon:</p> <p>1) synchrone Lehre: 60 (Präsenzstudium) 2) asynchrone Lehre: 90, davon: Vorbereitung auf die Lehrveranstaltung (insbesondere Literaturstudium): 30 Nachbereitung der Lehrveranstaltung: 30 Vorbereitung auf die Prüfung: 30</p>
ECTS und Gewichtung der Note in der Gesamtnote	<p>5 ECTS-Punkte; Gewichtung: a) Studiengänge Wirtschaftswissenschaften sowie International Business and Economics: 5/180 b) Studiengänge Betriebswirtschaftslehre, Volkswirtschaftslehre und Wirtschaftspsychologie: 5/210</p>
Leistungsnachweis	Klausur im Umfang von 60 Minuten (100%)
Semester	3.-7. Semester

Häufigkeit des Angebots	Angebot i.d.R. jedes Studienjahr, mindestens so oft, dass dieses Modul von jeder Alterskohorte zwischen dem jeweiligen 3. und 6. Semester gewählt werden kann
Dauer	1 Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl etc.)	Wahlpflichtmodul

Modulname	Marketing D: Current Topics in Marketing
Responsible instructor	Prof. Dr. Sebastian Ullrich
Learning objectives	<p>Students will be able to meet the skill objectives of the following learning objective categories:</p> <p>1) Understand and Apply: Students will be able to,</p> <ul style="list-style-type: none"> - Explain and apply marketing research processes, - explain research questions, - Create experimental designs, - Conduct and explain surveys, - Analyze data, and - Illustrate research findings. <p>2) Analyze and Evaluate: Students will be able to,</p> <ul style="list-style-type: none"> - Review marketing research processes, - Structure and evaluate research questions, - Distinguish and evaluate experimental designs, - Structure and evaluate surveys, - Structure and evaluate data analysis processes, and - Distinguish and review research findings.
Course contents	<p>In this course, different current topics are covered each year. Examples include social media, word of mouth and green marketing. The students interactively familiarize themselves with the relevant basics of the topic. In small groups, they focus on an individual, practice-oriented problem. This can take place within the framework of a survey or an experiment.</p> <p>Students will be able to acquire knowledge of the following types of knowledge:</p> <p>1) Factual knowledge and conceptual knowledge:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Currently relevant marketing topics, e.g., digital marketing, green marketing, or social media marketing, - Marketing research process, - Research questions, - Experimental design, - Scales and sampling, - Specific statistical methods, - Data analysis, - Scientific presentation of results <p>2) Procedural and Metacognitive Knowledge:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Skills to conduct a marketing research process, - Skills to formulate research questions, - Skills to create experimental designs and questionnaires, - Skills to conduct experiments - Skills to analyze data and visualize results. <p>Table of Contents:</p> <p>1 Introduction to a current marketing topic. 2 Introduction to marketing research 2.A Research questions and research designs 2.B Experiments and questionnaires 2.C Scales and sampling 2.D D Data collection 2.E Specific statistical methods 2.F Data analysis 2.G Presentation of results</p>

Teaching methods	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Lectures ▪ Research project ▪ Hermeneutic discourses ▪ Discussion ▪ Self-study
Prerequisites	<p>There are no formal prerequisites. In particular, knowledge of the following mandatory modules is required:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Marketing
Suggested reading	<p>Semester-specific literature in the form of scholarly articles.</p> <p>Background literature: Redler, J.; Ullrich, S. (2022): Marketing klipp & klar or any other marketing book featuring an extensive marketing research section</p>
Applicability	<p>This course is in particular applicable to the following bachelor programs: business administration, business & economics, business psychology, economics, and international business & economics. This course is also applicable to other business-oriented bachelor programs offered by Schmalkalden University of Applied Sciences</p> <p>This module is related to the following modules:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Marketing or Fundamentals of Marketing - Marketing A: Strategic Marketing and Brand Management - Marketing B: Brand Communication - Marketing C: Consumer Psychology
Workload	<p>Total workload: 150 hours:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Lecture: 60 2) Self-study: 90: <ul style="list-style-type: none"> - Course preparation: 10 - Research project: 60 - Exam preparation: 20
ECTS credit points and weighting factor	<p>5 ECTS credits; Weighting factors: a) Courses in Economics and International Business and Economics: 5/180 b) Courses of studies in Business Administration, Economics and Business Psychology: 5/210</p>
Basis of student evaluation	<p>Written exam of 60 minutes (66.6%), research project (33.3%).</p>
Time	<p>3rd-6th semester</p>
Frequency	<p>Each academic year</p>
Duration	<p>One semester</p>
Course type	<p>Elective course</p>
Remarks	<p>Teaching language is English</p>

Modulname	Marketing D: Current Topics in Marketing
Modulverantwortlicher / Modulverantwortliche	Prof. Dr. Sebastian Ullrich
Qualifikationsziele	<p>Die Studierenden sind in der Lage, die Qualifikationsziele folgender Lernzielkategorien zu erfüllen:</p> <p>1) Verstehen und anwenden: Die Studierenden sind in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> - Marketingforschungsprozesse zu erläutern und anzuwenden, - Forschungsfragen zu erklären, - experimentelle Designs zu erstellen, - Befragungen durchzuführen und zu erläutern, - Daten auszuwerten, und - Forschungsergebnisse zu illustrieren. <p>2) Analysieren und bewerten: Die Studierenden sind in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> - Marketingforschungsprozesse zu überprüfen, - Forschungsfragen zu strukturieren und zu bewerten, - experimentelle Designs zu unterscheiden und zu beurteilen, - Befragungen zu strukturieren und zu evaluieren, - Datenauswertungsprozesse zu strukturieren und zu bewerten, und - Forschungsergebnisse zu unterscheiden und zu überprüfen.
Modulinhalte	<p>In diesem Kurs wird jedes Jahr ein aktuelles Marketingthemen behandelt. Beispiele sind Social Media, Word of Mouth und Green Marketing. Die Studierenden machen sich interaktiv mit den relevanten Grundlagen des Themas vertraut. In Kleingruppen beschäftigen sie sich mit einer individuellen, praxisorientierten Problemstellung. Dies kann im Rahmen einer Umfrage oder eines Experiments geschehen.</p> <p>Die Studierenden sind in der Lage, Wissen folgender Wissensarten zu erwerben:</p> <p>1) Faktenwissen und begriffliches Wissen:</p> <ul style="list-style-type: none"> - aktuell relevante Marketingthemen, z.B. Digital Marketing, Green Marketing oder Social Media Marketing, - Marketingforschungsprozess, - Forschungsfragen, - Experimentelles Design, - Skalen und Sampling, - Spezifische Statistikmethoden, - Datenanalyse, - Wissenschaftliche Ergebnisdarstellung <p>2) Verfahrenorientiertes und metakognitives Wissen:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Fähigkeiten, einen Marketingforschungsprozess durchzuführen, - Fähigkeiten, Forschungsfragen zu formulieren, - Fähigkeiten, experimentelle Designs und Fragebögen zu erstellen, - Fähigkeiten, Experimente durchzuführen - Fähigkeiten, Daten auszuwerten und Ergebnisse zu visualisieren. <p>Inhaltsübersicht:</p> <p>1 Einführung in ein aktuelles Marketingthema 2 Einführung in die Marketingforschung 2.A Forschungsfragen und Forschungsdesigns 2.B Experimente und Fragebögen 2.C Skalen und Sampling 2.D Datenerhebung</p>

	<p>2.E Spezifisches Statistikmethoden 2.F Datenanalyse 2.G Ergebnispräsentation</p>
Lehrformen	<ul style="list-style-type: none"> - seminaristische Vorlesungen - Projektstudie - hermeneutische Diskurse - Diskussionen - Selbststudium
Voraussetzungen für die Teilnahme	<p>Formale Voraussetzungen bestehen nicht. Insbesondere Kenntnisse folgender Pflichtmodule werden vorausgesetzt: - Absatzwirtschaft bzw. Grundlagen des Marketings</p>
Literatur / multimediale Lehr-und Lernprogramme	<p>Semesterspezifische Literatur in Form von wissenschaftlichen Fachartikeln</p> <p>Hintergrundliteratur: Redler, J.; Ullrich, S. (2022): Marketing klipp & klar</p>
Verwendbarkeit	<p>Dieser Kurs ist insbesondere für die folgenden Bachelor-Studiengänge geeignet: Betriebswirtschaftslehre, International Business & Economics, Volkswirtschaftslehre, Wirtschaftspsychologie und Wirtschaftswissenschaften. Die Lehrveranstaltung ist auch für andere wirtschaftsorientierte Bachelorstudiengänge der Hochschule Schmalkalden geeignet.</p> <p>Dieses Modul steht im Zusammenhang mit den folgenden Modulen: - Grundlagen des Marketings - Marketing A: Strategisches Marketing und Markenmanagement - Marketing B: Markenkommunikation - Marketing C: Konsumentenpsychologie</p>
Arbeitsaufwand / Gesamtworkload	<p>gesamter Arbeitsaufwand: 150 Stunden, davon: 1) synchrone Lehre: 60 (Präsenzstudium) 2) asynchrone Lehre: 90, davon: - Vorbereitung auf die Lehrveranstaltung (insbesondere Literaturstudium): 10 - Durchführung der Forschungsstudie: 60 - Vorbereitung auf die Prüfung: 20</p>
ECTS und Gewichtung der Note in der Gesamtnote	<p>5 ECTS-Punkte; Gewichtung: a) Studiengänge Wirtschaftswissenschaften sowie International Business and Economics: 5/180 b) Studiengänge Betriebswirtschaftslehre, Volkswirtschaftslehre und Wirtschaftspsychologie: 5/210</p>
Leistungsnachweis	Klausur im Umfang von 60 Minuten (66,6%), Forschungsprojekt (33,3%)
Semester	2.-6. Semester
Häufigkeit des Angebots	Angebot i.d.R. jedes Studienjahr, mindestens so oft, dass dieses Modul von jeder Alterskohorte zwischen dem jeweiligen 2. und 6. Semester gewählt werden kann
Dauer	1 Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl etc.)	Wahlpflichtmodul (wirtschaftswissenschaftliche Studiengänge und Wirtschaftspsychologie)
Besonderes	

Modulname	P/O A: Personalmanagement
Modulverantwortlicher / Modulverantwortliche	Prof. Dr. Andreas Kammel
Qualifikationsziele	Die Studierenden sind in der Lage, - die Zusammenhänge von Unternehmensführung, Personalpolitik und Personalplanung zu identifizieren - die Kernaussagen von Leistungsfähigkeit, Leistungsbereitschaft und Leistungswirksamkeit im Zusammenhang mit der Arbeitsproduktivität zu analysieren, - praxistaugliche Instrumente des Personalcontrolling zu erfassen, - unterschiedliche Aufgabenfelder des Personalmanagements zu identifizieren, - die Zusammenhänge von Personalbeschaffung, Personalentwicklung und Personaleinsatzplanung zu erkennen.
Modulinhalte	Inhaltsübersicht: 1 Grundlagen des Personalmanagements 1.1 Gegenstandsbereich 1.2 Zielsetzungen 1.3 konzeptionelle „Bausteine“ 2 Personalpolitik und Personalplanung 2.1 Strategie 2.2 operative Personalplanung 3 Personalcontrolling 3.1 Konzept 3.2 Praxistaugliche Instrumente 4 Aufgabenfelder des Personalmanagements 4.1 Personalbedarfsermittlung 4.2 Personalbeschaffung 4.3 Personalentwicklung 4.4 Personaleinsatz 4.5 Vergütung und Anreizsysteme 4.6 Personalfreisetzung
Lehrformen	- seminaristische Vorlesungen - betreute Übungen - Diskussionen - Fallstudienbearbeitung - Projektarbeit - studentische Vorträge - Selbststudium
Voraussetzungen für die Teilnahme	Formale Voraussetzungen bestehen nicht. Insbesondere Kenntnisse folgender Pflichtmodule werden vorausgesetzt: - Einführung in die Wirtschaftswissenschaften - Unternehmensführung
Literatur / multimediale Lehr- und Lernprogramme	Literatur (vorzugsweise in der jeweils neuesten Auflage): Hentze, J./Graf, A./Kammel, A: Personalwirtschaftslehre, 2 Bde. Bern/Stuttgart/Wien Pilz, G.: Personalwirtschaft. Schritt für Schritt. Arbeitsbuch, Konstanz/München
Lehrbriefautor	entfällt, da Vollzeitstudium
Verwendbarkeit	Dieses Modul steht mit folgenden Modulen desselben Studiengangs in einem besonders engen Zusammenhang:

	<ul style="list-style-type: none"> - P/O B: Personalführung - P/O C: Arbeitsrecht <p>Dieses Modul ist auch geeignet für andere wirtschaftswissenschaftlich ausgerichtete Studiengänge der Hochschule Schmalkalden.</p>
Arbeitsaufwand / Gesamtworkload	<p>gesamter Arbeitsaufwand: 150 Stunden, davon:</p> <p>1) synchrone Lehre: 60 (Präsenzstudium)</p> <p>2) asynchrone Lehre: 90, davon:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Vorbereitung auf die Lehrveranstaltung (insbesondere Literaturstudium): 30 - Nachbereitung der Lehrveranstaltung: 15 - Vorbereitung auf die studienbegleitende Leistung (Referat): 25 - Vorbereitung auf die Prüfung: 20
ECTS und Gewichtung der Note in der Gesamtnote	<p>5 ECTS-Punkte; Gewichtung:</p> <p>a) Studiengänge Wirtschaftswissenschaften sowie International Business and Economics: 5/180</p> <p>b) Studiengänge Volkswirtschaftslehre sowie Betriebswirtschaftslehre: 5/210</p>
Leistungsnachweis	<ul style="list-style-type: none"> - Klausur im Umfang von 60 Minuten (80%) - studienbegleitende Leistung in Form eines Referates (20%)
Semester	3.-6. Semester
Häufigkeit des Angebots	Angebot i.d.R. jedes Studienjahr, mindestens so oft, dass dieses Modul von jeder Alterskohorte zwischen dem jeweiligen 4. und 6. Semester gewählt werden kann
Dauer	1 Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl etc.)	Wahlpflichtmodul
Besonderes	

Modulname	P/O B: Personalführung und Organisation
Modulverantwortlicher / Modulverantwortliche	Prof. Dr. Andreas Kammel
Qualifikationsziele	<p>Die Studierenden sind in der Lage, die Qualifikationsziele folgender Lernzielkategorien zu erfüllen:</p> <p>1) Kennen: Die Studierenden sind in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> - die Zusammenhänge von Unternehmensführung, Organisation und Personalführung zu identifizieren - die Kernaussagen von Leistungsfähigkeit, Leistungsbereitschaft und Leistungswirksamkeit im Zusammenhang mit Arbeitsproduktivität, Organisation und Personalführung zu analysieren, - praxistaugliche Instrumente der Personalführung kritisch zu bewerten, - unterschiedliche Aufgabenfelder der Führungskraft zu erfassen, - die Zusammenhänge von Organisationsgestaltung, Zielsetzung, Delegation, Führungskommunikation, Mitarbeiterbeurteilung, Führungsstil und Arbeitsmotivation zu erkennen.
Modulinhalte	<ul style="list-style-type: none"> - Basiswissen zur Personalführung, um Probleme der Zielsetzung, Delegation, Vorgesetzten-Mitarbeiter-Kommunikation, Mitarbeiterbeurteilung, Gestaltung des individuellen Führungsstils und der Arbeitsmotivation lösen können, - Überblick über die zentralen Problemstellungen der Personalführung und der zielkonformen Organisationsgestaltung. - Wissen über die Zusammenhänge der Aufgabenfelder der Organisationsgestaltung und der Personalführung, - Gegenstandsbereiche der betrieblichen Organisationsgestaltung und Personalarbeit. - Fallstudienanalyse, - Theorie-Praxis-Verknüpfung <p>Inhaltsübersicht:</p> <p>1 Grundlagen der Personalführung 1.1 Gegenstandsbereich 1.2 Zielsetzungen 1.3 Gestaltungsparameter</p> <p>2 Mitarbeitermotivation 2.1 Motivationstheorien 2.2 Präventive Führung</p> <p>3 Theorien der Führung und des Führungserfolges 3.1 Eigenschafts- und Verhaltenstheorien 3.2 Situationstheorien 3.3 Charismatische und transformative Führung 3.4 Theorie-Praxis-Verknüpfung</p> <p>4 Gestaltungsfelder praktischer Mitarbeiterführung 4.1 Management by Objectives 4.2 Delegation und Empowerment 4.3 Führungskommunikation 4.4 Führungsstile und Führungskompetenzen 4.5 Führungsfunktionen und Führungsinstrumente 4.6 Konfliktmanagement 4.7 Führung von Teams</p>
Lehrformen	<ul style="list-style-type: none"> - separatistische Vorlesungen - betreute Übungen - hermetische Diskurse - Diskussionen - Fallstudienbearbeitung - Projektarbeit - studentische Vorträge - Selbststudium

Voraussetzungen für die Teilnahme	Formale Voraussetzungen bestehen nicht. Insbesondere Kenntnisse folgender Pflichtmodule werden vorausgesetzt: - Einführung in die Wirtschaftswissenschaften - Unternehmensführung
Literatur / multimediale Lehr- und Lernprogramme	Literatur (vorzugsweise in der jeweils neuesten Auflage): Hentze, J./Graf, A./Kammel, A./Lindert, K.: Personalführungslehre, Bern/Stuttgart/Wien Lieber, B.: Personalführung...leicht verständlich, Konstanz/München
Lehrbriefautor	entfällt, da Vollzeitstudium
Verwendbarkeit	Dieses Modul steht mit folgenden Modulen desselben Studiengangs in einem besonders engen Zusammenhang: - P/O A: Personalmanagement - P/O C: Arbeitsrecht Dieses Modul ist auch geeignet für andere wirtschaftswissenschaftlich ausgerichtete Studiengänge der Hochschule Schmalkalden.
Arbeitsaufwand / Gesamtworkload	gesamter Arbeitsaufwand: 150 Stunden, davon: 1) synchrone Lehre: 60 (Präsenzstudium) 2) asynchrone Lehre: 90, davon: - Vorbereitung auf die Lehrveranstaltung (insbesondere Literaturstudium): 30 - Nachbereitung der Lehrveranstaltung: 15 - Vorbereitung auf die studienbegleitende Leistung (Referat): 25 - Vorbereitung auf die Prüfung: 20
ECTS und Gewichtung der Note in der Gesamtnote	5 ECTS-Punkte; Gewichtung: a) Studiengänge Wirtschaftswissenschaften sowie International Business and Economics: 5/180 b) Studiengänge Volkswirtschaftslehre sowie Betriebswirtschaftslehre: 5/210
Leistungsnachweis	Klausur im Umfang von 60 Minuten (80%) - studienbegleitende Leistung in Form eines Referates (20%)
Semester	3.-6. Semester
Häufigkeit des Angebots	Angebot i.d.R. jedes Studienjahr, mindestens so oft, dass dieses Modul von jeder Alterskohorte zwischen dem jeweiligen 4. und 6. Semester gewählt werden kann
Dauer	1 Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl etc.)	Wahlpflichtmodul
Besonderes	

Modulname	Individualarbeitsrecht
Modulverantwortlicher / Modulverantwortliche	Prof. Dr. Manfred Herbert
Qualifikationsziele	Die Studierenden erarbeiten sich gründliche Kenntnisse im Individualarbeitsrecht aus der Perspektive des Personalmanagements, üben die juristischen Methoden ein, entwickeln ein Verständnis für die rechtlichen Rahmenbedingungen von Personalentscheidungen im Betrieb und die Kompetenz, einschlägige Rechtsprobleme zu analysieren und zu lösen.
Modulinhalte	<p>A. Grundlagen</p> <ol style="list-style-type: none"> I. Begriff, Funktion und Einteilung des Arbeitsrechts II. Rechtsquellen III. Grundlegende Begriffe <p>B. Begründung des Arbeitsverhältnisses</p> <ol style="list-style-type: none"> I. Vertragsanbahnung II. Abschluss des Arbeitsvertrags III. Nichtvollzug des abgeschlossenen Arbeitsvertrags IV. Probezeit <p>C. Durchführung des Arbeitsverhältnisses</p> <ol style="list-style-type: none"> I. Pflichten des Arbeitnehmers II. Haftung des Arbeitnehmers III. Pflichten des Arbeitgebers IV. Haftung des Arbeitgebers <p>D. Beendigung des Arbeitsverhältnisses</p> <ol style="list-style-type: none"> I. Überblick II. Befristete Arbeitsverhältnisse III. Kündigung IV. Aufhebungs- und Abwicklungsvertrag <p>E. Besondere Arbeitsverhältnisse</p> <ol style="list-style-type: none"> I. Teilzeitarbeit II. Arbeitnehmerüberlassung <
Lehrformen	<ul style="list-style-type: none"> - seminaristische Vorlesungen - Fallstudien - Diskussionen - Selbststudium
Voraussetzungen für die Teilnahme	<p>Formale Voraussetzungen bestehen nicht. Insbesondere Kenntnisse in folgendem Pflichtmodul werden vorausgesetzt:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Grundlagen des Wirtschaftsrechts, Bürgerliches Recht und Arbeitsrecht
Literatur / multimediale Lehr- und Lernprogramme	<p>Literatur (vorzugsweise in der jeweils neuesten Auflage):</p> <ul style="list-style-type: none"> - Arbeitsgesetze (Beck Texte im dtv) - Brox/Rüthers/Henssler, Arbeitsrecht - Dütz/Thüsing, Arbeitsrecht - Hirdina, Grundzüge des Arbeitsrechts - Hromadka/Maschmann, Arbeitsrecht, Bd. 1 - Junker, A., Grundkurs Arbeitsrecht - Ring, Arbeitsrecht für Wirtschaftswissenschaftler - Senne, P., Arbeitsrecht - Wörlen/Kokemoor, Arbeitsrecht

