



# GAZETTE

Amtliches Mitteilungsblatt der Körperschaft und der Stiftung

- Vierte Änderung der Anlage Nr. 5.4 Betriebswirtschaftslehre zur Rahmenprüfungsordnung für die fakultätsübergreifenden berufsbegleitenden Bachelorstudiengänge der Leuphana Universität Lüneburg
- Neubekanntmachung der Anlage 5.4 Betriebswirtschaftslehre zur Rahmenprüfungsordnung für die fakultätsübergreifenden berufsbegleitenden Bachelorstudiengänge der Leuphana Universität Lüneburg

## **Vierte Änderung der Anlage Nr. 5.4 Betriebswirtschaftslehre zur Rahmenprüfungsordnung für die fakultätsübergreifenden berufsbegleitenden Bachelorstudiengänge der Leuphana Universität Lüneburg**

Aufgrund von § 41 Abs. 1 Satz 2 Niedersächsisches Hochschulgesetz (NHG) in der Fassung vom 26. Februar 2007 (Nds. GVBl. S. 69), zuletzt geändert durch Art. 4 des Gesetzes vom 16. März 2021 (Nds. GVBl. S. 133), hat der Senat der Leuphana Universität Lüneburg am 15. Dezember 2021 die folgende vierte Änderung der Anlage 5.4 Betriebswirtschaftslehre vom 21. Juni 2017 (Leuphana Gazette Nr. 70/17 vom 24. Juli 2017), zuletzt geändert am 18. November 2020 (Leuphana Gazette Nr. 163/20 vom 17. Dezember 2020), zur Rahmenprüfungsordnung für die fakultätsübergreifenden weiterbildenden Masterstudiengänge der Leuphana Universität Lüneburg vom 13. Dezember 2017 (Leuphana Gazette Nr. 03/18 vom 18. Januar 2018), zuletzt geändert am 18. November 2020 (Leuphana Gazette Nr. 161/20 vom 17. Dezember 2020), beschlossen. Das Präsidium hat diese Änderung gem. § 37 Abs. 1 Satz 3 Nr. 5 lit. b NHG am 15. Dezember 2021 genehmigt.

### **ABSCHNITT I**

Die Anlage Nr. 5.4 Betriebswirtschaftslehre zur Rahmenprüfungsordnung für die fakultätsübergreifenden berufsbegleitenden Bachelorstudiengänge der Leuphana Universität Lüneburg wird wie folgt geändert:

Die Modulübersicht wird wie folgt geändert:

1. Im Modul BA-BWL-SP2f wird in der Spalte Modul der Inhalt durch "Social Media Marketing (BA-BWL-SP2f) Social Media Marketing" und in der Spalte Modulinhalt der Inhalt durch "Planung von Social-Media-Strategien, Konzepterstellung und -umsetzung für Krisenkommunikation in Social-Media-Kanälen, Erlernen und Bewerten von Werbemöglichkeiten und Erfolgskriterien sowie die Anwendung auf eigene Kampagnen, Überblick über rechtliche Grundlagen des Online-Marketings  
*Planning of social media strategies, creation and implementation of concepts for crisis communication in social media channels, learning and evaluation of advertising options and success criteria, as well as application to own campaigns, overview of legal principles of online marketing*" ersetzt.
2. Im Modul BA-BWL-SP3b wird in der Spalte Modul der Inhalt durch "Systemisches Coaching (BA-BWL-SP3b)" und in der Spalte Modulinhalt der Inhalt durch Phasen des Coachingprozesses, Beziehungsgestaltung zwischen Coach, Coachee und Auftragsgeber, Umgang mit verschiedenen Coacheetypen, Coachinganlässe, Einsatzfelder und Formen, Fragetechniken und Coachingmethoden, Organisationsaufstellungen  
*Phases of the coaching process, building relationships between the coach, coachee and client, dealing with different types of coaches, coaching occasions, areas of application and forms, questioning techniques and coaching methods, organisational constellations*" ersetzt.
3. Im Modul BA\_BWL-SP4g in der Spalte Modul der Inhalt durch "Abschlussprojekt Digitale Transformation (BA-BWL-SP4g) *Final project: Digital Transformation*" ersetzt.

## **ABSCHNITT II**

Diese Ordnung tritt am Tag nach ihrer hochschulöffentlichen Bekanntgabe im Amtlichen Mitteilungsblatt der Leuphana Universität Lüneburg (Leuphana Gazette) in Kraft.

## **Neubekanntmachung der Anlage 5.4 Betriebswirtschaftslehre zur Rahmenprüfungsordnung für die fakultätsübergreifenden berufsbegleitenden Bachelorstudiengänge der Leuphana Universität Lüneburg**

Das Präsidium der Leuphana Universität Lüneburg gibt nachstehend den Wortlaut der Anlage 5.4 Betriebswirtschaftslehre vom 21. Juni 2017 (Leuphana Gazette Nr. 70/17 vom 24. Juli 2017) in der nunmehr geltenden Fassung, unter Berücksichtigung der

- ersten Änderung vom 15. November 2017 (Leuphana Gazette Nr. 82/17 vom 04. Dezember 2017), der
- zweiten Änderung vom 19. Juni 2019 (Leuphana Gazette Nr. 47/19 vom 18. September 2019), der
- dritten Änderung vom 18. November 2020 (Leuphana Gazette Nr. 163/20 vom 17. Dezember 2020) und
- vierten Änderung vom 15. Dezember 2021 (Leuphana Gazette Nr. 19/22 vom 03. Februar 2022)

zur Rahmenprüfungsordnung für die fakultätsübergreifenden berufsbegleitenden Bachelorstudiengänge der Leuphana Universität Lüneburg vom 21. April 2010 (Leuphana Gazette Nr. 12/10 vom 4. August 2010), zuletzt geändert am 21. Juni 2017 (Leuphana Gazette Nr. 62/17 vom 24. Juli 2017), bekannt.

Die Regelungen der Rahmenprüfungsordnung für die fakultätsübergreifenden berufsbegleitenden Bachelorstudiengänge der Leuphana Professional School werden wie folgt ergänzt:

### **Zu § 3**

Ist die Bachelorprüfung bestanden, wird der Abschlussgrad „Bachelor of Arts“ (B.A.) vergeben.

### **Zu § 4 Abs. 1-5**

Die Regelstudienzeit für das berufsbegleitende Bachelorstudium beträgt sieben Semester. Der Studiengang umfasst 180 Creditpoints. Er besteht aus drei Komplementärmodulen mit jeweils 5 Creditpoints (Anlage 6 zur RPO), einem Orientierungsmodul im Umfang von 5 CP, zehn Fachmodulen mit einem Umfang von jeweils 5 bzw. 10 Creditpoints, einem Projektstudium im Gesamumfang von 50 Creditpoints bestehend aus jeweils fünf Modulen mit 10 Creditpoints, zwei Wahlpflichtmodulen mit jeweils 5 CP, einem wählbaren Studienschwerpunkte mit 35 Creditpoints, der sich jeweils aus sieben Modulen zusammensetzt, sowie aus dem Bachelormodul (Bachelor Thesis + Bachelorseminar) mit 15 Creditpoints.

Das Projektstudium erstreckt sich über sieben Semester, beginnend mit dem ersten und teilt sich in Individuelle Projekte und Gruppenprojekte ein. Das Projektstudium „Individuelle Projekte“, bestehend aus drei Modulen von jeweils 10 Creditpoints, erstreckt sich über fünf Semester beginnend ab dem ersten Semester. Das Projektstudium „Gruppenprojekte“ bestehend aus zwei Modulen mit jeweils 10 Creditpoints erstreckt sich über zwei Semester beginnend ab dem sechsten Semester. Im Schwerpunktbereich ist ein Studienschwerpunkt aus vier angebotenen Schwerpunkten zu wählen.