Lehrbriefautor	entfällt, da Vollzeitstudium
Verwendbarkeit	<p>Dieses Modul steht mit folgenden Modulen desselben Studiengangs in einem besonders engen Zusammenhang:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Grundlagen des Wirtschaftsrechts, Bürgerliches Recht und Arbeitsrecht - Kollektivarbeitsrecht <p>Dieses Modul ist auch geeignet für andere wirtschaftswissenschaftlich ausgerichtete Studiengänge der Hochschule Schmalkalden.</p>
Arbeitsaufwand / Gesamtworkload	<p>gesamter Arbeitsaufwand: 150 Stunden, davon:</p> <p>1) synchrone Lehre: 60 (Präsenzstudium)</p> <p>2) asynchrone Lehre: 90, davon:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Vorbereitung auf die Lehrveranstaltung (insbesondere Literaturstudium): 20 - Nachbereitung der Lehrveranstaltung: 20 - Fallstudien: 20 - Vorbereitung auf die Prüfung: 30
ECTS und Gewichtung der Note in der Gesamtnote	<p>5 ECTS-Punkte; Gewichtung: a) Studiengänge Wirtschaftswissenschaften sowie International Business and Economics: 5/180 Studiengänge Volkswirtschaftslehre sowie Betriebswirtschaftslehre: 5/210</p>
Leistungsnachweis	Klausur im Umfang von 60 Minuten (100%)
Semester	4.-6. Semester
Häufigkeit des Angebots	i.d.R. jedes zweite Studienjahr
Dauer	1 Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl etc.)	Wahlpflichtmodul
Besonderes	-

Modulname	Kollektivarbeitsrecht und Arbeitsschutzrecht
Modulverantwortlicher / Modulverantwortliche	Prof. Dr. Manfred Herbert
Qualifikationsziele	Die Studierenden erarbeiten sich gründliche Kenntnisse im Kollektivarbeitsrecht und Arbeitsschutzrecht aus der Perspektive des Personalmanagements, üben die juristischen Methoden ein, entwickeln ein Verständnis für die rechtlichen Rahmenbedingungen von Personalentscheidungen im Betrieb und die Kompetenz, einschlägige Rechtsprobleme zu analysieren und zu lösen.
Modulinhalte	<p>A. Kollektivarbeitsrecht</p> <ul style="list-style-type: none"> I. Grundlagen II. Koalitionsrecht III. Tarifvertragsrecht IV. Arbeitskampfrecht V. Betriebsverfassungsrecht VI. Recht der Unternehmensmitbestimmung <p>B. Arbeitsschutzrecht</p> <ul style="list-style-type: none"> I. Grundlagen II. Technischer Arbeitsschutz III. Arbeitszeitschutz IV. Schutz schwerbehinderter Menschen V. Mutterschutz VI. Jugendarbeitsschutz
Lehrformen	<ul style="list-style-type: none"> - seminaristische Vorlesungen - Fallstudien - Diskussionen - Selbststudium
Voraussetzungen für die Teilnahme	Formale Voraussetzungen bestehen nicht. Insbesondere Kenntnisse in folgendem Pflichtmodul werden vorausgesetzt: <ul style="list-style-type: none"> - Grundlagen des Wirtschaftsrechts, Bürgerliches Recht und Arbeitsrecht
Literatur / multimediale Lehr- und Lernprogramme	Literatur (vorzugsweise in der jeweils neuesten Auflage): <ul style="list-style-type: none"> - Arbeitsgesetze (Beck Texte im dtv) - Brox/Rüthers/Henssler, Arbeitsrecht - Dütz/Thüsing, Arbeitsrecht - Hromadka/Maschmann, Arbeitsrecht, Bd. 2 - Junker, A., Grundkurs Arbeitsrecht - Kreizberg, Schnelleinstieg Arbeitsschutzrecht - Richardi/Bayreuther, Kollektives Arbeitsrecht - Striepling, Kollektives Arbeitsrecht - Wörlen/Kokemoor, Arbeitsrecht
Lehrbriefautor	entfällt, da Vollzeitstudium
Verwendbarkeit	<p>Dieses Modul steht mit folgendem Modul desselben Studiengangs in einem besonders engen Zusammenhang:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Grundlagen des Wirtschaftsrechts, Bürgerliches Recht und Arbeitsrecht - Individualarbeitsrecht <p>Dieses Modul ist auch geeignet für andere wirtschaftswissenschaftlich ausgerichtete Studiengänge der Hochschule Schmalkalden.</p>

Arbeitsaufwand / Gesamtworkload	gesamter Arbeitsaufwand: 150 Stunden, davon: 1) synchrone Lehre: 60 (Präsenzstudium) 2) asynchrone Lehre: 90, davon: - Vorbereitung auf die Lehrveranstaltung (insbesondere Literaturstudium): 20 - Nachbereitung der Lehrveranstaltung: 20 - Fallstudien: 20 - Vorbereitung auf die Prüfung: 30
ECTS und Gewichtung der Note in der Gesamtnote	5 ECTS-Punkte; Gewichtung: a) Studiengänge Wirtschaftswissenschaften sowie International Business and Economics: 5/180 Studiengänge Volkswirtschaftslehre sowie Betriebswirtschaftslehre: 5/210
Leistungsnachweis	Klausur im Umfang von 60 Minuten (100%)
Semester	3.-6. Semester
Häufigkeit des Angebots	i.d.R. jedes zweite Studienjahr
Dauer	1 Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl etc.)	Wahlpflichtmodul
Besonderes	-

Modulname	Bilanzsteuerrecht (Steuern und Bilanzen A)
Modulverantwortlicher / Modulverantwortliche	Prof. Dr. Jürgen Gemeinhardt
Qualifikationsziele	<p>Die Studierenden kennen den Konflikt zwischen Eignern und Managern und den Konflikt zwischen Eignern und Gläubigern. Sie kennen die wesentlichen Paragraphen des 3. Buches des Handelsgesetzbuches.</p> <p>Sie können die Kompetenzabgrenzungsfunktion und die Informationsfunktion des Jahresabschlusses erläutern, sie kennen das Maßgeblichkeitsprinzip. Sie können die Grundsätze Ordnungsmäßiger Buchführung anwenden und bei der Aufstellung eines Jahresabschlusses mitzuwirken</p> <p>Die Studierenden sind in der Lage, die gesetzlichen Vorschriften hinsichtlich der Bilanzziele zu beurteilen und die Bedeutung einzelner Vorschriften im Handelsrecht einzuschätzen.</p>
	<p>Inhaltsübersicht:</p> <ul style="list-style-type: none"> 1 Theoretische Grundlagen <ul style="list-style-type: none"> 1.1 Kompetenzabgrenzung zwischen Eignern und Managern 1.2 Kompetenzabgrenzung zwischen Eignern und Gläubigern 1.3 Die Informationsfunktion des handelsrechtlichen Jahresabschlusses 2 Praktische Grundlagen <ul style="list-style-type: none"> 2.1 Buchhaltung, Inventar, Jahresabschluss 2.2 Grundsätze ordnungsmäßiger Buchführung <ul style="list-style-type: none"> 2.2.1 Abgrenzungsgrundsätze 2.2.2 Ergänzende Grundsätze 2.2.3 Dokumentationsgrundsätze 2.3 Maßgeblichkeitsprinzip 2.4 Handelsrechtliche Vorschriften zum Bilanzansatz 2.5 Wirtschaftliches Eigentum 2.6 Handelsrechtliche Vorschriften zur Bilanzgliederung 2.7 Handelsrechtliche Bewertungsvorschriften <ul style="list-style-type: none"> 2.7.1 Grundlagen 2.7.2 Primäre Werte 2.7.3 Sekundäre Werte 2.7.4 Ausnahmen vom Grundsatz der Einzelbewertung 2.7.5 Planmäßige Abschreibungen 2.7.6 Einzelfragen der Bewertung 2.8 Die handelsrechtliche Gewinn- und Verlustrechnung 2.9 Anhang und Lagebericht
Lehrformen	<ul style="list-style-type: none"> - seminaristische Vorlesungen - Diskussionen - studentische Vorträge - Selbststudium
Voraussetzungen für die Teilnahme	<p>Formale Voraussetzungen bestehen nicht. Insbesondere Kenntnisse folgender Pflichtmodule werden aber vorausgesetzt:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Rechnungswesen I (Buchhaltung) - BWL IV (Steuerlehre)
Literatur / multimediale Lehr- und Lernprogramme	<p>Literatur (vorzugsweise in der jeweils neuesten Auflage):</p> <p>Schildbach, T, Stobbe, T, Brösel, G.: Der handelsrechtliche Jahresabschluss; Sternenfels Grefe, C.: Unternehmenssteuern [Kompendium der praktischen Betriebswirtschaft], Ludwigshafen Haberstock, L, Breithecker, V.: Einführung in die Betriebswirtschaftliche Steuerlehre, Bielefeld</p>

Lehrbriefautor	entfällt, da Vollzeitstudium
Verwendbarkeit	<p>Dieses Modul steht mit folgenden Modulen desselben Studiengangs in einem besonders engen Zusammenhang:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Steuern und Bilanzen B (Unternehmensbewertung) - Steuern und Bilanzen C (Steuerwirkungen und –politik) - Steuern und Bilanzen Z1 (Internationale Rechnungslegung) - Steuern und Bilanzen Z2 (Wirtschaftsprüfung) - Steuern und Bilanzen Z3 (Basic Principles of International Accounting) <p>Dieses Modul ist auch geeignet für andere wirtschaftswissenschaftlich ausgerichtete Studiengänge der Hochschule Schmalkalden.</p>
Arbeitsaufwand / Gesamtworkload	<p>gesamter Arbeitsaufwand: 150 Stunden, davon:</p> <p>1) synchrone Lehre: 60 (Präsenzstudium)</p> <p>2) asynchrone Lehre: 90, davon:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Vorbereitung auf die Lehrveranstaltung (insbesondere Literaturstudium):30 - Nachbereitung der Lehrveranstaltung:15 - Vorbereitung auf die studienbegleitende Leistung (Referat):25 - Vorbereitung auf die Prüfung: 20
ECTS und Gewichtung der Note in der Gesamtnote	<p>5 ECTS-Punkte; Gewichtung:</p> <p>a) Studiengänge Wirtschaftswissenschaften sowie International Business and Economics: 5/180</p> <p>b) Studiengänge Volkswirtschaftslehre sowie Betriebswirtschaftslehre: 5/210</p>
Leistungsnachweis	<ul style="list-style-type: none"> - Klausur im Umfang von 60 Minuten (80%) - studienbegleitende Leistung in Form eines Referates (20%)
Semester	3.-6. Semester
Häufigkeit des Angebots	Angebot i.d.R. jedes Studienjahr, mindestens so oft, dass dieses Modul von jeder Alterskohorte zwischen dem jeweiligen 4. und 6. Semester gewählt werden kann
Dauer	1 Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl etc.)	Wahlpflichtmodul
Besonderes	

Modulname	Unternehmensbewertung (Steuern und Bilanzen B)
Modulverantwortlicher / Modulverantwortliche	Prof. Dr. Jürgen Gemeinhardt
Qualifikationsziele	<p>Die Studierenden kennen, die grundlegenden Gedankengänge zur Bewertung eines Investitionsobjektes und die vom Institut der Wirtschaftsprüfer im Standard S1 formulierten Gedanken.</p> <p>Sie verstehen die Lösungsmöglichkeiten des Bewertungsproblems, können die Prämissen einer Ertragswertbestimmung modellieren.</p> <p>Sie können den IDW-Standard S1 auf ein reales Beispiel anwenden, die Unsicherheit im Rahmen von Unternehmensbewertungen berücksichtigen und diverse Besonderheiten in ein Grundmodell implementieren.</p> <p>Sie können die Auswirkungen alternativer Bewertungsansätze zu beurteilen, betriebswirtschaftlich fundierte Bewertungsvorschläge entwerfen und eine Unternehmensbewertung durchführen.</p>
Modulinhalte	<p>Inhaltsübersicht:</p> <p>1 Theoretische Grundlagen der Unternehmensbewertung 1.1 Begriffliche Grundlagen 1.2 Inhalt und Relevanz von Börsenkursen 1.3 Grundsätze zur Ermittlung von Unternehmenswerten 1.4 Prognose der künftigen finanziellen Überschüsse 1.5 Kapitalisierung der künftigen finanziellen Überschüsse 1.6 Bewertungsverfahren 1.7 Besonderheiten bei der Unternehmensbewertung 1.8 Dokumentation und Berichterstattung</p> <p>2 Die Unternehmensbewertung am Beispiel 2.1 Die einfache Ertragswertformel bei maximal vereinfachenden Annahmen 2.2 Die Aufhebung von Prämissen</p> <p>3 Berücksichtigung der Unsicherheit in der Unternehmensbewertung 3.1 Risikozuschlagsmethode 3.2 Sicherheitsäquivalentmethode 3.3 Risikoprofilmethode</p> <p>4 Unternehmensbewertung in Fallbeispielen 4.2 Diverse Fälle</p>
Lehrformen	<ul style="list-style-type: none"> - seminaristische Vorlesungen - Diskussionen - studentische Vorträge - Selbststudium
Voraussetzungen für die Teilnahme	<p>Formale Voraussetzungen bestehen nicht. Insbesondere Kenntnisse folgender Pflichtmodule werden vorausgesetzt:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Rechnungswesen I (Buchhaltung) - BWL IV (Steuerlehre)
Literatur / multimediale Lehr- und Lernprogramme	<p>Literatur (vorzugsweise in der jeweils neuesten Auflage):</p> <p>Zu 1.: Hauptfachausschuss des Instituts der Wirtschaftsprüfer in Deutschland e.V.: IDW Standard: Grundsätze zur Durchführung von Unternehmensbewertungen (IDW S 1) – Aktuelle Fassung</p>

	<p>Moxter,, A.: Grundsätze ordnungsmäßiger Unternehmensbewertung, 2. Auflage, Wiesbaden 1983</p> <p>Zu 2.: Siegel, T.: Grundlagen der Unternehmensbewertung; in: Wirtschaftswissenschaftliches Studium, 20. Jg., S. 231 - 237, 1991</p> <p>Zu 3.: Siegel, T.: Methoden der Unsicherheitsberücksichtigung in der Unternehmensbewertung; in: Wirtschaftswissenschaftliches Studium, 21. Jg., S. 21 - 26, 1992</p> <p>Zu 4.: Henselmann, K., Kniest, W.: Unternehmensbewertung: Praxisfälle mit Lösungsskizzen, 4. Auflage, Herne/Berlin</p> <p>Ergänzende Literatur: Ballwieser, W.: Unternehmensbewertung und Komplexitätsreduktion, Wiesbaden</p> <p>Copeland, T., Koller, T. und Murrin, J.: Unternehmenswert: Methoden und Strategien für eine wertorientierte Unternehmensführung, Frankfurt/New York</p> <p>Rappaport, A.: Shareholder Value. Ein Handbuch für Manager und Investoren, Übersetzt von Wolfgang Klien, Stuttgart</p>
Lehrbriefautor	entfällt, da Vollzeitstudium
Verwendbarkeit	<p>Dieses Modul steht mit folgenden Modulen desselben Studiengangs in einem besonders engen Zusammenhang:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Steuern und Bilanzen A (Bilanzsteuerrecht) - Steuern und Bilanzen C (Steuerwirkungen und –politik) - Steuern und Bilanzen Z1 (Internationale Rechnungslegung) - Steuern und Bilanzen Z2 (Wirtschaftsprüfung) - Steuern und Bilanzen Z3 (Basic Principles of International Accounting) <p>Dieses Modul ist auch geeignet für andere wirtschaftswissenschaftlich ausgerichtete Studiengänge der Hochschule Schmalkalden.</p>
Arbeitsaufwand / Gesamtworkload	<p>gesamter Arbeitsaufwand: 150 Stunden, davon:</p> <p>1) synchrone Lehre: 60 (Präsenzstudium)</p> <p>2) asynchrone Lehre: 90, davon:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Vorbereitung auf die Lehrveranstaltung (insbesondere Literaturstudium):30 - Nachbereitung der Lehrveranstaltung: 15 - Vorbereitung auf die studienbegleitende Leistung (Referat):25 - Vorbereitung auf die Prüfung: 20
ECTS und Gewichtung der Note in der Gesamtnote	<p>5 ECTS-Punkte; Gewichtung: a) Studiengänge Wirtschaftswissenschaften sowie International Business and Economics: 5/180 b) Studiengänge Volkswirtschaftslehre sowie Betriebswirtschaftslehre: 5/210</p>
Leistungsnachweis	<ul style="list-style-type: none"> - Klausur im Umfang von 60 Minuten (80%) - studienbegleitende Leistung in Form eines Referates (20%)
Semester	3.-6. Semester

Häufigkeit des Angebots	Angebot i.d.R. jedes Studienjahr, mindestens so oft, dass dieses Modul von jeder Alterskohorte zwischen dem jeweiligen 4. und 6. Semester gewählt werden kann
Dauer	1 Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl etc.)	Wahlpflichtmodul
Besonderes	

Modulname	Steuerwirkungen und Steuerpolitik (Steuern und Bilanzen C)
Modulverantwortlicher / Modulverantwortliche	Prof. Dr. Jürgen Gemeinhardt
Qualifikationsziele	<p>Die Studierenden haben einen Überblick über die wesentlichen ökonomisch relevanten Wirkungen des Einkommensteuergesetzes, des Körperschaftsteuergesetzes und des Gewerbesteuergesetzes.</p> <p>Sie sind in der Lage, die Interdependenzen zwischen den Einzelsteuergesetzen zu interpretieren, die Gesamtsteuerbelastungsgleichung für einen Unternehmer bzw. für ein Unternehmen aufzustellen.</p> <p>Sie können mit Hilfe der Teilsteuerverrechnung, die Gesamtsteuerbelastung eines Unternehmers oder eines Unternehmens zu errechnen.</p> <p>Sie können Sachverhalte in Buchungssätze kleiden und diese mit Hilfe der DATEV-Programme zu buchen, einen vorläufigen Jahresabschluss erstellen, die Rückstellungen/-erstattungen für die Einkommensteuer, die Körperschaftsteuer, die Gewerbesteuer, die Kirchensteuer, den Solidaritätszuschlag berechnen und buchen und einen endgültigen Jahresabschluss aufstellen.</p>
Modulinhalte	<p>Inhaltsübersicht:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1 Instrumentarium <ol style="list-style-type: none"> 1.1 Betriebliche Steuerpolitik im Rahmen der Unternehmenspolitik 1.2 Steuersätze im Rahmen der betrieblichen Unternehmenspolitik 1.3 Formeln zur Erfassung von Steuerbelastungen 1.4 Ziele und Vorteilskriterien der betrieblichen Steuerpolitik 1.5 Zinssätze der Differenzinvestitionen 2. Steuerbilanzpolitik <ol style="list-style-type: none"> 2.1 Aktionsparameter der Steuerbilanzpolitik 2.2 Steuerbarwertminimierung 2.3 Besonderheiten bei Verlusten, Einlagen und Entnahmen 2.4 Steuerbilanzpolitik und Handelsbilanzpolitik 3. Besteuerung und Investitionsentscheidungen 4. Rechtsformvergleich zwischen Personengesellschaft und Kapitalgesellschaft 5. Rechnungslegungspraxis am Beispiel eines handelsrechtlichen Jahresabschlusses (DATEV Hochschul-Musterfall Müller-Thurgau) <ol style="list-style-type: none"> 5.1 Grundlagenbereitstellung 5.2 Buchungen 5.3 Steuerberechnung 5.4 Jahresabschlusserstellung 5.5 Betriebswirtschaftliche Auswertungen
Lehrformen	<ul style="list-style-type: none"> - seminaristische Vorlesungen - Diskussionen - studentische Vorträge - Selbststudium
Voraussetzungen für die Teilnahme	<p>Formale Voraussetzungen bestehen nicht. Insbesondere Kenntnisse folgender Pflichtmodule werden vorausgesetzt:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Rechnungswesen I (Buchhaltung) - BWL IV (Steuerlehre)

Literatur / multimediale Lehr-und Lernprogramme	<p>Literatur (vorzugsweise in der jeweils neuesten Auflage):</p> <p>Schneeloch, Dieter: Besteuerung und betriebliche Steuerpolitik. (Band 2: Betriebliche Steuerpolitik); München - Online-Version in Bib. verfügbar</p> <p>Kupsch, Peter, Achtert, Frank und Göckeritz, Britta: Unternehmensbesteuerung; München 1997</p>
Lehrbriefautor	entfällt, da Vollzeitstudium
Verwendbarkeit	<p>Dieses Modul steht mit folgenden Modulen desselben Studiengangs in einem besonders engen Zusammenhang:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Steuern und Bilanzen A (Bilanzsteuerrecht) - Steuern und Bilanzen B (Unternehmensbewertung) - Steuern und Bilanzen Z1 (Internationale Rechnungslegung) - Steuern und Bilanzen Z2 (Wirtschaftsprüfung) - Steuern und Bilanzen Z3 (Basic Principles of International Accounting) <p>Dieses Modul ist auch geeignet für andere wirtschaftswissenschaftlich ausgerichtete Studiengänge der Hochschule Schmalkalden.</p>
Arbeitsaufwand / Gesamtworkload	<p>gesamter Arbeitsaufwand: 150 Stunden, davon:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) synchrone Lehre: 60 (Präsenzstudium) 2) asynchrone Lehre: 90, davon: <ul style="list-style-type: none"> - Vorbereitung auf die Lehrveranstaltung (insbesondere Literaturstudium):30 - Nachbereitung der Lehrveranstaltung: 15 - Vorbereitung auf die studienbegleitende Leistung (Referat):25 - Vorbereitung auf die Prüfung: 20
ECTS und Gewichtung der Note in der Gesamtnote	<p>5 ECTS-Punkte; Gewichtung:</p> <ol style="list-style-type: none"> a) Studiengänge Wirtschaftswissenschaften sowie International Business and Economics: 5/180 b) Studiengänge Volkswirtschaftslehre sowie Betriebswirtschaftslehre: 5/210
Leistungsnachweis	<ul style="list-style-type: none"> - Klausur im Umfang von 60 Minuten (80%) - studienbegleitende Leistung in Form eines Referates (20%)
Semester	3.-6. Semester
Häufigkeit des Angebots	Angebot i.d.R. jedes Studienjahr, mindestens so oft, dass dieses Modul von jeder Alterskohorte zwischen dem jeweiligen 4. und 6. Semester gewählt werden kann
Dauer	1 Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl etc.)	Wahlpflichtmodul
Besonderes	