**Modulstruktur Bachelor Betriebswissenschaften**

7.	Bachelormodul 15CP			Gruppenprojekt: Nachhaltige Personalentwicklung 10 CP	Fachmodul: Managementtechnik II 5 CP
6.	Gruppenprojekt: Prozessoptimierung 10CP	Fachmodul: Managementtechnik I 5CP			Komplementär: Gesellschaft & Verantwortung 5 CP
5.	Schwerpunkte I-IV Schwerpunkt Innovationsmanagement (BA-BWL-SP1) <i>oder</i> Schwerpunkt Digitales Marketing (BA-BWL-SP2) <i>oder</i> Schwerpunkt Human Resource Management (BA-BWL-SP3) <i>oder</i> Schwerpunkt Digitale Transformation (BA-BWL-SP4) 20CP				Individuelle Projekte: Geschäftsmodelle & strategische Unternehmensanalyse 10 CP
4.	Schwerpunkte I-IV Schwerpunkt Innovationsmanagement (BA-BWL-SP1) <i>oder</i> Schwerpunkt Digitales Marketing (BA-BWL-SP2) <i>oder</i> Schwerpunkt Human Resource Management (BA-BWL-SP3) <i>oder</i> Schwerpunkt Digitale Transformation (BA-BWL-SP4) 15CP			Fachmodul: Unternehmensprozesse 5 CP	
3.	Fachmodul: Management & Accounting 5 CP	Fachmodul: Investition und Finanzierung 5 CP	Fachmodul: Unternehmensführung 5 CP	Individuelle Projekte: Gründungsmanagement 10 CP	
2.	Fachmodul: Rechnungswesen 5 CP	Fachmodul: Empirische Forschung & Statistische Analyse 5 CP	Fachmodul: Human Resources Management 5 CP	Individuelle Projekte: Marketing und Marktanalyse 10 CP	
1.	Fachmodul: Marketing 5CP	Fachmodul: Grundlagen der VWL 5 CP	Fachmodul: Wirtschaftsrecht 5 CP	Komplementär: Organisation und Veränderung 5 CP	Komplementär: Person und Interaktion 5 CP
01.	Orientierungsmodul 5 CP				
	Orientierungsmodul			Projektstudium	
	Studienschwerpunkt			Fachmodule	
	Komplementärstudium				

Die Inhalte der Module sind den Tabellen „Modulübersicht Bachelor Betriebswirtschaftslehre“ sowie den Modulübersichten zu den Schwerpunkten zu entnehmen.

**Zu § 4 Abs. 7**

Der Workload umfasst 25 zu erbringende Arbeitsstunden je CP.

**Zu § 8 Abs. 3**

Die Bearbeitungszeit einer Klausur beträgt in einem Modul von 5 CP 60 Minuten, in einem Modul von 10 CP 120 Minuten.

### **Zu § 10 Abs. 5**

Die Berufsgruppe der kaufmännischen Ausbildungsberufe erhält eine pauschale Anrechnung des folgenden Moduls:

1. Orientierungsmodul (5 CP)

Studierende, die eine Aufstiegsfortbildung zur/-m geprüften Wirtschaftsfachwirt/-in an der Industrie- und Handelskammer Lüneburg-Wolfenbüttel mindestens mit der Note "befriedigend" abgeschlossen haben, erhalten eine pauschale Anrechnung der folgenden Module:

1. Marketing (5 CP)
2. Wirtschaftsrecht (5CP)
3. Unternehmensführung (5 CP)
4. Human Resource Management (5 CP)
5. Managementtechnik 1 (5 CP)

Studierende, die eine Aufstiegsfortbildung zur/-m geprüften Betriebswirt/-in an der Industrie- und Handelskammer Lüneburg-Wolfenbüttel mindestens mit der Note "befriedigend" abgeschlossen haben, erhalten eine pauschale Anrechnung der folgenden Module:

1. Marketing (5 CP)
2. Unternehmensführung (5 CP)
3. Human Resource Management (5 CP)

### **Zu § 12 Abs. 5**

Prüfungsleistungen im Rahmen des Projektstudiums werden durch einen Prüfenden bewertet.