Modulname	Internationale Rechnungslegung (Steuern und Bilanzen Z1)
Modulverantwortlicher / Modulverantwortliche	Prof. Dr. Jürgen Gemeinhardt
Qualifikationsziele	<p>Die Studierenden sind in der Lage, die Qualifikationsziele folgender Lernzielkategorien zu erfüllen:</p> <p>Die Studierenden sind in der Lage, einen Überblick über wesentlichen international üblichen Rechnungslegungsvorschriften IAS/IFRS zu geben. Sie können die Unterschiede zwischen den der deutschen Rechnungslegung nach HGB und einer internationalen Rechnungslegung nach IAS/IFRS erläutern.</p> <p>Sie kennen die ökonomischen Unterschiede zwischen der Rechnungslegung nach HGB und nach IAS/IFRS und können in der Praxis bei der Aufstellung eines handelsrechtlichen Konzernabschlusses mitwirken.</p>
Modulinhalte	<p>Inhaltsübersicht:</p> <p>1 Grundlegende Vorschriften</p> <p>1.1 Rechtlicher Rahmen und Bedeutung der internationalen Rechnungslegung</p> <p>1.2 Allgemeine Grundsätze der IFRS</p> <p>1.3 Ausgewählte Bilanzierungs- und Bewertungsvorschriften für den Einzelabschluss nach IFRS</p> <p>1.3.1 Immaterielle Vermögenswerte</p> <p>1.3.2 Sachanlagen</p> <p>1.3.3 Leasing</p> <p>1.3.4 Beteiligungen an Tochterunternehmen, gemeinschaftlichen Vereinbarungen und assoziierten Unternehmen</p> <p>1.3.5 Vorräte und Fertigungsaufträge</p> <p>1.3.6 Finanzielle Vermögenswerte</p> <p>1.3.7 Eigenkapital</p> <p>1.3.8 Pensionspläne und Jubiläumsverpflichtungen</p> <p>1.3.9 Sonstige Rückstellungen und Verbindlichkeiten</p> <p>1.3.10 Latente Steuern</p> <p>2 Der Konzernabschluss</p> <p>2.1 Konsolidierungspflicht, -kreis und Vorbereitungsmaßnahmen</p> <p>2.2 Kapitalkonsolidierung von Tochterunternehmen</p> <p>2.3 Schulden-, Zwischenergebnis- sowie Aufwands- und Ertragskonsolidierung</p> <p>2.4 Einbeziehung von Gemeinschaftsunternehmen und assoziierten Unternehmen</p> <p>2.5 Aufstellung der IFRS-Eröffnungsbilanz</p> <p>2.6 Gewinn- und Verlustrechnung und sonstiges Gesamtergebnis</p> <p>2.7 Kapitalflussrechnung nach IFRS</p> <p>2.8 Eigenkapitalveränderungsrechnung nach IFRS</p> <p>2.9 Anhang nach IFRS</p> <p>2.10 Umstellung der Rechnungslegung von HGB auf IFRS</p> <p>2.11 Managementberichterstattung nach IFRS</p> <p>2.12 IFRS-Rechnungslegung für kleine und mittelgroße Unternehmen</p>
Lehrformen	<ul style="list-style-type: none"> - seminaristische Vorlesungen - Diskussionen - studentische Vorträge - Selbststudium
Voraussetzungen für die Teilnahme	<p>Formale Voraussetzungen bestehen nicht. Insbesondere Kenntnisse folgender Pflichtmodule werden vorausgesetzt:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Rechnungswesen I (Buchhaltung) - BWL IV (Steuerlehre)

Literatur / multimediale Lehr- und Lernprogramme	<p>Literatur (vorzugsweise in der jeweils neuesten Auflage):</p> <p>Hanno Kirsch: Einführung in die internationale Rechnungslegung nach IAS/IFRS; 10. Auflage Herne/ Berlin 2016</p> <p>dazu: Hanno Kirsch: Übungen zur internationalen Rechnungslegung nach IFRS; 6. Auflage; Herne/Berlin 2013 (ggf. neuer)</p> <p>Thomas Schildbach: Der Konzernabschluss nach HGB, IFRS und US-GAAP; 7. Auflage; München 2008</p> <p>KPMG Deutsche Treuhand-Gesellschaft AG (Hrsg.): IFRS visuell. Die IFRS in strukturierten Übersichten; Stuttgart</p> <p>Grünberger, D.: IAS/IFRS. Ein systematischer Praxis-Leitfaden; Herne/Berlin</p> <p>Rechtsgrundlagen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • HGB • IAS/IFRS-Textsammlung
Lehrbriefautor	entfällt, da Vollzeitstudium
Verwendbarkeit	<p>Dieses Modul steht mit folgenden Modulen desselben Studiengangs in einem besonders engen Zusammenhang:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Steuern und Bilanzen A (Bilanzsteuerrecht) - Steuern und Bilanzen B (Unternehmensbewertung) - Steuern und Bilanzen C (Steuerwirkungen und Steuerpolitik) - Steuern und Bilanzen Z2 (Wirtschaftsprüfung) - Steuern und Bilanzen Z3 (Basic Principles of International Accounting) <p>Dieses Modul ist auch geeignet für andere wirtschaftswissenschaftlich ausgerichtete Studiengänge der Hochschule Schmalkalden.</p>
Arbeitsaufwand / Gesamtworkload	<p>gesamter Arbeitsaufwand: 150 Stunden, davon:</p> <p>1) synchrone Lehre: 60 (Präsenzstudium)</p> <p>2) asynchrone Lehre: 90, davon:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Vorbereitung auf die Lehrveranstaltung (insbesondere Literaturstudium): 30 - Nachbereitung der Lehrveranstaltung: 15 - Vorbereitung auf die studienbegleitende Leistung (Referat): 25 - Vorbereitung auf die Prüfung: 20
ECTS und Gewichtung der Note in der Gesamtnote	<p>5 ECTS-Punkte;</p> <p>Gewichtung:</p> <p>a) Studiengänge Wirtschaftswissenschaften sowie International Business and Economics: 5/180</p> <p>b) Studiengänge Volkswirtschaftslehre sowie Betriebswirtschaftslehre: 5/210</p>
Leistungsnachweis	<ul style="list-style-type: none"> - Klausur im Umfang von 60 Minuten (80%) - studienbegleitende Leistung in Form eines Referates (20%)
Semester	3.-6. Semester
Häufigkeit des Angebots	Angebot i.d.R. jedes Studienjahr, mindestens so oft, dass dieses Modul oder das Modul Steuern und Bilanzen Z3 (Basic Principles of International Accounting) von jeder Alterskohorte zwischen dem jeweiligen 4. und 6. Semester gewählt werden kann
Dauer	1 Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl etc.)	Wahlpflichtmodul
Besonderes	

Modulname	Wirtschaftsprüfung (Steuern und Bilanzen Z2)
Modulverantwortlicher / Modulverantwortliche	Prof. Dr. Jürgen Gemeinhardt
Qualifikationsziele	<p>Die Studierenden sind in der Lage, die Qualifikationsziele folgender Lernzielkategorien zu erfüllen:</p> <p>Die Studierenden kennen die wesentlichen berufsständischen Anforderungen an den Beruf des Wirtschaftsprüfers und die gesetzlichen Grundlagen für die Jahresabschlussprüfung. Sie erkennen einzelne Probleme der Abschlussprüfung und deren Lösungsmöglichkeiten.</p> <p>Sie kennen die ökonomischen Auswirkungen unterschiedlicher Bilanzierung und können die Bedeutung des Bestätigungsvermerks einordnen und sind in der Lage, in der Praxis bei einer Abschlussprüfung eines handelsrechtlichen Jahresabschlusses konstruktiv mitzuwirken.</p>
Modulinhalte	<p>Inhaltsübersicht:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Wirtschaftsprüfung <ol style="list-style-type: none"> 1.1 Geschichte der Wirtschaftsprüfung 1.2 Berufsbild des Wirtschaftsprüfers 1.3 Berufsständische Anforderungen 1.4 Berufsständische Organisationen und Kontrolle 1.5 Rahmenbedingungen der Berufstätigkeit 1.6 Antwort der Wirtschaftsprüfer auf die Herausforderungen des Berufs 1.7 Missverständnisse um den Beruf des Wirtschaftsprüfers 1.8 Durchführung einer Jahresabschlussprüfung 1.9 Durchführung und Dokumentation der Prüfungshandlungen <ol style="list-style-type: none"> 1.9.1 Prüferisches Vorgehen 1.9.2 Die Prüfungsstandards und der risikoorientierte Prüfungsansatz 1.9.3 Grundlegende Prüfungstechniken 2. Grundlegendes <ol style="list-style-type: none"> 2.1 Prüfungstheoretischer Rahmen 2.2 Einschätzung des Prüfungsauftrags vor dem Hintergrund der beruflichen Anforderungen 2.3 Das Konzept einer risikoorientierten Abschlussprüfung 3. Felder der Risikoorientierung <ol style="list-style-type: none"> 3.1 Die Analyse der Geschäftstätigkeit und des Umfelds 3.2. Die Analyse der unternehmerischen Kontrollen 3.3 Datenbeschaffung und Kommunikation 3.4 Sicherheit als Basis für die Urteilsbildung 3.5 Prüfungsnachweise und Dokumentation 3.6 Verbleibende aussagebezogene Prüfungshandlungen 4. Die Prüfung von Jahresabschluss und Lagebericht <ol style="list-style-type: none"> 4.1 Einführung 4.2 Prüfung des Anlagevermögens 4.3 Prüfung der Vorräte 4.4 Prüfung der Forderungen 4.5 Prüfung der Verbindlichkeiten 4.6 Gravierende Fälle falscher Angaben in der Rechnungslegung
Lehrformen	<ul style="list-style-type: none"> - seminaristische Vorlesungen - Diskussionen - studentische Vorträge - Selbststudium

Voraussetzungen für die Teilnahme	Formale Voraussetzungen bestehen nicht. Insbesondere Kenntnisse folgender Pflichtmodule werden vorausgesetzt: - Rechnungswesen I (Buchhaltung) - BWL IV (Steuerlehre)
Literatur / multimediale Lehr-und Lernprogramme	Literatur (vorzugsweise in der jeweils neuesten Auflage): Marten, Kai-Uwe, Quick, Reiner und Ruhnke, Klaus: Wirtschaftsprüfung. Grundlagen des betriebswirtschaftlichen Prüfungswesens nach nationalen und internationalen Normen; 4. Auflage, Stuttgart 2011 (oder neuer) - als Präsenzbestand in Bib verfügbar Erhardt, Martin, Häfele, Markus: Wirtschaftsprüfung kompakt; 2. Auflage, Sternenfels 2012 - als Präsenzbestand und mehrfach zum Ausleihen in Bib. verfügbar Krommes, Werner: Jahresabschlussprüfung. Ziele, Technik, Nachweise. Wegweiser zum sicheren Prüfungsurteil; 4. Auflage, Wiesbaden 2015 (oder neuer) - als pdf-Version in Bib. verfügbar IDW (Hrsg.): WP Handbuch 2012: Wirtschaftsprüfung, Rechnungslegung, Beratung. Band 1; Düsseldorf 2012 Brösel, Gerrit, Freichel, Christoph, Toll, Martin, Buchner, Robert: Wirtschaftliches Prüfungswesen. Der Einstieg in die Wirtschaftsprüfung; 3. Auflage, München 2015 - als Präsenzbestand in Bib. verfügbar
Lehrbriefautor	entfällt, da Vollzeitstudium
Verwendbarkeit	Dieses Modul steht mit folgenden Modulen desselben Studiengangs in einem besonders engen Zusammenhang: - Steuern und Bilanzen A (Bilanzsteuerrecht) - Steuern und Bilanzen B (Unternehmensbewertung) - Steuern und Bilanzen C (Steuerwirkungen und Steuerpolitik) - Steuern und Bilanzen Z1 (Internationale Rechnungslegung) - Steuern und Bilanzen Z3 (Basic Principles of International Accounting) Dieses Modul ist auch geeignet für andere wirtschaftswissenschaftlich ausgerichtete Studiengänge der Hochschule Schmalkalden.
Arbeitsaufwand / Gesamtworkload	gesamter Arbeitsaufwand: 150 Stunden, davon: 1) synchrone Lehre: 60 (Präsenzstudium) 2) asynchrone Lehre: 90, davon: - Vorbereitung auf die Lehrveranstaltung (insbesondere Literaturstudium):30 - Nachbereitung der Lehrveranstaltung: 15 - Vorbereitung auf die studienbegleitende Leistung (Referat):25 - Vorbereitung auf die Prüfung: 20
ECTS und Gewichtung der Note in der Gesamtnote	5 ECTS-Punkte; Gewichtung: a) Studiengänge Wirtschaftswissenschaften sowie International Business and Economics: 5/180 b) Studiengänge Volkswirtschaftslehre sowie Betriebswirtschaftslehre: 5/210
Leistungsnachweis	- Klausur im Umfang von 60 Minuten (80%) - studienbegleitende Leistung in Form eines Referates (20%)

Semester	3.-6. Semester
Häufigkeit des Angebots	Angebot i.d.R. jedes Studienjahr, mindestens so oft, dass dieses Modul oder das Modul Steuern und Bilanzen Z3 (Basic Principles of International Accounting) von jeder Alterskohorte zwischen dem jeweiligen 4. und 6. Semester gewählt werden kann
Dauer	1 Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl etc.)	Wahlpflichtmodul
Besonderes	

title of course	Basic Principles of International Accounting (Steuern und Bilanzen Z3)
responsible instructor	Prof. Dr. Jürgen Gemeinhardt
course objectives and learning outcomes	<p>Students are able to meet the objectives of the following categories of learning objectives and learning outcomes:</p> <p>Students are able to to give an Overview of the main Internationally Accepted Accounting Standards (IAS/IFRS), they can explain the Differences between the German HGB and the international accounting according to IAS/IFRS.</p> <p>Students are able to determine the economic differences between the accounting under HGB and IAS/IFRS and they can participate in the preparation of a consolidated annual financial statements in practice.</p>
course contents	<p>Table of contents:</p> <p>1: Introduction 2: Financial Accounting along German Commercial Code 3: International Accounting Standards 4: Preparing Financial Statements under Consideration of Trial Balance and Books of Original Entry 5: Financial Statement Analysis; 6: Presentation of Financial Statements along IFRSs; 7: Non-current Assets; 8: Group Statements; 9: Current Assets; 10: Statement of Cash Flows; 11: Equity 12: Statement of Comprehensive Income; 13: Statement of Changes in Equity; 14: Liabilities; 15: Risk Management;</p>
teaching methods	<ul style="list-style-type: none"> - lectures - discussion - presentations - self-study
prerequisites	<p>There are no formal requirements. In particular knowledge of the following compulsory modules is provided:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Rechnungswesen I (Buchhaltung) - BWL IV (Steuerlehre)
suggested reading	<p>Literature (preferably most recent edition):</p> <p>Carsten Berkau: Bilanzen; 3. Auflage; Konstanz und München 2013</p> <p>Carsten Berkau und Keabetswe Sylvia Lecholo: Accounting-2-Go (english Short Version of Berkau: Bilanzen; eBook; available on http://www.utb-shop.de/accounting-2-go.html (14,99 €)</p> <p>Hervé Stolowy, Michel J. Lebas und Yuan Ding: Financial Accounting and Reporting. A Global Perspective; Forth Edition; Hampshire, United Kingdom 2013</p> <p>Walter Aerts and Peter Walton: Global Financial Accounting and Reporting: Principles and Analysis; Third Edition, Hampshire, United Kingdom 2013</p>
applicability	This module is available with the following modules of the same course in a

	<p>very narrow context:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Steuern und Bilanzen A (Bilanzsteuerrecht) - Steuern und Bilanzen B (Unternehmensbewertung) - Steuern und Bilanzen C (Steuerwirkungen und Steuerpolitik) - Steuern und Bilanzen Z1 (Internationale Rechnungslegung) - Steuern und Bilanzen Z2 (Wirtschaftsprüfung) <p>This course is also applicable for other business-oriented Bachelor programmes offered by Schmalkalden University of Applied Sciences.</p>
workload	<p>total workload: 150 hours, of them:</p> <p>(1) lecture: 60</p> <p>(2) self-study:: 90, of them:</p> <ul style="list-style-type: none"> - course preparation (in particular reading): 30 -Follow-up: 15 -Preparation for course-related presentation: 25 -exam preparation: 20
ECTS credit points and weighting factor	<p>5 ECTS points;</p> <p>weight:</p> <p>a) courses in economics and international business and Economics: 5 / 180</p> <p>b) courses in economics and business administration: 5 / 210</p>
basis of student evaluation	<ul style="list-style-type: none"> - comprehensive written examination: 60 minutes (80%) - presentation (20%)
time	3.-6. semester
frequency	If necessary; as an alternative of module Z1 (Internationale Rechnungslegung)
duration	1 semester
course type	elective course
remarks	teaching language is English

Modulname	Tourismuswirtschaft A, Grundlagen Tourismuswirtschaft und -management
Modulverantwortliche	Prof. Dr. N. Richter
Qualifikationsziele	<p>Studierende lernen Folgendes:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Eingrenzung und Perspektiven auf den Tourismus verstehen und eine wissenschaftliche Betrachtung des Tourismus einnehmen sowie wichtige Begrifflichkeiten im Tourismus kennenlernen. Die historische Entwicklung des Gegenstands Tourismus sowie Erklärungsansätze analysieren und einordnen können. ➤ Kritische Beurteilung der Bedeutung des Tourismus ➤ Touristische Krisen einordnen und Ansätze eines erfolgreichen Krisenmanagements bzw. einer erfolgreichen Krisenkommunikation kennenlernen, aktuelle Entwicklungen kritisch hinterfragen ➤ Verstehen wie Reisescheidungen zustande kommen und verschiedene Typen der Tourismusnachfrage kennenlernen ➤ Einen Überblick über Bestandteile des touristischen Angebotes erhalten sowie über Grundlagen des Tourismusrechts ➤ Struktur und Aufgaben von Reiseveranstaltern kennenlernen und aktuelle Entwicklungen reflektieren sowie den Unterschied zwischen Pauschal und -Individualreisen verstehen ➤ Struktur und Aufgaben von Reisemittlern kennenlernen und aktuelle Entwicklungen reflektieren sowie das Reisevermittlungsrecht kennenlernen. ➤ Struktur und Aufgaben von Beherbergungsbetrieben kennenlernen. Aktuelle Entwicklungen reflektieren sowie Grundlagen des Beherbergungsrechts kennenlernen. ➤ Struktur und Aufgaben von Transportunternehmen kennenlernen sowie aktuelle Entwicklungen reflektieren und Grundlagen des Beförderungsrechts kennenlernen ➤ Besonderheiten von Destinationen und Destinationsmanagement kennenlernen sowie aktuelle Entwicklungen rund um die Digitalisierung und deren Auswirkungen auf Destinationen reflektieren ➤ Touristische Märkte kennenlernen und einen Überblick über die Aufgaben des touristischen Marketings erhalten ➤ Verstehen, welche Rolle öffentliche Förderung und Politik im Tourismus haben und die wichtigsten Akteure und Regelungen kennen ➤ Eingeständig aktuelle Themen aufgreifen und einen mündlichen Beitrag dafür verfassen
Modulinhalte	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Die Veranstaltung vermittelt Grundkenntnisse der Tourismuswirtschaft und des Tourismusmanagement. Ziel ist es die wichtigsten Zusammenhänge im Tourismus zu erkennen, die wirtschaftliche Bedeutung des Tourismus zu identifizieren und die verschiedenen Märkte für Tourismusangebote zu erfassen. Darüber hinaus geht es darum die Interdisziplinarität des Tourismus zu verstehen, Nachfragetypen und Angebotsformen zu vergleichen und zu unterscheiden. Ziel ist es touristische Trends zu erkennen und zu analysieren und entsprechende Angebote hinsichtlich bestimmter Motive zu identifizieren. Über wirtschaftswissenschaftliche Zusammenhänge hinaus geht es um aktuelle Themen und Auseinandersetzungen wie Digitalisierung und Krisenmanagement im Tourismus sowie Tourismuspolitik und Tourismusrecht.

Lehrformen	<ul style="list-style-type: none"> - Vorlesungen - betreute Übungen bzw. Arbeit an Praxisfällen - Diskussionen - studentische Vorträge - Selbststudium
Voraussetzungen für die Teilnahme	Formale Voraussetzungen bestehen nicht.
Literatur / multimediale Lehr-und Lernprogramme	<p>Eisenstein, B. (Hrsg.) (2017): Marktforschung für Destinationen. Grundlagen, Instrumente, Praxisbeispiele. Erich Schmidt Verlag. Freyer, W. (2015). Tourismus: Einführung in die Fremdenverkehrsökonomie. De Gruyter Verlag.</p> <p>Hahn, S., & Neuss, Z. (Eds.). (2017). Krisenkommunikation in Tourismusorganisationen: Grundlagen, Praxis, Perspektiven. Springer- Verlag.</p> <p>Moeder, R. (2019). Tourismusrecht: in der Unternehmenspraxis. UTB GmbH.</p> <p>Richter, N., & Dragoeva, D. (2021). Digital Entrepreneurship and Agile Methods— A Hackathon Case Study. Digital Entrepreneurship, 51.</p> <p>Steinecke, A. & Herntrei, M. (2017): Destinationsmanagement. Utb.</p>
Lehrbriefautor	entfällt, da Vollzeitstudium
Verwendbarkeit	<p>Dieses Modul steht mit folgenden Modulen desselben Studiengangs in einem besonders engen Zusammenhang:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Tourismuswirtschaft B, C <p>Dieses Modul ist auch geeignet für andere wirtschaftswissenschaftlich ausgerichtete Studiengänge der Hochschule Schmalkalden.</p>
Arbeitsaufwand / Gesamtworkload	<p>gesamter Arbeitsaufwand: 150 Stunden, davon:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) synchrone Lehre: 60 (Präsenzstudium) 2) asynchrone Lehre: 90, davon: <ul style="list-style-type: none"> - Vorbereitung auf die Lehrveranstaltung (insbesondere Literaturstudium): 20 - Nachbereitung der Lehrveranstaltung: 40 - Vorbereitung auf die Prüfung: 30
ECTS und Gewichtung der Note in der Gesamtnote	<p>5 ECTS-Punkte; Gewichtung:</p> <ol style="list-style-type: none"> a) Studiengänge Wirtschaftswissenschaften sowie International Business and Economics: 5/180 b) Studiengänge Volkswirtschaftslehre, Betriebswirtschaftslehre, Wirtschaftspsychologie: 5/210
Leistungsnachweis	Klausur im Umfang von 60 Minuten (67%), Arbeit an Praxisfällen und/oder studentische Vorträge (33%)
Semester	3.-6. Semester
Häufigkeit des Angebots	Angebot i.d.R. jedes Studienjahr, mindestens so oft, dass dieses Modul von jeder Alterskohorte zwischen dem jeweiligen 4. und 6. Semester gewählt werden kann
Dauer	1 Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl etc.)	Wahlpflichtmodul
Besonderes	Unterrichtssprache ist Deutsch.

Modulname	Tourismuswirtschaft B, Tourismusmarketing
Modulverantwortlicher / Modulverantwortliche	Prof. Dr. N. Richter
Qualifikationsziele	In der Veranstaltung werden die Grundlagen für das Marketing im Tourismus vermittelt. Dabei geht es um die Besonderheiten touristischer Leistungen, Marketinggrundlagen und Begriffe, Theorien zur Erklärung und Gestaltung des Tourismusmarketings, Marketingstrategie, operatives Marketing und um die Implementierung von Marketingmaßnahmen. Ein weiterer Fokus liegt auf der Auseinandersetzung mit Geschäftsmodellen, welche als Verbindung zwischen Marketingstrategie und operativem Marketing dienen. Auch das Content Marketing, welches in der Praxis im Tourismus zunehmend an Bedeutung gewinnt, wird in der Veranstaltung besprochen. Das Ziel der Veranstaltung besteht darin ein Verständnis für die Besonderheiten des touristischen Marketings zu entwickeln und geeignete Management- und insbesondere Marken- und Marketingansätze kennen zu lernen und anwenden zu können.
Modulinhalte	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Freizeit und Tourismus als Gegenstandsbereich des Marketings ➤ Marketinggrundlagen und Begriffe ➤ Theorien zur Erklärung und Gestaltung des Dienstleistungs- und Tourismusmarketings (Relationship Marketing, Neue Institutionenökonomik, Psychologische und Sozialpsychologische Ansätze, Organisationstheoretische Ansätze) ➤ Marketinganalyse ➤ Strategisches Marketing ➤ Geschäftsmodellentwicklung in der Tourismus und Freizeitwirtschaft ➤ Operatives Marketing ➤ Content Marketing ➤ Marketingimplementierung und Controlling
Lehrformen	<ul style="list-style-type: none"> - Vorlesungen - betreute Übungen bzw. Arbeit an Praxisfällen - Diskussionen - studentische Vorträge - Selbststudium
Voraussetzungen für die Teilnahme	Formale Voraussetzungen bestehen nicht.
Literatur / multimediale Lehr- und Lernprogramme	<p>Engl, C. (2016). Destination Branding: von der Geografie zur Bedeutung. UVK Verlag.</p> <p>Hartmann, R. (2018). Marketing in Tourismus und Freizeit. UTB GmbH.</p> <p>Meffert, H., Bruhn, M., & Hadwich, K. (2018). Dienstleistungsmarketing. Springer Gabler, Wiesbaden.</p> <p>Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). Business model generation: a handbook for visionaries, game changers, and challengers. John Wiley & Sons.</p> <p>Reinhold, S., Zach, F. J., & Krizaj, D. (2017). Business models in tourism: a review and research agenda. Tourism Review.</p>
Lehrbriefautor	entfällt, da Vollzeitstudium
Verwendbarkeit	<p>Dieses Modul steht mit folgenden Modulen desselben Studiengangs in einem besonders engen Zusammenhang:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Tourismuswirtschaft C - Projektmanagement <p>Dieses Modul ist auch geeignet für andere wirtschaftswissenschaftlich ausgerichtete Studiengänge der Hochschule Schmalkalden.</p>
Arbeitsaufwand / Gesamtworkload	<p>gesamter Arbeitsaufwand: 150 Stunden, davon:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) synchrone Lehre: 60 (Präsenzstudium) 2) asynchrone Lehre: 90, davon: <ul style="list-style-type: none"> - Vorbereitung auf die Lehrveranstaltung (insbesondere Literaturstudium): 20 - Nachbereitung der Lehrveranstaltung: 40

	- Vorbereitung auf die Prüfung: 30
ECTS und Gewichtung der Note in der Gesamtnote	5 ECTS-Punkte; Gewichtung: a) Studiengänge Wirtschaftswissenschaften sowie International Business and Economics: 5/180 b) Studiengänge Volkswirtschaftslehre sowie Betriebswirtschaftslehre: 5/210
Leistungsnachweis	Klausur im Umfang von 60 Minuten (70%), Arbeit an Praxisfällen und/oder studentische Vorträge (30%)
Semester	3.-5. Semester
Häufigkeit des Angebots	Angebot i.d.R. jedes Studienjahr, mindestens so oft, dass dieses Modul von jeder Alterskohorte zwischen dem jeweiligen 3. und 5. Semester gewählt werden kann
Dauer	1 Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl etc.)	Wahlpflichtmodul
Besonderes	

Modulname	Tourismuswirtschaft C, Destinationsmanagement und touristische Produktentwicklung
Modulverantwortlicher / Modulverantwortliche	Prof. Dr. N. Richter
Qualifikationsziele	<p>Im Destinationsmanagement werden öffentliche Destinationen als strategische Wettbewerbseinheit im Incoming – Tourismus verstanden. Sie handeln dabei ähnlich wie privatwirtschaftliche Unternehmen. Im Unterschied zu Unternehmen handelt es sich bei Destinationen jedoch um öffentliche Räume. In diesem Zusammenhang sind sie nicht nur als eine betriebswirtschaftlich definierte Wettbewerbseinheit zu verstehen. Destinationen sind gleichzeitig Lebensräume, Wirtschaftsregion, politische Verwaltungseinheiten und Naturräume. Um all diese Aspekte zu organisieren arbeiten Destinations- und Regionalmanager mit unterschiedlichen Zielgruppen und Managementkonzepten. Die zentralen Fragen dabei lauten: Wie muss sich eine Destination entwickeln und auf welche Weise muss sie kommunizieren, um eine hohe Attraktivität und Bekanntheit für Reisende zu erlangen? Wie können u. a. wirtschaftliche Interessen bedient werden, damit möglichst Einheimische und Unternehmen auf nachhaltige Weise vom Tourismus profitieren?</p> <p>Studierende lernen Folgendes:</p> <p>Das Ziel der Veranstaltung besteht darin ein grundlegendes Verständnis für die Destinationsentwicklung und touristische Produktentwicklung zu entwickeln und geeignete Methoden zur Analyse und Weiterentwicklung anzuwenden.</p>
Modulinhalte	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Destination: Das Reiseziel im System Tourismus ➤ Effekte des Tourismus in Destinationen ➤ Wettbewerb und Wettbewerbsfaktoren im Tourismus ➤ Nachfragebedingungen in Destinationen ➤ Leistungsangebot und Attraktionsentwicklung in Destinationen ➤ Erlebnisinszenierung ➤ Nachhaltigkeit im Destinationsmanagement ➤ Kooperationen und Angebotsgestaltung ➤ Ziele und Grundsätze für Organisation und Management einer Destination ➤ Planung einer Destination ➤ Zukunftsthemen einer Destination
Lehrformen	- Vorlesung mit Diskussion. Fallstudien. Gruppenarbeit. Selbststudium. Vorträge durch Studierende. Projektarbeit (Eigenständige Destinationsanalyse durch Studierende sowie anschließende Präsentation)
Voraussetzungen für die Teilnahme	Formale Voraussetzungen bestehen nicht.
Literatur / multimediale Lehr- und Lernprogramme	<p>Bieger, T., & Beritelli, P. (2012). Management von Destinationen. Walter de Gruyter.</p> <p>Eisenstein, B. (2013). Grundlagen des Destinationsmanagements. Walter de Gruyter.</p> <p>Herntrei, M. (2014). Wettbewerbsfähigkeit von Tourismusdestinationen. Springer Fachmedien Wiesbaden.</p> <p>Pine, Joseph; Gilmore, James (2011): The Experience Economy. Harvard Business Review.</p> <p>Reinhold, S., Beritelli, P., & Grünig, R. (2019). A business model typology for destination management organizations. Tourism Review.</p> <p>Steinecke, A., & Herntrei, M. (2017). Destinationsmanagement (Vol. 3972). UTB.</p> <p>Swarbrooke, J., & Page, S. J. (2012). Development and management of visitor attractions. Routledge.</p> <p>UNWTO, A. Practical Guide to Tourism Destination Management,(2007).</p>

	Wagner, Daniel et. al. (Hrsg.) (2019): Experience Design im Tourismus – Eine Branche im Wandel. Gestaltung von Gästelerlebnissen, Erlebnismarketing und Erlebnisvertrieb. Springer, Gabler, S. 3-36
Lehrbriefautor	entfällt, da Vollzeitstudium
Verwendbarkeit	Dieses Modul steht mit folgenden Modulen desselben Studiengangs in einem besonders engen Zusammenhang: - Tourismuswirtschaft B - Projektmanagement Dieses Modul ist auch geeignet für andere wirtschaftswissenschaftlich ausgerichtete Studiengänge der Hochschule Schmalkalden.
Arbeitsaufwand / Gesamtworkload	gesamter Arbeitsaufwand: 150 Stunden, davon: 1) synchrone Lehre: 60 (Präsenzstudium) 2) asynchrone Lehre: 90, davon: - Vorbereitung auf die Lehrveranstaltung (insbesondere Literaturstudium): 20 - Nachbereitung der Lehrveranstaltung: 40 - Vorbereitung auf die Prüfung: 30
ECTS und Gewichtung der Note in der Gesamtnote	5 ECTS-Punkte; Gewichtung: a) Studiengänge Wirtschaftswissenschaften sowie International Business and Economics: 5/180 b) Studiengänge Volkswirtschaftslehre sowie Betriebswirtschaftslehre: 5/210
Leistungsnachweis	Klausur im Umfang von 60 Minuten (70%), Arbeit an Praxisfällen und/oder studentische Vorträge (30%)
Semester	3.-5. Semester
Häufigkeit des Angebots	Angebot i.d.R. jedes Studienjahr, mindestens so oft, dass dieses Modul von jeder Alterskohorte zwischen dem jeweiligen 3. und 5. Semester gewählt werden kann
Dauer	1 Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl etc.)	Wahlpflichtmodul
Besonderes	

Wahlpflichtbereich

VWL - Bereiche

Modulname	Finanzwissenschaft
Modulverantwortlicher / Modulverantwortliche	Kai Hüschelrath
Qualifikationsziele	Die Studierenden sind in der Lage, die <ul style="list-style-type: none"> • die zentralen Aufgabengebiete eines Staates zu erkennen, • die Kernaussagen der normativen und positiven Theorie der Staatstätigkeit zu erläutern, • Möglichkeiten einer Finanzierung der Staatstätigkeit zu strukturieren, • Vorschläge für eine nachhaltige Gestaltung des Umfangs von Staatstätigkeit zu beurteilen, und • Lösungen für aktuelle finanzpolitische Probleme zu entwerfen.
Modulinhalte	<p>Teil A – Einführung</p> <ul style="list-style-type: none"> • Gegenstand der Finanzwissenschaft • Ziele, Instrumente und Träger der Finanzpolitik • Der Staat in der Volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung <p>Teil B - Der öffentliche Haushalt</p> <ul style="list-style-type: none"> • Haushaltsplan und Haushaltskreislauf • Verfahren zur Verbesserung der Budgetentscheidungen <p>Teil C - Öffentliche Ausgaben</p> <ul style="list-style-type: none"> • Die Theorie der öffentlichen Güter • Finanzpolitische Entscheidungen • Das „Gesetz“ der wachsenden Staatsausgaben • Wirkungen der öffentlichen Ausgaben <p>Teil D - Allgemeine Steuerlehre</p> <ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen der Besteuerung • Prinzipien der öffentlichen Abgabenerhebung • Mikroökonomische Steuerwirkungen • Makroökonomische Steuerwirkungen <p>Teil E - Spezielle Steuerlehre</p> <ul style="list-style-type: none"> • Die Einkommensteuer • Die Körperschaftsteuer • Die Gewerbesteuer • Umsatz- und Verbrauchsteuern • Vermögensteuern
Lehrformen	<ul style="list-style-type: none"> • Seminaristische Vorlesungen • Betreute Übungen • Hermeneutische Diskurse • Mäeutische Diskurse • Diskussionen • Studentische Vorträge • Selbststudium
Voraussetzungen für die Teilnahme	Formale Voraussetzungen bestehen nicht. Insbesondere Kenntnisse folgender Pflichtmodule werden vorausgesetzt: <ul style="list-style-type: none"> • Mikroökonomik • Makroökonomik • Wirtschaftspolitik
Literatur / multimediale Lehr- und Lernprogramme	<ul style="list-style-type: none"> • Blankart, C. (2011): Öffentliche Finanzen in der Demokratie: Eine Einführung in die Finanzwissenschaft, München. • Graf, G. (2005): Grundlagen der Finanzwissenschaft, Heidelberg. • Scherf, W. (2011): Öffentliche Finanzen: Einführung in die Finanzwissenschaft, Stuttgart.

	<ul style="list-style-type: none"> • Wigger, B. (2006): Grundzüge der Finanzwissenschaft, Berlin. • Zimmermann, H., Henke, K.-D., und Broer, M. (2009): Finanzwissenschaft: Eine Einführung in die Lehre von der öffentlichen Finanzwirtschaft, München.
Lehrbriefautor	Entfällt, da Vollzeitstudium
Verwendbarkeit	<p>Dieses Modul steht mit folgenden Modulen desselben Studiengangs in einem besonders engen Zusammenhang:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Umweltökonomik • Bildungsökonomik • Rechtsökonomik • Transport Economics and Policy <p>Dieses Modul ist auch geeignet für andere wirtschaftswissenschaftlich ausgerichtete Studiengänge der Hochschule Schmalkalden.</p>
Arbeitsaufwand / Gesamtworkload	<p>Gesamter Arbeitsaufwand: 150 Stunden, davon:</p> <p>1) Synchroner Lehre: 60 (Präsenzstudium)</p> <p>2) Asynchrone Lehre: 90, davon:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Vorbereitung auf die Lehrveranstaltungen (insbesondere Literaturstudium): 30 • Nachbereitung der Lehrveranstaltungen: 15 • Vorbereitung auf die studienbegleitende Leistung (Hausarbeit): 25 • Vorbereitung auf die Prüfung: 20
ECTS und Gewichtung der Note in der Gesamtnote	<p>5 ECTS-Punkte;</p> <p>Gewichtung:</p> <p>a) Studiengänge Wirtschaftswissenschaften sowie International Business and Economics: 5/180</p> <p>b) Studiengänge Volkswirtschaftslehre sowie Betriebswirtschaftslehre: 5/210</p>
Leistungsnachweis	<ul style="list-style-type: none"> • Klausur im Umfang von 60 Minuten (80%) • Studentische Präsentation (20%)
Semester	4.-6. Semester
Häufigkeit des Angebots	Jedes Wintersemester
Dauer	1 Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl etc.)	Wahlpflichtmodul
Besonderes	Lehrveranstaltung und Prüfung werden in deutscher Sprache durchgeführt.

Modulname	Umweltökonomik
Modulverantwortliche	Prof. Dr. Wiebke Störmann
Qualifikationsziele	<ul style="list-style-type: none"> • Studierende lernen, die grundlegenden Zusammenhänge zwischen Umwelt und Ökonomie zu erläutern. • Sie kennen nach der Veranstaltung die Konzepte zur Internalisierung externer Effekte und Bereitstellung öffentlicher Güter im internationalen Kontext. • Studierende kennen den umweltpolitischen Instrumentenmix in Deutschland und sind in der Lage, umweltpolitische Ansätze international zu vergleichen. • Sie kennen die Auswirkungen umweltpolitischer Maßnahmen und die zentralen Zusammenhänge zwischen Umwelt- und Ressourcenpolitik. • Sie können die politökonomische Perspektive erläutern und Wirtschaftlichkeitsanalysen im Umweltbereich durchführen. • Sie diskutieren zahlreiche Fallbeispiele und aktuelle umweltpolitische Reformkonzepte. • Sie wenden theoretischer Kenntnisse auf die Beispielfälle an und schulen damit ihre analytischen Fähigkeiten und ihre Beschäftigungsfähigkeit.
Modulinhalte	<p>Inhaltsübersicht</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Einführung 2. Die Theorie externer Effekte <ol style="list-style-type: none"> 2.1. Definition externer Effekte 2.2. Externe Effekte und ökonomische Effizienz 3. Internalisierung externer Effekte: Instrumente der Umweltpolitik <ol style="list-style-type: none"> 3.1. Steuern 3.2. Zertifikate 3.3. Ordnungsrecht 3.4. Verhandlungslösung 3.5. Haftungsrecht 3.6. Räumliche Aspekte 4. Theorie erschöpflicher Ressourcen <ol style="list-style-type: none"> 4.1. Indikatoren der Ressourcenverfügbarkeit 4.2. Sozial optimale Abbaurate und Gleichgewichtsabbaurate 5. Theorie erneuerbarer Ressourcen <ol style="list-style-type: none"> 5.1. Indikatoren der Ressourcenverfügbarkeit 5.2. Sozial optimale Abbaurate und Gleichgewichtsabbaurate
Lehrformen	<ul style="list-style-type: none"> - Vorlesungen - Seminare - Übungen - Projektarbeit
Voraussetzungen für die Teilnahme	Formale Voraussetzungen bestehen nicht.
Literatur / multimediale Lehr- und Lernprogramme	<p>Literatur:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Endres, A.: Umweltökonomie, 4. Aufl., 2013, Stuttgart: Kohlhammer. - Endres, A. / Querner, I., Ökonomie natürlicher Ressourcen, 2000, Stuttgart: Kohlhammer. - Endres, A. et al. (2007), "Umweltökonomie - Arbeits- und Übungsbuch", Kohlhammer Verlag. - Georg Erdmann und Peter Zweifel (2010), Energieökonomik, 2. Auflage, Springer Verlag
Lehrbriefautor	entfällt, da Vollzeitstudium

Verwendbarkeit	Dieses Modul steht mit folgenden Modulen desselben Studiengangs in einem besonders engen Zusammenhang: Gesundheitsökonomik Bildungsökonomik Europäische Regionalpolitik Dieses Modul ist auch geeignet für andere wirtschaftswissenschaftlich ausgerichtete Studiengänge der Hochschule Schmalkalden.
Arbeitsaufwand / Gesamtworkload	gesamter Arbeitsaufwand: 150 Stunden, davon: 1) synchrone Lehre: 60 (Präsenzstudium) 2) asynchrone Lehre: 90, davon: Vorbereitung auf die Lehrveranstaltung (insbesondere Literaturstudium):30 Nachbereitung der Lehrveranstaltung:15 Vorbereitung auf die studienbegleitende Leistung (Referat):25 Vorbereitung auf die Prüfung: 20
ECTS und Gewichtung der Note in der Gesamtnote	5 ECTS-Punkte; Gewichtung: a) Studiengänge Wirtschaftswissenschaften sowie International Business and Economics: 5/180 b) Studiengänge Volkswirtschaftslehre sowie Betriebswirtschaftslehre: 5/210
Leistungsnachweis	- Klausur im Umfang von 60 Minuten (67%) studienbegleitende Leistung in Form eines Referates (33%)
Semester	3. - 6. Semester
Häufigkeit des Angebots	Angebot i.d.R. jedes Studienjahr, mindestens so oft, dass dieses Modul von jeder Alterskohorte zwischen dem jeweiligen 3. und 6. Semester gewählt werden kann
Dauer	1 Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl etc.)	Wahlpflichtmodul
Besonderes	-