**Modulübersicht Bachelor Betriebswirtschaftslehre**

<b>Modul</b> Modul	<b>Inhalt</b> Content	<b>Sem.</b> Sem.	<b>Modulanforderungen</b> Module requirements	<b>CP</b> CP	<b>Kommentar</b> Commentary
<b>Orientierungsmodul</b> (BA-BWL-OM)  <i>Orientation Module</i>	Praxisorientiertes Grundlagenwissen der allgemeinen Betriebswirtschaftslehre und des betriebswirtschaftlichen Rechnungswesens  <i>practice-oriented basic knowledge in the area of general Business administration and accounting</i>	01	1 Referat oder 1 Hausarbeit	5	
<b>Marketing</b> (BA-BWL-F1)  <i>Marketing</i>	Einführung in die Grundlagen und Grundbegriffe des Marketings, Marktforschung, Käuferverhalten, Strategische Unternehmens- und Marketingplanung, Marktsegmentierung, operative Marketing-Mix-Planung: Produktpolitik und Markenführung, Preispolitik, Kommunikations- und Distributionspolitik; Implementierung und Kontrolle des Marketings, Institutionelle Bereiche des Marketings; Dienstleistungsmarketing, Industriegütermarketing, Internationales Marketing; Einführung in das digitale Marketing  <i>Introduction to the fundamentals and key concepts of marketing; market research, consumer behaviour, strategic business and marketing planning, market segmentation and operational marketing mix planning; product policy and brand management, pricing policy, communication and distribution policy; marketing implementation and monitoring; institutional marketing; service marketing, industrial marketing, international marketing and introduction to digital marketing</i>	1	1 Klausur (60 Min.) oder 1 Referat	5	
<b>Grundlagen VWL</b> (BA-BWL-F2)  <i>Basics of Economics</i>	Grundlegende Aspekte der ökonomischen Denkweise; Grundlagen des ökonomischen Verhaltensmodells und des Nachfrageverhaltens auf Märkten; Grundlagen der Verhaltensweisen von Anbietern bezüglich ihrer Produktionsentscheidungen zur Gewinnmaximierung; Grundzüge der volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung  <i>Fundamental aspects of economic thinking; fundamentals of the economic behavioural model and demand behaviour on markets; fundamentals of provider behaviour in terms of production decisions for profit maximisation; basics of national accounts</i>	1	1 Klausur (60 Min.) oder 1 Mündliche Prüfung	5	

## Fortsetzung Modulübersicht Bachelor Betriebswirtschaftslehre

Modul Modul	Inhalt Content	Sem. Sem.	Modulanforderungen Module requirements	CP CP	Kommentar Commentary
<b>Wirtschaftsrecht</b> (BA-BWL-F3)  <i>Business Law</i>	<p>Grundlagen der Kernstrukturen des Wirtschaftsprivatrechts (WPR): Begriffe, Rechtsquellen und Methodik des Rechts, Rechtssubjekte und -objekte, BGB und HGB im Überblick, Rechtsgeschäfte und Allgemeines Schuldrecht, Grundzüge des Sachenrechts; Überblick über wirtschaftstypische Schuldverhältnisse: Veräußerungs-, Gebrauchsüberlassungs-, Dienst- und Werkleistungsverträge; Gesetzliche Schuldverhältnisse: Geschäftsführung ohne Auftrag; ungerechtfertigte Bereicherung; unerlaubte Handlungen, Produkthaftung; Personen- und Kapitalgesellschaften im Überblick</p> <p><i>Basic business law structures: terms, sources of law and legal methods; legal personalities and legal objects; introduction to the German Civil Code and German Commercial Code; transactions and the general law of obligations; fundamentals of property law; introduction to typical business obligations: contracts of disposal, for permitting use by third parties and for services and works; statutory obligations: introduction to agency without specific authorisation; unjust enrichment; torts; product liability; partnerships and corporations</i></p>	1	1 Klausur (60 Min.) <i>oder</i> 1 Referat	5	
<b>Rechnungswesen</b> (BA-BWL-F4)  <i>Accounting and Controlling</i>	<p>Einführung in die relevanten Inhalte und Elemente der externen und internen Rechnungslegung (Ansatz-, Bewertungs- und Ausweisregelungen, Kostenrechnungssysteme, Controllinginstrumente)</p> <p><i>Introduction to relevant areas and features of financial reporting (regulations on methods, valuation and reporting) and controlling (cost accounting systems and instruments of controlling)</i></p>	2	1 Klausur (60 Min.) <i>oder</i> 1 Mündliche Prüfung	5	
<b>Empirische Forschung und statistische Analyse</b> (BA-BWL-F5)  <i>Empirical Research and Statistical Analysis</i>	<p>Grundlagen empirischer Forschung und statistischer Datenanalyse; Überblick qualitativer und quantitativer Forschungsdesign (Einzelfallanalyse, Feldforschung, standardisierte Methoden der Datenerhebung und -aufbereitung); Methoden der statistischen Auswertung und Analyse</p> <p><i>Fundamentals of empirical research and statistical data analysis; introduction to qualitative and quantitative research design (case studies, fieldwork, standardised data collection and processing methods); statistical evaluation and analysis methods</i></p>	2	1 Hausarbeit <i>oder</i> 1 Referat	5	