Modulname	Gesundheitsökonomik
Modulverantwortliche	Prof. Dr. Wiebke Störmann
Qualifikationsziele	<ul style="list-style-type: none"> • Studierende lernen die Zusammenhänge zwischen Gesundheit und Ökonomie zu erläutern. • Sie kennen das System der Gesundheitsversorgung in Deutschland. • Sie können Prinzipal-Agenten-Beziehungen im Gesundheitswesen analysieren und Wirtschaftlichkeitsanalysen im Gesundheitssektor modellieren. • Sie kennen die Unterschiede zwischen den Systemen der Gesundheitsversorgung in Deutschland und in anderen Staaten der Europäischen Union sowie in Drittstaaten. • Sie diskutieren zahlreiche Fallbeispiele und aktuelle gesundheitspolitische Reformkonzepte. • Durch die Anwendung theoretischer Kenntnisse auf die Beispielfälle schulen die Studierenden ihre analytischen Fähigkeiten und damit ihre Beschäftigungsfähigkeit.
Modulinhalte	<p>Inhaltsübersicht:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Einführung 2. Gesundheit als Gut <ol style="list-style-type: none"> 2.1. Begriffe (z.B. Gesundheit / Morbidität) 2.1. Nachfrage nach Gesundheitsleistungen (Modell von Grossman, Gesundheitsausgaben) <ol style="list-style-type: none"> 3. Wirtschaftlichkeitsanalysen (Bewertung von Gesundheitseffekten in Geld- und in Nutzeinheiten, Humankapitalansatz) 4. Vertragsärztliche Versorgung (Bedarfsplanung) 5. Stationärer Sektor (Steuerung der Angebotskapazitäten, Vergütungsformen) 6. Arzneimittelmarkt (Umsatzanalyse, Steuerungsinstrumente) 7. Reformansätze in der Gesundheitsversorgung (Integrierte Versorgung, Versorgung im ländlichen Raum) 8. Krankenversicherungen (GKV, PKV, Krankenversicherung der Rentner (KVdR), Risikostrukturausgleich (RSA) in der GKV) <ol style="list-style-type: none"> 9. Reformkonzepte der Versicherungen 10. Internationaler Vergleich
Lehrformen	<ul style="list-style-type: none"> - Vorlesungen - Seminare - Übungen - Projektarbeit - Fallstudien
Voraussetzungen für die Teilnahme	Formale Voraussetzungen bestehen nicht.
Literatur / multimediale Lehr- und Lernprogramme	<p>Literatur (vorzugsweise in der jeweils neuesten Auflage):</p> <ul style="list-style-type: none"> - Breyer, F., Zweifel, P. und Kifmann, M., Gesundheitsökonomie, 6. Aufl., Springer Verlag, Berlin und Heidelberg 2013. - Hajen, L., Paetow, H. und Schumacher, H., Gesundheitsökonomie: Strukturen – Methoden – Praxisbeispiele, 6. Aufl., Kohlhammer Verlag, Stuttgart 2011. - Schulenburg, M., Greiner, W.: Gesundheitsökonomik, 2. Aufl. Tübingen 2007. - Schöffski, O., Schulenburg, M.: Gesundheitsökonomische Evaluationen, 3. Aufl. Berlin 2007.
Lehrbriefautor	entfällt, da Vollzeitstudium

Verwendbarkeit	Dieses Modul steht mit folgenden Modulen desselben Studiengangs in einem besonders engen Zusammenhang: Umweltökonomik Bildungsökonomik Dieses Modul ist auch geeignet für andere wirtschaftswissenschaftlich ausgerichtete Studiengänge der Hochschule Schmalkalden.
Arbeitsaufwand / Gesamtworkload	gesamter Arbeitsaufwand: 150 Stunden, davon: 1) synchrone Lehre: 60 (Präsenzstudium) 2) asynchrone Lehre: 90, davon: Vorbereitung auf die Lehrveranstaltung (insbesondere Literaturstudium):30 Nachbereitung der Lehrveranstaltung:15 Vorbereitung auf die studienbegleitende Leistung (Referat):25 Vorbereitung auf die Prüfung: 20
ECTS und Gewichtung der Note in der Gesamtnote	5 ECTS-Punkte; Gewichtung: a) Studiengänge Wirtschaftswissenschaften sowie International Business and Economics: 5/180 b) Studiengänge Volkswirtschaftslehre sowie Betriebswirtschaftslehre: 5/210
Leistungsnachweis	- Klausur im Umfang von 60 Minuten (67%) - studienbegleitende Leistung in Form eines Referates (33%)
Semester	3.-6. Semester
Häufigkeit des Angebots	Angebot i.d.R. jedes Studienjahr, mindestens so oft, dass dieses Modul von jeder Alterskohorte zwischen dem jeweiligen 3. und 6. Semester gewählt werden kann
Dauer	1 Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl etc.)	Wahlpflichtmodul
Besonderes	-

title of course	International Trade Theory and Policy
responsible instructor	Prof. Dr. Robert Richert
goals	<p>Students Students acquire factual, conceptual, terminological, methodological, procedural, and metacognitive knowledge. They are able to identify, explain, demonstrate, structure, and evaluate the following topics and to develop new ideas:</p> <ul style="list-style-type: none"> - different theories of free trade, - welfare effects of protectionist instruments, - milestones of European economic integration, - main goals of international trade organisations, - different economic areas.
course contents	<p>1 Theories of Free Trade</p> <p>1.1 Theory of Comparative Advantage (Ricardo) 1.2 Specific-Factors Model (Ricardo/Viner) 1.3 Factor-Proportions Model (Heckscher/Ohlin) 1.4 Standard Model of International Trade 1.5 Theory of Intra-Industrial Trade 1.6 International and Intra-National Distribution Effects 1.7 Free Trade versus Protectionism</p> <p>2 Welfare Effects of Protectionist Instruments</p> <p>2.1 Tariffs 2.2 Import Quotas 2.3 Export Subsidies 2.4 Further Protectionist Instruments 2.5 Explanatory Models Based on Public Choice and Prospect Theory</p> <p>3 European Union</p> <p>3.1 Member States 3.2 Milestones of Economic Integration 3.2 European Economic and Monetary Union 3.3 Euro Crisis</p> <p>4 International Trade Organisations</p> <p>4.1 World Trade Organisation (WTO) 4.2 Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD) 4.3 United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD) 4.4 North American Free Trade Agreement (NAFTA) 4.5 Southern Common Market (Mercosur) 4.6 Association of Southeast Asian Nations (ASEAN) 4.7 Asia-Pacific Economic Co-operation (APEC) 4.8 Regional Comprehensive Economic Partnership (RCEP)</p> <p>5 Economic Areas</p> <p>5.1 North America 5.2 Latin America 5.3 Europe 5.4 North Africa 5.5 Sub-Saharan Africa 5.6 Middle East 5.7 Central Asia 5.8 South Asia 5.9 South-East Asia 5.10 East Asia 5.11 Australia and Oceania</p>
teaching methods	<ul style="list-style-type: none"> - seminar-like lectures - exercises

	<ul style="list-style-type: none"> - hermeneutic discourses - maieutic discourses - discussions - student presentations - self-study
prerequisites	There are no formal requirements. Knowledge in Microeconomics and Macroeconomics is a prerequisite.
suggested reading	<p>Literature (preferably most recent edition):</p> <ul style="list-style-type: none"> • Berg, H. van den: International Economics, Boston et al. • Husted, S. / Melvin, M.: International Economics: International Edition, Reading/Mass. et al. • Krugman, P. / Obstfeld, M. / Melitz, M.: International Economics. Theory and Policy, Reading/Mass. et al.
applicability	<p>This module is related to the following module of the same study programme: Exchange Rates and International Macroeconomic Policy.</p> <p>This module is also applicable to other study programmes in Economics or Business offered at University of Applied Sciences Schmalkalden.</p>
workload	<p>Total workload: 150 hours, of these:</p> <p>1) synchronous studies: 60 (lectures to be attended)</p> <p>2) asynchronous studies: 90, of these:</p> <ul style="list-style-type: none"> - preparation for classes (in particular literature): 30 - follow-up: 15 - preparation for presentation: 25 - preparation for examination: 20
ECTS credit points and weighting factor	<p>5 ECTS credit points;</p> <p>weighting:</p> <p>a) study programmes in Business and Economics and in International Business and Economics: 5/180</p> <p>b) study programmes in Economics and in Business Administration: 5/210</p>
basis of student evaluation	<ul style="list-style-type: none"> - written in-class examination, 60 minutes (80%) - presentation (20%)
time	3 th to 6 th semester
frequency	generally each academic year
duration	1 semester
course type	elective course
remarks	Language of instruction is English.

title of course	Exchange Rates and International Macroeconomic Policy (IWB C english)
responsible instructor	Diplom-Volkswirtin Felicitas Kotsch
course objectives and learning outcomes	<p>Students are able to meet the objectives of the following categories of learning objectives and learning outcomes:</p> <p>1) Knowing: Students are able to - realize basic models of exchange rate theory</p> <p>2) Understanding: Students are able to - interpret exchange rate policy - compare different exchange rate models</p> <p>3) Applying: Students are able to - transfer exchange rate theories into real situations</p> <p>4) Analysing: Students are able to - characterize actual problems of exchange rate policies such as of ECB or Fed</p> <p>5) Assessing: Students are able to - assess current policy steps of ECB of Fed - evaluate consequences of monetary instruments</p> <p>6) Synthesising: Students are able to - create solutions for current problems in the Euro zone - suggest concrete steps of modern exchange rate policy making</p>
course contents	<p>PART A: EXCHANGE RATES AND OPEN_ECONOMY MACROECONOMICS</p> <p>I National Income Accounting and the Balance of Payments</p> <p>II Exchange Rates and the Foreign Market: An Asset Approach</p> <p>III Money, Interest Rates, and Exchange Rates</p> <p>IV Price Levels and the Exchange Rate in the Long Run</p> <p>V Output and the Exchange Rate in the Short Run</p> <p>VI Fixed Exchange Rates and Foreign Exchange Intervention</p> <p>PART B: INTERNATIONAL MACROECONOMIC POLICY</p> <p>VII International Monetary Systems: An Historical Overview</p> <p>VIII The Case for Floating Exchange Rates</p> <p>IX Optimum Currency Areas and the European Experience</p> <p>X Financial Globalization: Opportunity and Crisis</p> <p>XI Developing Countries: Growth, Crisis, and Reform</p>
teaching methods	<ul style="list-style-type: none"> - lectures - exercises - discussion - self-study
prerequisites	There are no formal requirements.
suggested reading	<ul style="list-style-type: none"> • Krugman, Paul R., Maurice Obstfeld and Marc J. Melitz: International Economics. Theory and Policy. 10th Edition, Essex 2017 or 11th Edition 2019 • Krugman, Paul R.: The Return of Depression Economics and the Crisis of 2008, London 2008 • Further references will be given during the lecture
applicability	This course is in particular applicable to the following courses of this Bachelor:

	<ul style="list-style-type: none"> - Financial Intermediation - Bank Management - Monetary Theory and Policy
workload	total workload: 150 hours, of them: 1) lecture: 60 2) self-study: 90, of them: - course preparation (in particular reading): - follow-up - exam preparation:
ECTS credit points and weighting factor	5 ECTS credit points; weighting factor: - 5/180 for Internatioan Business and Economics - 5/210 for Economics or Business Administration
basis of student evaluation	comprehensive written examination, 60 minutes (100%)
time	second academic year
frequency	each academic year
duration	1 semester
course type	elective course
remarks	Teaching language is English.

Modulname	Währungstheorie und -politik (IWB C)
Modulverantwortlicher / Modulverantwortliche	Diplom-Volkwirtin Felicitas Kotsch
Qualifikationsziele	<p>Die Studierenden lernen Unterschiede für die Erklärung des Wechselkurses in verschiedenen theoretischen Modellen kennen, und zwar im</p> <ul style="list-style-type: none"> • Vermögensmarkt-Ansatz, • Geldmengen-Ansatz, • Kaufkraftparitätenmodell und seiner Erweiterung zum realen Wechselkurs (lange Frist), • Mundell-Fleming-Modell, das Produktion und Wechselkurs in kurzer Frist erklärt, • System der festen Wechselkurse. <p>Darauf aufbauend können sie diese Modelle in der internationalen makroökonomischen Politik identifizieren, und zwar in</p> <ul style="list-style-type: none"> • den internationalen Währungssystemen 1870-1973 (i. W. Goldstandard, feste Wechselkurse unter Bretton Woods), • dem Währungssystem ab 1973 (flexible Wechselkurse). <p>Anhand dieses Wissens sind die Studierenden in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ die unterschiedlichen Erklärungsansätze für die Wechselkurse in verschiedene Prognosemodelle zur weiteren Kursentwicklung zu implementieren, ▪ die Vorhersagekraft dieser Modelle in der internationalen makroökonomischen Politik von 1870 bis heute zu demonstrieren, ▪ die Vor- und Nachteile dieser Systeme auf die zu lösenden Probleme im „Optimalen Währungsraum“ und in der Europäische Währungsunion, globalen Kapitalmarkt und für die Entwicklungsländer übertragen.
Modulinhalte	<p>Inhaltsübersicht: Teil A: Wechselkurse und Makroökonomie in offenen Volkswirtschaften</p> <p>1 Volkswirtschaftliche Gesamtrechnung und Zahlungsbilanz</p> <p>1.1 Volkswirtschaftliche Gesamtrechnung 1.2 Volkswirtschaftliche Gesamtrechnung für eine offene Volkswirtschaft 1.3 Die Zahlungsbilanzrechnung</p> <p>2 Wechselkurse und Devisenmarkt: Ein Vermögensmarkt-Ansatz</p> <p>2.1 Wechselkurse und internationale Transaktionen 2.2 Der Devisenmarkt 2.3 Die Nachfrage nach Fremdwährungsvermögenwerten 2.4 Der Devisenmarkt im Gleichgewicht 2.5 Zinssätze, Erwartungen und Gleichgewicht</p> <p>3 Geld, Zinssätze und Wechselkurse</p> <p>3.1 Gelddefinitionen: Eine kurze Wiederholung 3.2 Die Geldnachfrage Einzelner 3.3 Aggregierte Geldnachfrage 3.4 Der Gleichgewichtszinssatz: Die Interaktion von Geldnachfrage und Geldangebot 3.5 Geldangebot und Wechselkurs in kurzer Frist 3.6 Geld, Preisniveau und Wechselkurs in langer Frist 3.7 Inflation und Wechselkursdynamik</p> <p>4 Preisniveaus und Wechselkurs in langer Frist</p> <p>4.1 Das Gesetz der Preiseinheitlichkeit 4.2 Kaufkraftparität (KKP) 4.3 Ein langfristiges Modell des Wechselkurses auf Grundlage der KKP 4.4 Empirische Belege für die KKP und die Preiseinheitlichkeit 4.5 Weshalb trifft die KKP nicht zu? 4.6 Jenseits der KKP: Ein allgemeines Modell der Wechselkurse in langer Frist</p>

5	Produktion und Wechselkurs in kurzer Frist
5.1	Determinanten der gesamtwirtschaftlichen Nachfrage
5.2	Die Gleichung der gesamtwirtschaftlichen Nachfrage
5.3	Die Bestimmung der Produktionsmenge in kurzer Frist
5.4	Das Gütermarktgleichgewicht in kurzer Frist: Die DD-Kurve
5.5	Der Vermögensmarkt im kurzfristigen Gleichgewicht: Die AA-Kurve
5.6	Das kurzfristige Gleichgewicht in einer offenen Volkswirtschaft: Die
5.7	Kombination von DD- und AA-Kurve
5.8	Vorübergehende Änderungen der Geld- und Fiskalpolitik
5.9	Inflationsbias und andere Probleme der Politikfindung
5.10	Dauerhafte Veränderungen der Geld- und Fiskalpolitik
5.11	Makroökonomische Politik und Leistungsbilanz
5.12	Allmähliche Anpassung der Handelsströme und die Dynamik der
5.13	Leistungsbilanz
5.14	Die Marshall-Lerner-Bedingung
6	Feste Wechselkurse und Devisenmarktinterventionen
6.1	Weshalb beschäftigen wir uns mit festen Wechselkursen?
6.2	Zentralbankinterventionen und Geldmenge
6.3	Wie die Zentralbank den Wechselkurs fixiert
6.4	Stabilisierungspolitik bei einem festen Wechselkurs
6.5	Zahlungsbilanzkrisen und Kapitalflucht
6.6	Kontrolliertes Floaten und neutralisierte Intervention
6.7	Reservewährung im Weltwährungssystem
6.8	Der Goldstandard
Teil B: Internationale makroökonomischen Politik	
7	Das internationale Währungssystem 1870-1973
7.1	Makroökonomische Zielsetzungen in einer offenen Volkswirtschaft
7.2	Die internationale makroökonomische Politik unter dem Goldstandard, 1870-1914
7.3	Die Zwischenkriegsjahre, 1918-1939
7.4	Das Bretton-Woods-System und der Internationale Währungsfonds
7.5	Das außenwirtschaftliche Ungleichgewicht der USA unter dem Bretton-Wood-System
7.6	Die Mechanik der importierten Inflation
8	Makroökonomische Politik und Koordination unter flexiblen Wechselkursen
8.1	Die Argumentation zugunsten flexibler Wechselkurse
8.2	Die Argumentation gegen flexible Wechselkurse
8.3	Makroökonomische Abhängigkeit unter flexiblen Wechselkursen
8.4	Lehren aus der Zeit seit 1973
8.5	Sind feste Wechselkurse für die meisten Länder überhaupt denkbar?
8.6	Reformansätze
9	Optimale Währungsräume und die Europäische Währungsunion
9.1	Die Vorgeschichte der europäischen Einheitswährung
9.2	Der Euro und die Wirtschaftspolitik in Europa
9.3	Die Theorie optimaler Währungsräume
9.4	Aktuelle Probleme in der Eurozone
10	Der globale Kapitalmarkt
10.1	Der internationale Kapitalmarkt und die Außenhandelsgewinne
10.2	Das internationale Bankwesen und der internationale Kapitalmarkt
10.3	Regulierung des internationalen Bankwesens
10.4	Wie gut funktioniert der internationale Kapitalmarkt?

Lehrformen	<ul style="list-style-type: none"> - seminaristische Vorlesungen - Diskussionen - Selbststudium
Voraussetzungen für die Teilnahme	<p>Formale Voraussetzungen bestehen nicht. Insbesondere Kenntnisse folgender Pflichtmodule werden vorausgesetzt:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Makroökonomik - Wirtschaftstheorie - Wirtschaftspolitik
Literatur / multimediale Lehr- und Lernprogramme	<p>Literatur (vorzugsweise in der jeweils neuesten Auflage): Pflichtlektüre:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Krugman, Paul R., Maurice Obstfeld und Marc Melitz: Internationale Wirtschaft, München <p>Ergänzend:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Burda, Michael C. und Charles Wyplosz: Makroökonomie. Eine europäische Perspektive, München • Jarchow, Hans-Joachim und Peter Rühmann: Monetäre Außenwirtschaft I, Monetäre Außenwirtschaftstheorie, Göttingen • Jarchow, Hans-Joachim und Peter Rühmann: Monetäre Außenwirtschaft II, Internationale Währungspolitik, Göttingen • Krugman, Paul R.: Die neue Weltwirtschaftskrise, Frankfurt
Lehrbriefautor	entfällt, da Vollzeitstudium
Verwendbarkeit	<p>Dieses Modul steht mit folgenden Modulen desselben Studiengangs in einem besonders engen Zusammenhang:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Außenhandelstheorie und -politik - Geldtheorie und -politik <p>Dieses Modul ist auch geeignet für andere wirtschaftswissenschaftlich ausgerichtete Studiengänge der Hochschule Schmalkalden.</p>
Arbeitsaufwand / Gesamtworkload	<p>gesamter Arbeitsaufwand: 150 Stunden, davon:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) synchrone Lehre: 60 (Präsenzstudium) 2) asynchrone Lehre: 90, davon: <ul style="list-style-type: none"> - Vorbereitung auf die Lehrveranstaltung (insbesondere Literaturstudium): - Nachbereitung der Lehrveranstaltung: - Vorbereitung auf die Prüfung:
ECTS und Gewichtung der Note in der Gesamtnote	<p>5 ECTS-Punkte; Gewichtung:</p> <ol style="list-style-type: none"> a) Studiengänge Wirtschaftswissenschaften sowie International Business and Economics: 5/180 b) Studiengänge Volkswirtschaftslehre sowie Betriebswirtschaftslehre: 5/210
Leistungsnachweis	Klausur im Umfang von 60 Minuten (100%)
Semester	3.-6. Semester
Häufigkeit des Angebots	Angebot jedes Studienjahr
Dauer	1 Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl etc.)	Wahlpflichtmodul
Besonderes	<ul style="list-style-type: none"> - Exkursion an den Finanzplatz Frankfurt/M. - Gastvorlesung durch einen Vertreter der Deutschen Bundesbank <p>Es wird empfohlen, zur Vorbereitung die aktuellen Wirtschaftsnachrichten zu verfolgen, da während der Vorlesung viele Beispiele aus der Praxis herangezogen werden.</p>

title of course	Economics of Strategy
responsible instructor	Kai Hüscherlath
course objectives and learning outcomes	<p>Students are able to meet the objectives of the following categories of learning objectives and learning outcomes:</p> <p>1) Knowing: Students are able to</p> <ul style="list-style-type: none"> - repeat the general value of economics for strategic management, - realise the methods and techniques for analyzing business competition, - identify the drivers of firm boundaries and selected corporate strategies, - repeat the power of incentives in internal firm organization, - realise the importance of the business environment in making strategic management decisions. <p>2) Understanding: Students are able to</p> <ul style="list-style-type: none"> - explain the strategic management implications of theoretical and empirical economic research, - classify the methods and techniques for analyzing business competition, - explain the drivers of firm boundaries and selected corporate strategies, - explain the power of incentives in internal firm organization, - illustrate the importance of the business environment in making strategic management decisions. <p>3) Applying: Students are able to</p> <ul style="list-style-type: none"> - demonstrate the strategic management implications of theoretical and empirical economic research, - transfer the methods and techniques for analyzing business competition to concrete case studies, - apply reasons and results of firm boundaries and selected corporate strategies in selected industries, - demonstrate the power of incentives in internal firm organization, - demonstrate the importance of the business environment in making strategic management decisions. <p>4) Analysing: Students are able to</p> <ul style="list-style-type: none"> - differentiate between different strategic management implications of theoretical and empirical economic research, - characterize business competition in selected markets or industries, - capture lessons learnt from historical developments of firm boundaries and selected corporate strategies, - characterize the power of incentives in internal firm organization, - structure measures related to the business environment in making strategic management decisions. <p>5) Assessing: Students are able to</p> <ul style="list-style-type: none"> - examine different strategic management implications of theoretical and empirical economic research, - evaluate business competition in selected markets or industries, - examine reasons for different developments of firm boundaries and selected corporate strategies in certain sectors and industries, - examine the power of incentives in internal firm organization, - evaluate the relevance of the business environment in making strategic management decisions. <p>6) Synthesising: Students are able to</p> <ul style="list-style-type: none"> - design proposals for assessments of business competition in certain sectors or industries, - create proposals for an efficient design of firm boundaries and selected corporate strategies in selected industries,