## Fortsetzung Modulübersicht Bachelor Betriebswirtschaftslehre

Modul Modul	Inhalt Content	Sem. Sem.	Modulanforderungen Module requirements	CP CP	Kommentar Commentary
<b>Human Resource Management</b> (BA-BWL-F6)  <i>Human Resource Management</i>	Grundlagen des Personalmanagements: Ziele, Funktionen und Aufgaben des Personalmanagements, wie Personalplanung, Personalbeschaffung, Personalentwicklung, Personalcontrolling, Personalführung, Organizational Behavior, Grundzüge des Arbeitsrechts  <i>Fundamentals of human resource management: objectives, roles and duties of human resource management, for example human resource planning, staff procurement, staff development, personnel management, people management, organizational behaviour and the basics of employment law</i>	2	1 Hausarbeit <i>oder</i> 1 Referat	5	
<b>Individuelle Projekte: Marketing &amp; Marktanalyse</b> (BA-WL-IP1)  <i>Individual Projects: Marketing &amp; Market Analysis</i>	Evaluierung der aktuellen Markt- und Wettbewerbssituation oder einzelner Marketingaktivitäten (Marketingmix) des eigenen/arbeitgebenden Unternehmens auf Basis der erlernten Konzepte im Grundlagenmodul: Beschreibung, Analyse und Verbesserungsvorschläge (i.S. implementierbaren Marketing-Strategie)  <i>Evaluation of the current market situation and competition or individual marketing activities (marketing mix) of the student's own company/employer on the basis of concepts taught in the foundation module: description, analysis and suggestions for improvement (for a feasible marketing strategy)</i>	2	1 Projektarbeit	10	
<b>Management &amp; Accounting</b> (BA-BWL-F7)  <i>Management &amp; Accounting</i>	Einführung in das Management Accounting; Überblick über Instrumente und Systeme des Management Accounting  <i>Fundamentals of management accounting; introduction to management accounting tools and systems</i>	3	1 Klausur (60 Min.) <i>oder</i> 1 Hausarbeit	5	
<b>Individuelle Projekte: Gründungsmanagement</b> (BA-BWL-IP2)  <i>Individual Projects: Start Ups Management</i>	Integrierte Geschäftsplanung und -analyse: Integrierte, funktionenübergreifende Analyse, Modellierung und Planung von einzelnen Geschäftsfeldern oder ganzen Unternehmen unter simultaner Berücksichtigung verschiedener funktionaler sowie überfunktionaler Aspekte  <i>Strategic planning for start-ups, Business opportunity identification and analysis, Marketing strategies for start-ups, Human resource strategies for start-ups, Starting up a wholly new business</i>	3	1 Projektarbeit oder 1 Hausarbeit	10	