	- construct guidelines for an effective regulation of the business environment.
course contents	<p>Students are able to acquire knowledge and skills of the following types of knowledge and skills, respectively:</p> <p>1) factual knowledge:</p> <ul style="list-style-type: none"> - core knowledge of strategic management implications of theoretical and empirical economic research, - overview of methods and techniques for analyzing business competition, - overview of the drivers of firm boundaries and selected corporate strategies, - overview of the power of incentives in internal firm organization, - overview of the importance of the business environment in making strategic management decisions. <p>2) conceptual skills:</p> <ul style="list-style-type: none"> - classification of core knowledge of strategic management implications of theoretical and empirical economic research, - principles of methods and techniques for analyzing business competition, - lessons learnt from successful and unsuccessful strategic management decisions, - lessons learnt from reforms of the business environment. <p>3) procedural skills:</p> <ul style="list-style-type: none"> - comparative-static graphical analyses, - analytical thinking with regard to short-term, mid-term and long-term effects, - embedding economic phenomena into a general-historic environment, - analysing limitations of strategic and public policy actions. <p>4) metacognitive skills:</p> <ul style="list-style-type: none"> - transfer of algebraic and graphical "language" into verbal language, - capturing implicit information, - recognition of high importance of history, - avoiding biases and fallacies of arguing. <p>course outline:</p> <p>1 Economic Concepts for Strategy – A Primer</p> <p>2 Firm Boundaries and Corporate Strategies</p> <p>2.1 Evolution of the Modern Firm 2.2 Horizontal and Vertical Boundaries of the Firm 2.3 Mergers and Acquisitions 2.4 Strategic Alliances 2.5 Diversification</p> <p>3 Market and Competitive Analysis</p> <p>3.1 Competitors and Competition 3.2 Strategic Commitment 3.3 Dynamics of Pricing Rivalry 3.4 Entry and Exit 3.5 Industry Analysis</p> <p>4 Strategic Positioning and Dynamics</p> <p>4.1 Strategic Positioning for Competitive Advantage 4.2 Origins of (and Sustaining) Competitive Advantage 4.3 Agency and Performance Measurement</p> <p>5 Internal Organization</p> <p>5.1 Incentives in Firms</p>

	5.2 Strategy and Structure 5.3 Environment, Power and Culture 5.4 Strategy and the General Manager
teaching methods	<ul style="list-style-type: none"> - lectures - exercises - hermeneutic discourses - maieutic discourses - discussions - project work - student presentations - self-study
prerequisites	<p>There are no formal requirements. Basic knowledge of the content of the following modules is assumed:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Mikroökonomik - Wirtschaftstheorie - Wirtschaftspolitik
suggested reading	<p>literature (preferably most recent edition):</p> <ul style="list-style-type: none"> - Baron, D.: Business and Its Environment, Upper Saddle River. - Besanko, D., D. Dranove, M. Shanley and S. Schaefer: Economics of Strategy, Hoboken. - Fleisher, C. and B. Bensoussan: Strategic and Competitive Analysis, Upper Saddle River. - Gant, R.: Contemporary Strategy Analysis, Malden. - McAfee, P.: Competitive Solutions, Princeton. - Saloner, G.: A. Shepard and J. Podolny, Strategic Management, New York. - Spulber, D.: Economics and Management of Competitive Strategy, Singapore.
applicability	<p>This course is in particular applicable to the following courses of this Master programme:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Game Theory - Organization Theory and Design - Rechtsökonomik <p>This course is also applicable to other business-oriented Master programmes offered by Schmalkalden University of Applied Sciences.</p>
workload	<p>total workload: 150 hours, of them:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) lecture: 60 2) self-study: 90, of them: <ul style="list-style-type: none"> - course preparation (in particular reading): 30 - follow-up: 15 - preparation for academic research project: 25 - exam preparation: 20
ECTS credit points and weighting factor	5 ECTS credit points; weighting factor: 5/180; 5/210
basis of student evaluation	<ul style="list-style-type: none"> - comprehensive written examination, 60 minutes (80%) - presentation of student research project (20%)
time	first academic year
frequency	each academic year
duration	1 semester
course type	elective course
remarks	Teaching language is English.

Modulname	Rechtsökonomik
Modulverantwortlicher / Modulverantwortliche	Kai Hüschelrath
Qualifikationsziele	Die Studierenden sind in der Lage, <ul style="list-style-type: none"> • die Entstehung und die Folgen von Gesetzen, Urteilen und Verwaltungsakten nach ökonomischen Maßstäben zu beschreiben, • die Anreize wichtiger Akteure (Politiker, Bürokraten, Richter, Anwälte) im Rahmen der Gestaltung einer Rechtsordnung zu erkennen, • die Steuerungswirkungen einer Rechtsordnung im Hinblick auf die Handlungsanreize der ihr unterworfenen Akteure zu demonstrieren, • die Wirkungen einer Harmonisierung von Rechtsnormen zu analysieren, und • eine Untersuchung der Folgen von konkreten Gesetzesvorschlägen nach ökonomischen Maßstäben durchzuführen.
Modulinhalte	<p>1 Methoden der Rechtsökonomik</p> <ul style="list-style-type: none"> • Grundlegende Konzepte • Mikroökonomie und Spieltheorie • Institutionenökonomik • Public Choice Theorien • Verhaltensökonomik • Empirische Methoden <p>2 Einführung in die Ökonomie des öffentlichen Rechts</p> <ul style="list-style-type: none"> • Staat • Föderalismus • Regulierung <p>3 Einführung in die Ökonomie des Zivilrechts</p> <ul style="list-style-type: none"> • Allokation von Verfügungsrechten • Verträge <p>4 Einführung in die Ökonomie der Rechtsdurchsetzung</p> <ul style="list-style-type: none"> • Strafe • Zivilprozess • Justiz <p>5 Vertiefte Analyse aktueller Entwicklungen in der Rechtsökonomie</p>
Lehrformen	<ul style="list-style-type: none"> • Seminaristische Vorlesungen • Betreute Übungen • Hermeneutische Diskurse • Mäeutische Diskurse • Diskussionen • Studentische Vorträge • Selbststudium
Voraussetzungen für die Teilnahme	Formale Voraussetzungen bestehen nicht. Insbesondere Kenntnisse folgender Pflichtmodule werden vorausgesetzt: <ul style="list-style-type: none"> • Mikroökonomik
Literatur / multimediale Lehr- und Lernprogramme	<ul style="list-style-type: none"> • Cooter, R. und Ulen, T. (2014): Law and Economics, Harlow. • Kirstein, R. und Schmidtchen, D. (2003): Ökonomische Analyse des Rechts, CSLE Discussion Paper, No. 2003-04, Saarbrücken. • Miceli, T. (2009): The Economic Approach to Law, Stanford. • Towfigh, E. und Petersen, N. (2003): Ökonomische Methoden im Recht, Tübingen. • Weigel, W. (2010): Rechtsökonomik, München.
Lehrbriefautor	Entfällt, da Vollzeitstudium

Verwendbarkeit	<p>Dieses Modul steht mit folgenden Modulen desselben Studiengangs in einem besonders engen Zusammenhang:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Umweltökonomik • Finanzwissenschaft • Economics of Strategy <p>Dieses Modul ist auch geeignet für andere wirtschaftswissenschaftlich ausgerichtete Studiengänge der Hochschule Schmalkalden.</p>
Arbeitsaufwand / Gesamtworkload	<p>Gesamter Arbeitsaufwand: 150 Stunden, davon:</p> <p>1) Synchrone Lehre: 60 (Präsenzstudium)</p> <p>2) Asynchrone Lehre: 90, davon:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Vorbereitung auf die Lehrveranstaltungen (insbesondere Literaturstudium): 30 • Nachbereitung der Lehrveranstaltungen: 15 • Vorbereitung auf die studienbegleitende Leistung (Hausarbeit): 25 • Vorbereitung auf die Prüfung: 20
ECTS und Gewichtung der Note in der Gesamtnote	<p>5 ECTS-Punkte; Gewichtung:</p> <p>a) Studiengänge Wirtschaftswissenschaften sowie International Business and Economics: 5/180</p> <p>b) Studiengänge Volkswirtschaftslehre sowie Betriebswirtschaftslehre: 5/210</p>
Leistungsnachweis	<ul style="list-style-type: none"> • Klausur im Umfang von 60 Minuten (80%) • Studentische Präsentation (20%)
Semester	4.-6. Semester
Häufigkeit des Angebots	Jedes Wintersemester
Dauer	1 Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl etc.)	Wahlpflichtmodul
Besonderes	Lehrveranstaltung und Prüfung werden in deutscher Sprache durchgeführt.

Modulname	Europäische Regionalpolitik
Modulverantwortliche	Prof. Dr. Wiebke Störmann
Qualifikationsziele	Die Studierenden lernen die Unterschiede der Wirtschaftsentwicklung und der regionalpolitischen Förderung in der Europäischen Union kennen. Dabei geht es einerseits um die gegenwärtige Europäische Regionalpolitik und Ansätze zu ihrer Reform, andererseits um die Entwicklungspotenziale verschiedener Regionen innerhalb der Europäischen Union. Bezogen auf Deutschland wird das System der Regionalförderung und seine Zusammenhänge zur europäischen Regionalpolitik vorgestellt. Ziel ist es, Ansatzpunkte effektiver und effizienter Wirtschaftsförderung zu erkennen
Modulinhalte	Die Studierenden sind in der Lage, Wissen folgender Wissensarten zu erwerben: 1) Faktenwissen über Kennzahlen im Zusammenhang mit der räumlichen Wirtschaftsentwicklung 2) Kenntnis über regionale Entwicklungsunterschiede in Europa 3) Kenntnis über das Zusammenwirken unterschiedlicher regionalpolitischer Instrumente in Deutschland 4) Kenntnis über die Grundzüge wichtiger regionalökonomischer Modelle 5) Wissen über politisch relevante Reformvorschläge 6) Analytisches Denken bezüglich der Anreizkompatibilität von regionalpolitischen Maßnahmen Inhaltsübersicht: 1. Einführung 2. Theoretischer Hintergrund der Regionalpolitik 3. Entwicklung der europäischen Regionalpolitik bis zur aktuellen Förderperiode 4. Regionale Entwicklungsunterschiede in Europa 5. Instrumente der Europäischen Regionalpolitik 6. Zusammenwirken regionalpolitischer Instrumente in Deutschland 7. Bewertungskriterien regionaler Wirtschaftspolitik 8. Analyse der Wirkungen von Regionalpolitik anhand von Fallbeispielen
Lehrformen	- seminaristische Vorlesungen - betreute Übungen - hermeneutische Diskurse - mündliche Diskurse - Diskussionen - studentische Vorträge - Selbststudium
Voraussetzungen für die Teilnahme	Formale Voraussetzungen bestehen nicht. Insbesondere Kenntnisse folgender Pflichtmodule werden vorausgesetzt: - Mikroökonomik - Makroökonomik
Literatur / multimediale Lehr- und Lernprogramme	Literatur (vorzugsweise in der jeweils neuesten Auflage): Trippel, M. / Maier, G. / Tödtling, F.: Regional- und Stadtökonomik 2: Regionalentwicklung und Regionalpolitik, Springers Kurzlehrbücher der Wirtschaftswissenschaften, 2012. Störmann, W.: Regionalökonomik: Theorie und Politik, Oldenburg Verlag 2009. Untiedt, G., Karl, H., Rosche, J., Kersting, M., Alecke, B.: Aufgaben, Struktur und mögliche Ausgestaltung eines gesamtdeutschen Systems zur Förderung von strukturschwachen Regionen ab 2020, (RUFIS Studien 1/2017), Bochum 2017
Lehrbriefautor	entfällt, da Vollzeitstudium
Verwendbarkeit	Dieses Modul steht mit folgenden Modulen desselben Studiengangs in einem besonders engen Zusammenhang: - Umweltökonomik

	- Bildungsökonomik Dieses Modul ist auch geeignet für andere wirtschaftswissenschaftlich ausgerichtete Studiengänge der Hochschule Schmalkalden.
Arbeitsaufwand / Gesamtworkload	gesamter Arbeitsaufwand: 150 Stunden, davon: 1) synchrone Lehre: 60 (Präsenzstudium) 2) asynchrone Lehre: 90, davon: - Vorbereitung auf die Lehrveranstaltung (insbesondere Literaturstudium):30 - Nachbereitung der Lehrveranstaltung:15 - Vorbereitung auf die studienbegleitende Leistung (Referat):25 - Vorbereitung auf die Prüfung: 20
ECTS und Gewichtung der Note in der Gesamtnote	5 ECTS-Punkte; Gewichtung: a) Studiengänge Wirtschaftswissenschaften sowie International Business and Economics: 5/180 b) Studiengänge Volkswirtschaftslehre sowie Betriebswirtschaftslehre: 5/210
Leistungsnachweis	- Klausur im Umfang von 60 Minuten (80%) - studienbegleitende Leistung in Form eines Referates (20%)
Semester	3.-6. Semester
Häufigkeit des Angebots	Angebot i.d.R. jedes Studienjahr, mindestens so oft, dass dieses Modul von jeder Alterskohorte zwischen dem jeweiligen 4. und 6. Semester gewählt werden kann
Dauer	1 Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl etc.)	Wahlpflichtmodul
Besonderes	

Title of course	Transport Economics and Policy engl.
Responsible instructor	Kai Hüschelrath
Course objectives and learning outcomes	<p>Students are able to</p> <ul style="list-style-type: none"> • understand the importance of transport services for an economy, • realize the interactions of demand and supply in a transport context, • analyze the welfare effects of various transport policy measures, • assess the economic effects of regulation and deregulation of transport markets, and • provide guidance on how to improve German and European transport policy.
Course contents	<ul style="list-style-type: none"> • Transport and Economics • Movement, Transport and Location • The Demand for Transport • The Direct Costs of Transport • The External Costs of Transport • Pricing of Transport Services • Containing the Environmental Costs of Transport • Optimizing Traffic Congestion • Economics of Transport Logistics • Investment Criteria – Private and Public Sector Analysis • Transport and Development • The Economic Regulation of Transport • Case Studies of Selected Transport Modes
Teaching methods	<ul style="list-style-type: none"> • Lectures • Exercises • Hermeneutic discourses • Maieutic discourses • Discussions • Student presentations • Self-study
Prerequisites	<p>There are no formal requirements. Basic knowledge of the content of then following modules is assumed:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Microeconomics • Economic Policy / Principles of Economics
Suggested reading	<ul style="list-style-type: none"> • Boyer, K. (1998): Principles of Transportation Economics, Reading. • Button, K. (2010): Transport Economics, Cheltenham. • Hensher, D. and Brewer, A. (2001): Transport, Oxford. • Mallard, G. and Glaister, S. (2010): Transport Economics, Basingstoke. • McCarthy, P. (2001): Transportation Economics, Malden. • Quinet, E. and Vickerman, R. (2004): Principles of Transport Economics, Cheltenham.
Applicability	<p>This course is in particular applicable to the following courses of this Bachelor programme:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Umweltökonomik • Finanzwissenschaft • Europäische Regionalpolitik • Rechtsökonomik • Economics of Strategy <p>This course is also applicable to other business-oriented Bachelor programmes offered by Schmalkalden University of Applied Sciences.</p>
Workload	<p>Total workload: 150 hours, of them:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Lecture: 60 2) Self-study: 90, of them:

	<ul style="list-style-type: none"> • Course preparation (in particular reading): 30 • Follow-up: 15 • Preparation for academic research project: 25 • Exam preparation: 20
ECTS credit points and weighting factor	5 ECTS credit points; weighting factor: 5/180; 5/210
Basis of student evaluation	<ul style="list-style-type: none"> • Comprehensive written examination, 60 minutes (80%) • Student presentation (20%)
Time	Second or third academic year
Frequency	Every second winter semester
Duration	1 semester
Course type	Elective course
Remarks	Teaching language is English.

Wahlpflichtbereich
BWL - keinen Bereich zugordnet

Modulname	Arbeitspsychologie 4.0
Modulverantwortlicher/ Modulverantwortliche	Lenka Ďuranová
Qualifikationsziele	<p>Die Studierenden verstehen:</p> <ul style="list-style-type: none"> - den Einfluss der Geschichte auf die heutige Arbeits- und Organisationsgestaltung, - die Methoden der modernen Arbeitspsychologie, - die Wirkungen der Arbeit, - die Theorien und Empirie zur Beschreibung und Verbesserung der Arbeitsmotivation, -zufriedenheit und -leistung, - die Relevanz des (lebenslangen) Lernens, - die Möglichkeiten und Potenziale der Arbeitsanalyse, -bewertung und -gestaltung. Dabei werden Bezüge zu Arbeit 4.0 hergestellt. <p>Darüber hinaus sind sie in der Lage, das evidenzbasierte Wissen in der Praxis zu implementieren.</p>
Modulinhalte	<p>Geschichte und Methoden Wirkungen der Arbeit (Stressoren, Anforderungen, Ressourcen, Arbeit und Gesundheit) Arbeitsmotivation und -zufriedenheit Arbeitsleistung Arbeitsanalyse und -bewertung Arbeitsgestaltung</p> <p>Beispielhafte Stichworte zu 4.0: New Work, Ursachen und Auswirkungen der Technologienutzung, Arbeit im Home-Office, virtuelle (Team-)Arbeit, Führung auf Distanz, Work-Life-Balance.</p>
Lehrformen	seminaristische Vorlesung
Voraussetzungen für die Teilnahme	Formale Voraussetzungen bestehen nicht. Psychologisches Vorwissen wird nicht vorausgesetzt.
Literatur/multimediale Lehr- und Lernprogramme	<p>Vorlesungsskript Lehrbücher (vorzugsweise in der jeweils neuesten Auflage):</p> <ul style="list-style-type: none"> - Nerdinger, G. Blickle & N. Schaper (Hrsg.). (2019). <u>Arbeits- und Organisationspsychologie</u>. Berlin: Springer. <p>Weitere Literatur wird in der Lehrveranstaltung bekannt gegeben.</p>
Lehrbriefautor	entfällt, da Vollzeitstudium
Verwendbarkeit	Dieses Modul ist geeignet für wirtschaftswissenschaftlich ausgerichtete Studiengänge.
Arbeitsaufwand/ Gesamtworkload	<p>Gesamtworkload: 150 Stunden, davon:</p> <ul style="list-style-type: none"> - synchrone Lehre: 60 (Präsenzstudium) - asynchrone Lehre: 90, davon: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Vorbereitung auf die Lehrveranstaltung (insbesondere Literaturstudium) ▪ Nachbereitung der Lehrveranstaltung ▪ Prüfungsvorbereitung
ECTS und Gewichtung der Note in der Gesamtnote	<p>5 ECTS-Punkte Gewichtung: a) Studiengänge Wirtschaftswissenschaften sowie International Business and Economics: 5/180 b) Studiengänge Volkswirtschaftslehre sowie Betriebswirtschaftslehre: 5/210</p>
Leistungsnachweis	Klausur im Umfang von 60 Minuten (70 %) Referat (30 %)
Semester	4.-6. Semester
Häufigkeit des Angebots	jedes Studienjahr
Dauer	ein Semester

Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl, etc.)	Wahlpflichtmodul
Besonderes	entfällt

Modulname	Finanzmathematik
Modulverantwortlicher	Dr. Tobias Simon
Qualifikationsziele	Die Studierenden sind in der Lage, <ul style="list-style-type: none"> ▪ die Ansätze der grundlegenden Finanzmathematik (Zinsrechnung, Renditerechnung, Renten- und Tilgungsrechnung) zu begreifen, ▪ zahlreiche Übungsaufgaben in Bezug auf alle behandelten Themen selbständig zu lösen, ▪ finanzwirtschaftliche Fragestellungen mit Hilfe von mathematisch berechneten Ergebnissen zu bewerten
Modulinhalte	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Zahlungsströme und Zinsrechnung ▪ Renten- und Tilgungsrechnung ▪ Kurs- und Renditerechnung ▪ Aktienkursprozesse (Black-Scholes-Modell) (<i>optional</i>) ▪ Portfolios (Rendite-Risiko-Optimierung) (<i>optional</i>) ▪ Optionen: Preisbildung via No-Arbitrage Prinzip (<i>optional</i>)
Lehrformen	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Vorlesungen ▪ Übungen ▪ Selbststudium
Voraussetzungen	Mathematik (1. Semester), Statistik (2. Semester)
Literatur	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Albrecht, P.: Finanzmathematik für Wirtschaftswissenschaftler, 4. Auflage, Schäffer-Pöschel-Verlag, Stuttgart (2019) ▪ Adelmeyer, M., Warmuth, E.: Finanzmathematik für Einsteiger, 2. Auflage, Vieweg-Verlag, Wiesbaden (2005)
Verwendbarkeit	Dieses Modul steht mit folgenden Modulen desselben Studiengangs in einem besonders engen Zusammenhang: Versicherungsmathematik
Arbeitsaufwand	gesamter Arbeitsaufwand: 150 Stunden, davon: 1) synchrone Lehre: 60 (Präsenzstudium) 2) asynchrone Lehre: 90, davon: - Vorbereitung auf die Lehrveranstaltung (insbesondere Literaturstudium): 20 - Nachbereitung der Lehrveranstaltung: 20 - Vorbereitung der Übungsaufgaben: 25 - Vorbereitung auf die Prüfung: 25
ECTS und Gewichtung in der Gesamtnote	5 ECTS-Punkte; Gewichtung: a) Studiengänge Wirtschaftswissenschaften sowie International Business and Economics: 5/180 b) Studiengänge Volkswirtschaftslehre sowie Betriebswirtschaftslehre: 5/210
Leistungsnachweis	Klausur im Umfang von 60 Minuten
Semester	3./5./7. Semester
Häufigkeit des Angebots	jährlich
Dauer	1 Semester
Art der Lehrveranstaltung	Wahlpflichtmodul
Besonderes	

Modulname	Organisationspsychologie 4.0
Modulverantwortlicher/ Modulverantwortliche	Lenka Ďuranová
Qualifikationsziele	Die Studierenden verstehen: <ul style="list-style-type: none"> - psychologische Grundbegriffe, - die Grundlagen der Arbeits-, Personal- und Organisationspsychologie, - die Methoden der Organisationspsychologie, - die Theorien und Empirie zur Beschreibung und Verbesserung bspw. der Mitarbeiterbindung. Dabei können sie Bezüge zur Organisation 4.0 herstellen. Darüber hinaus sind sie in der Lage, das evidenzbasierte Wissen in der Praxis zu implementieren.
Modulinhalte	Psychologische Grundlagen Einführung in die Arbeits-, Personal- und Organisationspsychologie Organisationsdiagnose & -entwicklung Organisationale Sozialisation Organisationsklima und -kultur Interaktion & Kommunikation in Organisationen (bspw. Führung, Teams, Konflikte) Personalauswahl & -entwicklung Beispielhafte Stichworte zu 4.0: New Work, Ursachen und Auswirkungen der Technologienutzung, Arbeit im Home-Office, virtuelle (Team-)Arbeit, Führung auf Distanz.
Lehrformen	seminaristische Vorlesung
Voraussetzungen für die Teilnahme	Formale Voraussetzungen bestehen nicht. Psychologisches Vorwissen wird nicht vorausgesetzt.
Literatur/multimediale Lehr- und Lernprogramme	Vorlesungsskript Lehrbücher (vorzugsweise in der jeweils neuesten Auflage): <ul style="list-style-type: none"> - Kauffeld, S. (Hrsg.). (2019). <u>Arbeits-, Organisations- und Personalpsychologie für Bachelor</u>. Berlin, Heidelberg: Springer. - Nerdinger, G. Blickle & N. Schaper (Hrsg.). (2019). <u>Arbeits- und Organisationspsychologie</u>. Berlin: Springer. Weitere Literatur wird in der Lehrveranstaltung bekannt gegeben.
Lehrbriefautor	entfällt, da Vollzeitstudium
Verwendbarkeit	Dieses Modul ist geeignet für wirtschaftswissenschaftlich ausgerichtete Studiengänge.
Arbeitsaufwand/ Gesamtworkload	Gesamtworkload: 150 Stunden, davon: <ul style="list-style-type: none"> - synchrone Lehre: 60 (Präsenzstudium) - asynchrone Lehre: 90, davon: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Vorbereitung auf die Lehrveranstaltung (insbesondere Literaturstudium) ▪ Nachbereitung der Lehrveranstaltung ▪ Prüfungsvorbereitung
ECTS und Gewichtung der Note in der Gesamtnote	5 ECTS-Punkte Gewichtung: a) Studiengänge Wirtschaftswissenschaften sowie International Business and Economics: 5/180 b) Studiengänge Volkswirtschaftslehre sowie Betriebswirtschaftslehre: 5/210
Leistungsnachweis	Klausur im Umfang von 60 Minuten (70 %) Referat (30 %)
Semester	3.-6. Semester

Häufigkeit des Angebots	<i>jedes Studienjahr</i>
Dauer	<i>ein Semester</i>
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl, etc.)	<i>Wahlpflichtmodul</i>
Besonderes	<i>entfällt</i>

Modulname	Praxis der Unternehmensführung Z
Modulverantwortlicher / Modulverantwortliche	Prof. Dr. Andreas Kammel
Qualifikationsziele	<p>Die Studierenden sind in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> - die Zusammenhänge von Unternehmensführung, Strategie, Organisation und Kultur zu beschreiben und kritisch zu bewerten - die Kernaussagen von kritischen Erfolgsfaktoren, strategischen Wettbewerbsvorteilen, Innovation und Wandel im Zusammenhang mit Planung, Organisation, Controlling und Personalführung zu analysieren, - praxistaugliche Instrumente der Unternehmensführung zu erfassen, - unterschiedliche Aufgabenfelder der Entscheidungsträger zu identifizieren, - die Zusammenhänge von Performance Measurement, Change Management, Unternehmenskulturgestaltung und Wissensmanagement zu erkennen.
Modulinhalte	<ul style="list-style-type: none"> - Basiswissen zur Personalführung, um Probleme der Leistungsmessung, des geplanten Wandels und der Kulturbeeinflussung in Organisationen lösen können, - Überblick über wesentliche Problemstellungen der Unternehmensführung im Hinblick auf Strategie, Struktur, Kultur und Human Resources Management. - Wissen über die Zusammenhänge der Aufgabenfelder der Planung, Organisationsgestaltung, des Controlling und der Personalführung, - Fallstudienanalyse - Theorie-Praxis-Verknüpfung <p>Inhaltsübersicht:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1 Grundlagen der Unternehmensführung <ol style="list-style-type: none"> 1.1 Gegenstandsbereich 1.2 Zielsetzungen 1.3 Gestaltungsparameter 2 Strategie <ol style="list-style-type: none"> 2.1 SWOT-Analyse 2.2 Strategische Konzepte 3 Theorien der Führung und des Führungserfolges <ol style="list-style-type: none"> 3.1 Eigenschafts- und Verhaltenstheorien 3.2 Situationstheorien 3.3 Charismatische und transformative Führung 3.4 Theorie-Praxis-Verknüpfung 4 praktische Gestaltungsfelder praktischer Unternehmensführung <ol style="list-style-type: none"> 4.1 Performance Measurement 4.2 Change Management 4.3 Strategische Planung 4.4 Human Resources Management 4.5 Unternehmenskulturgestaltung 4.6 Wissensmanagement 4.7 Implementierungsansätze und betriebswirtschaftliche Beurteilung
Lehrformen	<ul style="list-style-type: none"> - semiartistische Vorlesungen - betreute Übungen - argumentativer Dialog - kooperatives Lernen - Fallstudienbearbeitung - Projektarbeit - studentische Vorträge - Selbststudium

Voraussetzungen für die Teilnahme	Formale Voraussetzungen bestehen nicht. Insbesondere Kenntnisse folgender Pflichtmodule werden vorausgesetzt: - Einführung in die Wirtschaftswissenschaften - Unternehmensführung (Pflichtfach)
Literatur / multimediale Lehr- und Lernprogramme	Literatur (vorzugsweise in der jeweils neuesten Auflage): <i>Becker, F.G.: Grundlagen der Unternehmensführung, Berlin</i> <i>Dillerup, R./Stoi, R.: Unternehmensführung, München</i>
Lehrbriefautor	entfällt, da Vollzeitstudium
Verwendbarkeit	Dieses Modul steht mit folgenden Modulen desselben Studiengangs in einem besonders engen Zusammenhang: - P/O A: Personalmanagement - P/O B: Personalführung Dieses Modul ist auch geeignet für andere wirtschaftswissenschaftlich ausgerichtete Studiengänge der Hochschule Schmalkalden.
Arbeitsaufwand / Gesamtworkload	gesamter Arbeitsaufwand: 150 Stunden, davon: 1) synchrone Lehre: 60 (Präsenzstudium) 2) asynchrone Lehre: 90, davon: - Vorbereitung auf die Lehrveranstaltung (insbesondere Literaturstudium): 30 - Nachbereitung der Lehrveranstaltung: 15 - Vorbereitung auf die studienbegleitende Leistung (Referat): 25 - Vorbereitung auf die Prüfung: 20
ECTS und Gewichtung der Note in der Gesamtnote	5 ECTS-Punkte; Gewichtung: a) Studiengänge Wirtschaftswissenschaften sowie International Business and Economics: 5/180 b) Studiengänge Volkswirtschaftslehre sowie Betriebswirtschaftslehre: 5/210
Leistungsnachweis	: - Klausur im Umfang von 60 Minuten (80%) - studienbegleitende Leistung in Form eines Referates (20%)
Semester	4.-6. Semester
Häufigkeit des Angebots	Angebot i.d.R. jedes Studienjahr, mindestens so oft, dass dieses Modul von jeder Alterskohorte zwischen dem jeweiligen 4. und 6. Semester gewählt werden kann
Dauer	1 Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl etc.)	Wahlmodul
Besonderes	

Modulname	Wirtschaftsmediation Mediation, Negotiation, Alternative Dispute Resolution in Economic Relationships
Modulverantwortlicher / Modulverantwortliche	Rechtsanwalt, Karl Ehler, Fachanwalt für Arbeitsrecht, Mediator (ADR/PON at Harvard Law School)
Qualifikationsziele	Die Studierenden erhalten und erarbeiten sich wichtige Grundlagen und Erfahrungen zur Erreichung von Verhandlungskompetenzen. Diese gehört zu den wesentlichen Add-on-Qualifikationen im Berufs- und Wirtschaftsleben und sind erforderlich, um Führungs- und Managementaufgaben erfolgreich zu bewältigen. Dies beinhaltet auch Gestaltungs-, Handlungs- und Entscheidungskompetenzen sowie Handlungsempfehlungen zur Erzielung wertschöpfender Ergebnisse. Ergänzt wird dies um das Verfahrensmanagement, da erst die Verbindung von Verhandlungs- und Verfahrensmanagement größtmögliche Gewähr für erfolgreiche Verhandlungen und Ergebnisoptimierungen schafft.
Modulinhalte	<p>A. Grundlagen</p> <ol style="list-style-type: none"> I. Anwendungsbereiche II. Nutzungsvorteile, Ziele, Funktionen, Auswahlkriterien III. Grundlegende Begriffe und Abgrenzungen IV. Zusammenspiel von Verhandlungskompetenz und Verfahrensmanagement <p>B. Verhandlungsstile und Ergebniskreuz</p> <ol style="list-style-type: none"> I. Grundprobleme des Verhandeln II. Verhandlungsstile III. Ergebniskreuz der Verhandlungsstile IV. Schlussfolgerungen und Handlungsempfehlungen <p>C. Vorteile, Nachteile Grenzen von Gerichtsverfahren</p> <ol style="list-style-type: none"> I. Vorteile II. Nachteile III. Grenzen IV. Vergleich von Gerichtsverfahren und Mediationsverfahren <p>D. Das Harvard-Konzept</p> <ol style="list-style-type: none"> I. Entstehungsgeschichte und Gründe des Erfolgs II. Die 5 Prinzipien des Harvard-Konzeptes III. Vertiefung des Harvard-Konzeptes entsprechend ergänzender Forschungsergebnisse und interdisziplinärer Betrachtung (zB First Offer /Counter Offer, Reservation/Aspiration Price, Anchoring, Core Concerns, Angebote unterbreiten, ändern und bewerten, Ultimatum, Kompromiss, Wahrnehmungsfallen) <p>E. Recht und Mediation</p> <ol style="list-style-type: none"> I. Recht der Mediation, Mediationsgesetz II. Recht in der Mediation <p>F. Mediationsverfahren/Alternative Dispute Resolution</p> <ol style="list-style-type: none"> I. Konflikt, Kommunikation II. Phasenmodell III. Zusammenspiel von Mediationsverfahren und Harvard-Konzept IV. Verfahrensmanagement und Alternative Dispute Resolution
Lehrformen	- Vorlesung - Unterrichtsgespräch

	<ul style="list-style-type: none"> - Fallstudien mit wirtschaftsorientierten Schwerpunkten - Verhandlungssituationen erleben (praktische Übungen mit Feedback und Analyse)
Voraussetzungen für die Teilnahme	Formale Voraussetzungen bestehen nicht. Keine Vorkenntnisse erforderlich.
Literatur	<ul style="list-style-type: none"> - Ehler, K.: Über die Notwendigkeit, sich mit Mediation, Konfliktlösung, außergerichtlicher Streitschlichtung und Verhandlungsmanagement zu beschäftigen, IURRATIO, Ausgabe 3/2013, S. 116 f. (Aktualisierung auf https://www.wiwi.uni-siegen.de/rechtswissenschaften/morgenthaler/team/lehrbeauftragte/ehler/index.html?lang=de – abgerufen am 18.02.2022). - Ponschab, R./Schweizer, A. (2008): Schlüsselqualifikationen, 1. Aufl., Köln: Verlag Dr. Otto Schmidt KG - Fisher, R./Ury, W./Patton, B. (2015): Das Harvard-Konzept: Der Klassiker der Verhandlungstechnik, 25. Aufl., Frankfurt/Main: Campus-Verlag. [„in Neuübersetzung“: (2018), München: Deutsche Verlagsanstalt/DVA]. - Bühring-Uhle, C./Eidenmüller, H./Nelle, A. (2017): Verhandlungsmanagement: Analyse, Werkzeuge, Strategien, 2. Aufl., München: dtv. - Voeth, M./Herbst, U. (2015), Verhandlungsmanagement: Planung, Steuerung und Analyse, 2. Aufl., Stuttgart: Schäffer-Poeschel Verlag. - Duve, C./Eidenmüller, H./Hacke, A./Fries, M. (2019): Mediation in der Wirtschaft, 3. Aufl., Köln: Verlag Dr. Otto Schmidt KG. - Ehler, K.: (2013): Vom nachlassgerichtlichen Vermittlungsverfahren zum Konsiliarverfahren bei der Auseinandersetzung von Erbengemeinschaften, Methode, Verfahren, Änderungsvorschläge, Frankfurt/Main: Peter Lang Verlag. - Lütkehaus/Pach (2019): Basiswissen Mediation, Frankfurt am Main: Peter Metzner Verlag. - Ade, J./Alexander, N, (2017), Mediation und Recht, 3. Aufl., Frankfurt/Main: Wolfgang Metzner Verlag. - Greger/Unberath/Steffek, (2016), Recht der alternativen Konfliktlösung, 2. Aufl., München: C. H. Beck
Verwendbarkeit	<p>Dieses Modul steht mit folgenden Modulen desselben Studiengangs in einem besonders engen Zusammenhang:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Grundlagen des Wirtschaftsrechts, Bürgerliches Recht und Arbeitsrecht - Kollektivarbeitsrecht <p>Dieses Modul ist auch geeignet für andere wirtschaftswissenschaftlich ausgerichtete Studiengänge der Hochschule Schmalkalden.</p>
ECTS	<p>5 ECTS-Punkte; Gewichtung:</p> <p>a) Studiengänge Wirtschaftswissenschaften sowie International Business and Economics: 5/180</p> <p>Studiengänge Volkswirtschaftslehre sowie Betriebswirtschaftslehre: 5/210</p>
Leistungsnachweis	Klausur im Umfang von 60 Minuten (100%)
Semester	4.-6. Semester
Häufigkeit des Angebots	i.d.R. jedes Sommersemester
Dauer	1 Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl etc.)	Wahlpflichtmodul
Besonderes	-

Wahlpflichtbereich
VWL - keinen Bereich zugordnet

Modulname	Bildungsökonomik
Modulverantwortliche	Prof. Dr. Wiebke Störmann
Qualifikationsziele	<ul style="list-style-type: none"> • Studierende lernen, die Zusammenhänge zwischen Bildung und Wirtschaftswachstum zu analysieren. • Sie kennen nach der Veranstaltung die Bestimmungsgründe der individuellen Nachfrage nach Bildung und die effiziente Ausgestaltung von Bildungsangeboten auf staatlicher Ebene sowie auf Unternehmensebene. • Sie befassen sich mit Bildungsproduktion ebenso wie mit Bildungsfinanzierung. • Sie diskutieren zahlreiche Fallbeispiele und aktuelle bildungspolitische Reformkonzepte sowie die Auswirkungen aktueller Ereignisse auf den Bildungssektor. • Die Anwendung theoretischer Kenntnisse auf die Beispielfälle schult die analytischen Fähigkeiten der Studierenden und damit die Beschäftigungsfähigkeit.
Modulinhalte	<p>Inhaltsübersicht:</p> <p>1.Theoretische Grundlagen der Bildungsökonomik 1.1.Bildung als Investition in Humankapital 1.2.Arbeitsmarktunvollkommenheiten: komprimierte Lohnstruktur, unvollkommene Information (Screening und Signalisierung) 1.3. Bildung als öffentliches oder privates Gut: öffentliche und private Bereitstellung von Bildung, Bildungsfinanzierung 1.4. Bildung und Wachstum 2. Bildungspolitik und Bildungsproduktion 2.1. Vorschulbereich: öffentliche oder private Verantwortung, Lernpotential der frühen Kindheit, Soziale Herkunft und Chancengleichheit, Arbeitsmarktpartizipation der Eltern 2.2. Allgemeinbildende Schulen: Soziale Herkunft und Bildungsbeteiligung, Schülerleistungstests 2.3. Hochschulen: Studienabbruch, Studienfachwechsel, Studiendauer, Qualitätssicherung, Internationalisierung 2.4.Betriebliche Berufsausbildung / Duales System: Kosten und Erträge aus individueller und betrieblicher Sicht, Entwicklung des Lehrstellenangebots, Reformbedarf 2.5. Berufliche Weiterbildung: betriebliche Weiterbildung in der Europäischen Union 2.6. Fachkräftebedarf: Messung des Fachkräftebedarfs, Potential der Älteren und Frauen, Migration</p>
Lehrformen	<ul style="list-style-type: none"> - Vorlesungen - Seminare - Übungen - Projektarbeit
Voraussetzungen für die Teilnahme	Formale Voraussetzungen bestehen nicht.
Literatur / multimediale Lehr-und Lernprogramme	<p>Literatur (vorzugsweise in der jeweils neuesten Auflage): Hanft,A. /Pechar, H.: Bildungsökonomie und Bildungspolitik, Waxmann Verlag 2006. Hepp, G.: Bildungspolitik in Deutschland: Eine Einführung, VS Verlag für Sozialwissenschaften 2011 OECD (2016), <i>Bildung auf einen Blick 2016: OECD-Indikatoren</i>, W. Bertelsmann Verlag, Bielefeld, DOI: http://dx.doi.org/10.1787/9789264264212- de</p>

Lehrbriefautor	entfällt, da Vollzeitstudium
Verwendbarkeit	Dieses Modul steht mit folgenden Modulen desselben Studiengangs in einem besonders engen Zusammenhang: - Gesundheitsökonomik - Europäische Regionalpolitik Dieses Modul ist auch geeignet für andere wirtschaftswissenschaftlich ausgerichtete Studiengänge der Hochschule Schmalkalden.
Arbeitsaufwand / Gesamtworkload	gesamter Arbeitsaufwand: 150 Stunden, davon: 1) synchrone Lehre: 60 (Präsenzstudium) 2) asynchrone Lehre: 90, davon: - Vorbereitung auf die Lehrveranstaltung (insbesondere Literaturstudium):30 - Nachbereitung der Lehrveranstaltung:15 - Vorbereitung auf die studienbegleitende Leistung (Referat):25 - Vorbereitung auf die Prüfung: 20
ECTS und Gewichtung der Note in der Gesamtnote	5 ECTS-Punkte; Gewichtung: a) Studiengänge Wirtschaftswissenschaften sowie International Business and Economics: 5/180 b) Studiengänge Volkswirtschaftslehre sowie Betriebswirtschaftslehre: 5/210
Leistungsnachweis	- Klausur im Umfang von 60 Minuten (67%) - studienbegleitende Leistung in Form eines Referates (33%)
Semester	3.- 6. Semester
Häufigkeit des Angebots	Angebot i.d.R. jedes Studienjahr, mindestens so oft, dass dieses Modul von jeder Alterskohorte zwischen dem jeweiligen 4. und 6. Semester gewählt werden kann
Dauer	1 Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl etc.)	Wahlpflichtmodul
Besonderes	-

Title of course	Data Science
Responsible instructor	Prof Diego d'Andria, PhD
Learning objectives	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Learn about how data are stored and represented for the purposes of data analysis ▪ Learn how to manipulate data in tabular form ▪ Learn how to make data storage and access more efficient via database optimizations and indexing ▪ Be introduced to the SQL coding language and learn how to perform queries to retrieve selected data from a relational database ▪ Learn how to install and use the open-source statistical software <i>R</i> ▪ Learn about computational methods to solve for multiple regression models: maximum-likelihood, "robust" regression models ▪ Understand the concept of "bootstrapping" and learn how to apply it for a variety of purposes ▪ Learn how to represent and analyse network data ▪ Learn about specific challenges and pitfalls met when analysing microdata representing households, firms or Web users ▪ Learn commonly used methods for matching data and for cluster analysis ▪ Learn about different strategies to visualise data by means of graphs ▪ Learn about the basic principles and methods behind computational techniques to find the minimum/maximum of a function or data set ▪ Be introduced to computational models used to perform economic analysis. In particular: general-equilibrium models (CGE, DSGE), microsimulation models, agent-based models (ABM).
Course contents	<ol style="list-style-type: none"> 1. An introduction to data science 2. Data types and data structures <ol style="list-style-type: none"> a. Data types and storage b. Data in tabular form c. Database optimization 3. Principles of statistics <ol style="list-style-type: none"> a. Distributions and their moments b. Sampling 4. An introduction to <i>R</i> 5. Structured Query Language (SQL) 6. Data visualisation <ol style="list-style-type: none"> a. Two-dimensional (2D) graphs b. Plotting multidimensional data c. Using graphs to diagnose regression models 7. Multiple regression analysis <ol style="list-style-type: none"> a. Computational methods to solve regression models b. "Robust" regression methods 8. Bootstrapping 9. Network analysis 10. Using microdata 11. Cluster analysis 12. Optimization algorithms 13. Matching algorithms 14. Simulation models for economic analysis
Teaching methods	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Lectures ▪ Exercises

	<ul style="list-style-type: none"> ▪ In-class coding ▪ Discussion ▪ Self-study
Prerequisites	There are no formal requirements.
Suggested reading	Handouts and references will be given during the classes.
Applicability	This course is applicable to all economics- and business-oriented Bachelor programmes offered by Schmalkalden University of Applied Sciences.
Workload	<p>Total workload: 240 hours, of them:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Lecture: 60 ▪ Self-study: 180, of them: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Course preparation (in particular reading): 45 ▪ Follow-up: 45 ▪ Readings and exam preparation (including mid-term): 90
ECTS credit points and weighting factor	5 ECTS credit points; weighting factor: 5/180 for International Business and Economics 5/210 for Economics or Business Administration
Basis of student evaluation	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Comprehensive written examination, 60 minutes (80%) ▪ Mid-term exam, 60 minutes (20%)
Time	First academic year
Frequency	Each academic year
Duration	One semester
Course type	Elective course
Remarks	Teaching language is English.