## Fortsetzung Modulübersicht Bachelor Betriebswirtschaftslehre

Modul Modul	Inhalt Content	Sem. Sem.	Modulanforderungen Module requirements	CP CP	Kommentar Commentary
<b>Unternehmensprozesse</b> (BA-BWL-F10)  <i>Business Processes</i>	Organisationsformen und Prozesse der Produktion und Beschaffung, Programmplanung, Losgrößenplanung, Bestellmengenplanung, Maschinenbelegung, Logistik als Managementsystem, Supply Change Management, PPS-Systeme  <i>Organisations and processes in production and procurement; demand planning; lot size planning; order quantity planning; machine scheduling; logistics as a management system; supply change management and production planning and control systems</i>	4	1 Klausur (60 Min.) <i>oder</i> 1 Hausarbeit	5	
<b>Individuelle Projekte: Strategische Unternehmensanalyse &amp; Geschäftsmodelle</b> (BA-BWL-IP3)  <i>Individual Projects: Strategic Business Analysis &amp; Business Models</i>	Analyse der strategischen Unternehmensführung auf relevante Marktveränderungen, um wirtschaftlichen Erfolg des Unternehmens dauerhaft zu sichern; Erarbeitung exemplarischer Lösungen und praktische Erprobung erworbener Analysetools  <i>Analysis of strategic business management for relevant market changes to secure a company's long-term business success; development of model solutions and application in practice of the analytical tools developed</i>	4 und 5	1 Projektarbeit	10	
<b>Gruppenprojekte: Prozessoptimierung</b> (BA-BWL-GP1)  <i>Group projects: Process Optimisation</i>	Analyse betriebswirtschaftlicher Probleme und Erarbeitung exemplarischer Lösungen mit Methoden der Geschäftsprozessmodellierung  <i>Analysis of business problems and development of model solutions using business process modelling methods</i>	6 und 7	1 Projektarbeit	10	
<b>Managementtechnik 1: Verhandlungsführung und Konfliktmanagement</b> (BA-BWL-F11)  <i>Managementtechniques</i>	Grundlagen der Verhandlungsführung: Definition des eigenen Verhandlungsziels, Motiv- und Interessensanalyse des Verhandlungspartners, Beziehungsaufbau zu Verhandlungspartnern, Einsatz kooperativer Verhandlungsstrategien, Umgang mit Verhandlungsniederlagen. Psychologische Grundlagen des Konfliktmanagements (Entstehung, Verlauf und die Folgen von Konflikten). Aufbauend auf die Grundlagen stehen Konfliktodynamik, - Analyse, -Management, -Feedback im Mittelpunkt  <i>Basic negotiation skills: defining your objective and the motive and interests of the other party; developing a relationship with the other parties; using cooperative negotiation strategies; dealing with setbacks</i>	6	1 Hausarbeit <i>oder</i> 1 Referat	5	

## Fortsetzung Modulübersicht Bachelor Betriebswirtschaftslehre

Modul Modul	Inhalt Content	Sem. Sem.	Modulanforderungen Module requirements	CP CP	Kommentar Commentary
<b>Gruppenprojekte: Nachhaltige Personalentwicklung</b> (BA-BWL-GP2)  <i>Group projects: Sustainable Human Resource Development</i>	<p>Analyse von Problemen und Herausforderungen der nachhaltigen Personalentwicklung: Verständnis um Ausgleich langfristige wirtschaftlichen Unternehmensinteressen mit sozialen Anforderungen der Beschäftigten und ökologisch-kulturellen Aspekten; Erarbeitung exemplarischer Lösungen und Erproben von Planungstools</p> <p><i>Analysis of the problems and challenges of sustainable human resource development: understanding how to balance long-term economic business interests against the social demands of the workforce and cultural and ecological aspects; developing model solutions and testing planning tools</i></p>	6 und 7	1 Projektarbeit	10	
<b>Managementtechnik 2: Kreative Toolbox</b> (BA-BWL-F12)  <i>Managementtechniques 2: Creative Toolbox</i>	<p>Grundlagen des Visual Thinkings: bildliche Aufbereitung von Problemen und Ideen, Einführung und Anwendung verschiedener Techniken, wie visuellen Alphabets, visuelles Protokollieren, Bikablo-Methode etc., Grundlagen des Design Thinkings: Einblick in Prozessablauf und der Kreativmethoden, Durchlaufen und analysieren einzelner Phasen des Design Thinking-Prozesses (Verstehen - Beobachten - Point-of-View – Ideenfindung – Prototyping - Testing), Konzeptentwicklung für einen Design Thinking-Workshop</p> <p><i>Fundamentals of visual thinking: visual approach to problems and ideas; introduction to and application of a range of techniques such as visual alphabets, visual recording, the bikablo method, etc.; Fundamentals of design thinking: insight into the process and creative methods; examination and analysis of individual phases in the design thinking process (understanding – observing – point of view – generating ideas – prototyping – testing); development of concepts for a design thinking workshop</i></p>	7	1 Hausarbeit <i>oder</i> 1 Referat	5	
<b>Bachelormodul</b> (BA-BWL-BM)  <i>Bachelor 's Module</i>	<p>Bachelorarbeit</p> <p><i>Bachelor dissertation</i></p>	7	1 Bachelorarbeit	12	
	<p>Bachelorseminar</p> <p><i>Bachelor seminar</i></p>	7		3	