Modulname	Geldtheorie und -politik
Modulverantwortlicher / Modulverantwortliche	Dipl.-Volkswirtin Felicitas Kotsch
Qualifikationsziele	<p>Die Studierenden werden vertraut gemacht mit folgenden Themen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • aktuelle Geldpolitik der EZB • Wesen und Erscheinungsformen des Geldes, • Geldschöpfungs- und vernichtungsprozess, • einzelwirtschaftliche Motive der Kassenhaltung und Portfoliozusammensetzung im monetären Bereich, • verschiedene Rollen der Geldpolitik in den grundlegenden volkswirtschaftlichen Schulen (Klassik, Neoklassik, Keynesianismus, Monetarismus), • Bedeutung des Zinses in den grundlegenden volkswirtschaftlichen Schulen, • Ursachen der Inflation. <p>Aufbauend auf diesem Wissen werden die Studierenden in die Lage versetzt,</p> <ul style="list-style-type: none"> • eine aktive Geldpolitik in den grundlegenden Modellen der Volkswirtschaftslehre (Klassik, Neoklassik, Keynesianismus, Monetarismus) zu implementieren, • die Rolle des Zinses in den grundlegenden volkswirtschaftlichen Schulen zu demonstrieren, • in einer Welt ohne Zins bzw. mit Negativzinsen Auswege der Wirtschaftssubjekte aus dieser Situation zu generieren, • für aktuelle Probleme im Euroraum Lösungsvorschläge anhand der geldpolitischen Instrumente zu erarbeiten, • dabei auch die Erscheinungsformen des Geldes in Form von Geldmengenkonzepten zu nutzen, • die Ursachen der Inflation auf die aktuelle Beurteilung einer evtl. kommenden Inflation im Euroraum zu übertragen. • Alternativen zu den aktuellen geldpolitischen Maßnahmen in der Eurozone zu beurteilen, • Vorschläge für die stärkere Trennung zwischen Geld- und Fiskalpolitik im Euroraum auszuarbeiten.
Modulinhalte	<p>Inhaltsübersicht:</p> <p>1 Die aktuelle Geldpolitik der EZB</p> <p>2 Grundlagen</p> <p>2.1 Wesen und Erscheinungsformen des Geldes</p> <p>2.2 Geldschöpfung und Geldvernichtung</p> <p>3 Einzelwirtschaftliche Analyse von Kasse und Portefeuilles</p> <p>3.1 Die Transaktionskasse</p> <p>3.2 Die Vorsichtskasse</p> <p>3.3 Spekulationskasse und Portefeuille-Theorie</p> <p>4 Gesamtwirtschaftliche Analyse des monetären Bereichs</p> <p>4.1 Die Analyse des monetären Bereichs ohne Geschäftsbanken (Geldnachfrage)</p> <p>4.2 Das Geld- und Kreditschöpfungspotential von Bankensystemen (Geldangebot)</p> <p>4.3 Die Analyse des monetären Bereichs mit Geschäftsbanken (Zusammenspiel von Geldangebot und Geldnachfrage)</p> <p>4.4 Erweiterte Analyse des monetären Bereichs</p>

	<p>5 Monetärer Bereich und güterwirtschaftlicher Bereich</p> <p>5.1 Die klassisch-neoklassische Theorie 5.2 Die KEYNESianische Theorie 5.3 Zur monetaristischen Position (BRUNNER, FRIEDMAN, BERNANKE)</p> <p>6 Zinstheorie</p> <p>6.1 Die Auffassung der Klassiker (SAYsches Theorem) 6.2 Der Zins als intertemporales Phänomen (BÖHM-BAWERK et al.) 6.3 Der Beitrag Knut WICKSELLS 6.4 Schrumpfgeld und negativer Zins (GESELL) 6.5 Die Liquiditätstheorie des Zinses (KEYNES) 6.6 Die Neutralität des Geldes versus Geldillusion: Liquiditäts- Einkommens- und Preiserwartungseffekte 6.7 Die Loanable-Funds-Theorie (OHLIN, ROBERTSON) 6.8 Die Rolle der Zentralbank für die Bestimmung des nominalen Zinsniveaus 6.9 Theorien der Zinsstruktur (FISHER, HICKS et al.)</p> <p>7 Inflationstheorie</p> <p>7.1 Der Geldwert 7.2 Inflation, Deflation, Disinflation 7.3 Ursachen der Inflation 7.4 Der Zusammenhang zwischen Inflation, Beschäftigung und Wachstum 7.5 Inflation und Einkommensverteilung 7.6 Inflation und Vermögensverteilung 7.7 Die Rolle der Erwartungen - Die Hyperinflation 7.8 Die Wirkungen der Inflation 7.9 Der Disinflationsprozess 7.10 Null-Inflation 7.11 Deflation</p> <p>8 Ausblick: Zur politischen Unabhängigkeit der Zentralbank</p>
Lehrformen	<ul style="list-style-type: none"> - seminaristische Vorlesungen - Diskussionen - Selbststudium
Voraussetzungen für die Teilnahme	<p>Formale Voraussetzungen bestehen nicht. Insbesondere Kenntnisse folgender Pflichtmodule werden vorausgesetzt:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Makroökonomik, - Wirtschaftstheorie, - Wirtschaftspolitik.
Literatur / multimediale Lehr-und Lernprogramme	<p>Literatur (vorzugsweise in der jeweils neuesten Auflage):</p> <p>Pflichtlektüre:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Issing, Otmar: Einführung in die Geldtheorie, München • Jarchow, Hans-Joachim: Grundrisse der Geldpolitik, Göttingen • Jarchow, Hans-Joachim: Grundriss der Geldtheorie, Göttingen <p>Ergänzend:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Admati, Anat und Martin Hellwig: Des Bankers neues Kleider, München • Bofinger, Peter: Grundzüge der Volkswirtschaftslehre, Pearson Studium, München • Burda, Michael C. und Charles Wyplosz: Makroökonomie. Eine

	<p>europäische Perspektive, München</p> <ul style="list-style-type: none"> • Deutsche Bundesbank: Geld und Geldpolitik, Frankfurt am Main • Görgens, Egon, Karlheinz Ruckriegel und Franz Seitz: Europäische Geldpolitik, München
Lehrbriefautor	entfällt, da Vollzeitstudium
Verwendbarkeit	<p>Dieses Modul steht mit folgenden Modulen desselben Studiengangs in einem besonders engen Zusammenhang:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Außenhandelstheorie und –politik - Bankmanagement - Finanzmärkte und Finanzinstitutionen <p>Dieses Modul ist auch geeignet für andere wirtschaftswissenschaftlich ausgerichtete Studiengänge der Hochschule Schmalkalden.</p>
Arbeitsaufwand / Gesamtworkload	<p>gesamter Arbeitsaufwand: 150 Stunden, davon:</p> <p>1) synchrone Lehre: 60 (Präsenzstudium)</p> <p>2) asynchrone Lehre: 90, davon:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Vorbereitung auf die Lehrveranstaltung (insbesondere Literaturstudium): - Nachbereitung der Lehrveranstaltung: - Vorbereitung auf die Prüfung:
ECTS und Gewichtung der Note in der Gesamtnote	<p>5 ECTS-Punkte; Gewichtung:</p> <p>a) Studiengänge Wirtschaftswissenschaften sowie International Business and Economics: 5/180</p> <p>b) Studiengänge Volkswirtschaftslehre sowie Betriebswirtschaftslehre: 5/210</p>
Leistungsnachweis	Klausur im Umfang von 60 Minuten (100%)
Semester	3.-6. Semester
Häufigkeit des Angebots	Angebot jedes Studienjahr
Dauer	1 Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl etc.)	Wahlpflichtmodul
Besonderes	<ul style="list-style-type: none"> - Exkursion an den Finanzplatz Frankfurt/M. - Gastvorlesung durch einen Vertreter der Deutschen Bundesbank - Es wird empfohlen, zur Vorbereitung die aktuellen Wirtschaftsnachrichten zu verfolgen, da während der Vorlesung viele Beispiele aus der Praxis herangezogen werden.

Title of course	Innovation in the digital era
Responsible instructor	Prof Diego d'Andria, PhD
Learning objectives	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Understand the concept of innovation from an economic perspective ▪ Learn about the systemic nature of innovation and about the processes that may lead to innovation and its diffusion ▪ Learn about different ways to model innovation from a macroeconomic perspective, about so-called endogenous and exogenous growth models ▪ Learn about the innovation process from an individual perspective (single inventor or firm), how to model R&D investment choices and the specificities of such investments ▪ Learn about technological change, how it evolves through time and affects individual markets and the economy at large ▪ Learn about the role of new enterprises in the innovation system, the challenges they meet and ways they access financing. In particular, learn about venture capital financing and crowdfunding ▪ Learn about different approaches to the innovation process that may be based on a “closed” or “open” paradigm ▪ Become aware of the many obstacles innovation meets which are due to financial, economic, legal and technological constraints. ▪ Learn what intellectual property is, how it differs compared to non- intellectual property and how it applies to assets stemming from an innovative investment ▪ Learn how the labour market for innovators work. Understand the motivations driving an individual into pursuing science or technical activities which are potentially able to produce innovations, the role of monetary motives and payment schemes, and how innovative productivity changes during one's life ▪ Learn how accounting principles treat assets stemming from innovative investment ▪ Learn about specific technological trajectories and trends in digital markets
Course contents	<ol style="list-style-type: none"> 1. Defining innovation <ol style="list-style-type: none"> a. What is innovation? b. Where does innovation come from? c. Research and Development (R&D) d. The Frascati manual 2. The Macroeconomics of innovation <ol style="list-style-type: none"> a. Innovation as a system b. Innovation in growth theory c. Innovation policy 3. Investing in Research and Development (R&D) <ol style="list-style-type: none"> a. Investment with risky or uncertain outcome b. Imitation and non-excludability c. Appropriability of the returns and “patent races” 4. Technological change <ol style="list-style-type: none"> a. Technological waves b. The rise and fall of technologies c. Creative destruction and new enterprises d. Disruptive and harmful effects of innovation 5. Venture capital and crowdfunding 6. Open innovation and crowdsourcing 7. Barriers to innovation

	8. Intellectual Property Rights (IPR) <ol style="list-style-type: none"> a. Patents b. IPR and software 9. The labour market for innovators <ol style="list-style-type: none"> a. Motivations to invent b. Inventors' pay c. Inventors' productivity across the life cycle 10. Accounting treatment of intangible assets and R&D 11. Innovation in digital services
Teaching methods	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Lectures ▪ In-class discussion ▪ Case studies ▪ Presentations of assigned papers delivered by the students ▪ Self-study
Prerequisites	There are no formal requirements.
Suggested reading	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Hall B.H. and Rosenberg N. (2010), <i>Handbook of the Economics of Innovation</i>, Elsevier. ▪ Fagerberg J., Mowery D.C. and Nelson R.R. (2005), <i>The Oxford Handbook of Innovation</i>, Oxford University Press. ▪ Handouts and further references will be given during the classes.
Applicability	This course is applicable to all economics- and business-oriented Bachelor programmes offered by Schmalkalden University of Applied Sciences.
Workload	Total workload: 240 hours, of them: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Lecture: 60 ▪ Self-study: 180, of them: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Course preparation (in particular reading): 45 ▪ Follow-up: 45 ▪ Readings and exam preparation (including mid-term): 90
ECTS credit points and weighting factor	5 ECTS credit points; weighting factor: 5/180 for International Business and Economics 5/210 for Economics or Business Administration
Basis of student evaluation	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Comprehensive written examination, 60 minutes (70%) ▪ In-class presentation and discussion (30%)
Time	First academic year
Frequency	Each academic year
Duration	One semester
Course type	Elective course
Remarks	Teaching language is English.

Modulname	Verhaltensökonomik
Modulverantwortlicher / Modulverantwortliche	Robin Hau
Qualifikationsziele	Die Studierenden kennen grundlegende Theorien und Befunde der Verhaltensökonomik
Modulinhalte	<ul style="list-style-type: none"> - Normative vs deskriptive Modelle menschlichen Verhaltens - Urteilen und Urteilsverzerrungen - Heuristics and Biases - Fast and Frugal Heuristics - Modelle der Entscheidungsfindung unter Sicherheit - Entscheiden unter Unsicherheit - Nudge
Lehrformen	<ul style="list-style-type: none"> - seminaristische Vorlesungen - Diskussionen - Selbststudium
Voraussetzungen für die Teilnahme	Formale Voraussetzungen bestehen nicht.
Literatur / multimediale Lehr- und Lernprogramme	Literatur (vorzugsweise in der jeweils neuesten Auflage): Grundlegend: <ul style="list-style-type: none"> - Richard Thaler - Misbehaving
Lehrbriefautor	entfällt, da Vollzeitstudium
Verwendbarkeit	Dieses Modul ist ein Wahlpflichtmodul
Arbeitsaufwand / Gesamtworkload	<p>gesamter Arbeitsaufwand: 150 Stunden, davon:</p> <p>1) synchrone Lehre: 60 (Präsenzstudium)</p> <p>2) asynchrone Lehre: 90, davon:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Vorbereitung auf die Lehrveranstaltung (insbesondere Literaturstudium): - Nachbereitung der Lehrveranstaltung: - Vorbereitung auf die Prüfung:
ECTS und Gewichtung der Note in der Gesamtnote	<p>5 ECTS-Punkte; Gewichtung:</p> <p>a) Studiengänge Wirtschaftswissenschaften sowie International Business and Economics: 5/180</p> <p>Studiengänge Volkswirtschaftslehre sowie Betriebswirtschaftslehre: 5/210</p>
Leistungsnachweis	Klausur im Umfang von 60 Minuten (100%)
Semester	3.-6. Semester
Häufigkeit des Angebots	jedes Studienjahr
Dauer	1 Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl etc.)	Wahlmodul
Besonderes	

Modulname	Wirtschaftsgeschichte
Modulverantwortlicher / Modulverantwortliche	Kai Hüschelrath
Qualifikationsziele	Die Studierenden sind in der Lage, <ul style="list-style-type: none"> • die wesentlichen Instrumentarien, Theorien und Methoden der Wirtschaftsgeschichte zu erkennen, • die zentralen Elemente, Strukturen und Dimensionen wirtschaftsgeschichtlicher Forschung zu erläutern, • dynamische Faktoren und Prozesse der Wirtschaftsgeschichte zu klassifizieren, und • die wesentlichen Entwicklungslinien der europäischen Wirtschaft von der Antike bis ins 20. Jahrhundert zu erfassen.
Modulinhalte	<p>Teil I: Einführung in die Wirtschafts- und Sozialgeschichte</p> <ul style="list-style-type: none"> • Erkenntnisinteressen • Instrumente, Theorien und Methoden • Elemente, Strukturen und Dimensionen • Dynamische Faktoren und Prozesse <p>Teil II: Die europäische Wirtschaft in der Antike und dem Mittelalter</p> <ul style="list-style-type: none"> • Anfänge der Zivilisation • Wirtschaft und Gesellschaft in den alten Zivilisationen und Imperien • Das Altpersische Großreich (550-330 v. Chr.) • Wirtschaft und Gesellschaft in Rom • Die europäische Wirtschaft im Mittelalter • Der wirtschaftliche Niedergang im frühen Mittelalter • Der hochmittelalterliche Aufschwung (11.–13. Jh.) • Die Schlüsselrolle Venedigs in der europäischen Wirtschaft des Mittelalters • Die Deutsche Hanse <p>Teil III: Die europäische Wirtschaft in der Frühen Neuzeit</p> <ul style="list-style-type: none"> • Die koloniale Expansion Europas • Der Aufstieg der Niederlande • Die Entwicklung der europäischen Landwirtschaft • Die gewerbliche Entwicklung • Handel und kommerzielle Organisation <p>Teil IV: Die europäische Wirtschaft im Zeitalter der Industriellen Revolution</p> <ul style="list-style-type: none"> • Der Aufstieg Englands und die Industrielle Revolution • Die Industrielle Revolution auf dem europäischen Kontinent • Europa und die Weltwirtschaft im 19. Jahrhundert <p>Teil V: Die europäische Wirtschaft im 20. Jahrhundert</p> <ul style="list-style-type: none"> • Die europäische Wirtschaft zwischen den Weltkriegen • Die europäische Wirtschaft im „Goldenen Zeitalter“ • Die Jahrzehnte der Neuorientierung
Lehrformen	<ul style="list-style-type: none"> • Seminaristische Vorlesungen • Betreute Übungen • Hermeneutische Diskurse • Mäeutische Diskurse • Diskussionen • Studentische Vorträge • Selbststudium
Voraussetzungen für die Teilnahme	Formale Voraussetzungen bestehen nicht. Insbesondere Kenntnisse folgender Pflichtmodule werden vorausgesetzt: <ul style="list-style-type: none"> • Mikroökonomik

	<ul style="list-style-type: none"> Wirtschaftspolitik
Literatur / multimediale Lehr- und Lernprogramme	<ul style="list-style-type: none"> Niemann, H.-W. (2009): Europäische Wirtschaftsgeschichte, Darmstadt. Spoerer, M. und J. Streb (2013): Neue deutsche Wirtschaftsgeschichte des 20. Jahrhunderts, München Walter, R. (2008): Einführung in die Wirtschafts- und Sozialgeschichte, Köln.
Lehrbriefautor	Entfällt, da Vollzeitstudium
Verwendbarkeit	<p>Dieses Modul steht mit folgenden Modulen desselben Studiengangs in einem besonders engen Zusammenhang:</p> <ul style="list-style-type: none"> Finanzwissenschaft Economics of Strategy Rechtsökonomik Transport Economics and Policy <p>Dieses Modul ist auch geeignet für andere wirtschaftswissenschaftlich ausgerichtete Studiengänge der Hochschule Schmalkalden.</p>
Arbeitsaufwand / Gesamtworkload	<p>Gesamter Arbeitsaufwand: 150 Stunden, davon:</p> <p>1) Synchroner Lehre: 60 (Präsenzstudium)</p> <p>2) Asynchrone Lehre: 90, davon:</p> <ul style="list-style-type: none"> Vorbereitung auf die Lehrveranstaltungen (insbesondere Literaturstudium): 30 Nachbereitung der Lehrveranstaltungen: 15 Vorbereitung auf die studienbegleitende Leistung (Hausarbeit): 25 Vorbereitung auf die Prüfung: 20
ECTS und Gewichtung der Note in der Gesamtnote	<p>5 ECTS-Punkte; Gewichtung:</p> <p>a) Studiengänge Wirtschaftswissenschaften sowie International Business and Economics: 5/180</p> <p>b) Studiengänge Volkswirtschaftslehre sowie Betriebswirtschaftslehre: 5/210</p>
Leistungsnachweis	<ul style="list-style-type: none"> Klausur im Umfang von 60 Minuten (80%) Studentische Präsentation (20%)
Semester	3.-6. Semester
Häufigkeit des Angebots	Jedes Sommersemester
Dauer	1 Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl etc.)	Wahlpflichtmodul
Besonderes	Lehrveranstaltung und Prüfung werden in deutscher Sprache durchgeführt.