## Modulübersicht Schwerpunkte Bachelor Betriebswirtschaftslehre (es ist einer von vier Schwerpunkten zu wählen)

### Modulübersicht Schwerpunkt Innovationsmanagement

Modul Modul	Inhalt Content	Sem. Sem.	Modulanforderungen Module requirements	CP CP	Kommentar Commentary
<b>Innovationsmanagement</b> (BA-BWL-SP1a)  <i>Innovation Management</i>	Innovation und Unternehmensstrategie, Innovationskultur, Führung von Freiwilligen, Fehlerkultur, Umgang mit Anregungen Dritter, Entwicklung der MitarbeiterInnen, Innovationsprozess – Ideengenerierung und –sammlung, Umgang mit Ideen, Ideenbewertung, Gratifikation und Wertschätzung, Stakeholderanalyse, Durchsetzung von Innovationen  <i>Innovation and corporate strategy; innovation culture; managing volunteers; culture of dealing with mistakes; dealing with third-party ideas; employee development; innovation process – generating and collecting ideas; dealing with ideas, evaluating ideas; bonus payments and recognition; stakeholder analysis and implementation of innovations</i>	4	1 Portfolioprüfung <i>oder</i> 1 Hausarbeit	5	
<b>Innovationen in Marketing und Vertrieb</b> (BA-BWL-SP1b)  <i>Innovations in Marketing and Sales</i>	Interne und externe Kunden, Interessenanalyse, Marktforschung, Wettbewerbsanalyse, Kundenbindung und –pflege, Marketing-Mix, Marketingziele, Selbstmarketing, Vertriebsstrategie, Geschäftsmodell, Vertriebsformen, Vertriebsplanung und -controlling, Vertriebsprozess  <i>Internal and external customers; analysis of interests; market research; competition analysis; customer retention and care; marketing mix; marketing goals; self marketing; sales strategy; business model; forms of distribution, sales planning and controlling and the sales process</i>	4	1 Projektarbeit <i>oder</i> 1 Hausarbeit	5	
<b>Kreativitätstechniken</b> (BA-BWL-SP1c)  <i>Creativity Techniques</i>	Entstehung von Kreativität, Anforderungen an die Moderation, Auftragsklärung, Förderung von Kreativitätspotenzialen, TeilnehmerInnenauswahl, Kreativitätstechniken und -methoden, Methodenauswahl, Umgang mit Ergebnissen  <i>The Development of creativity; facilitation needs; clarification of requirements; promotion of creative potential; selection of participants; creativity techniques and methods; selection of methods and use of results</i>	4	1 Projektarbeit	5	

## Fortsetzung Modulübersicht Schwerpunkt Innovationsmanagement

Modul Modul	Inhalt Content	Sem. Sem.	Modulanforderungen Module requirements	CP CP	Kommentar Commentary
<b>Projektmanagement von Innovationsvorhaben</b> (BA-BWL-SP1d)  <i>Management of Innovation Projects</i>	Begriffsklärungen, Erwartungen von Stakeholdern, Anforderungen an das Projektmanagement, Rollenkonzepte, Erfolgsfaktoren, Standards und Normen, Ressourcenanforderungen, Projektphasen, Besonderheiten der Führung von Innovationsprojekten  <i>Definition of terms: expectations of stakeholders, project management requirements; promotion of creative potential; selection of participants; creativity techniques and methods; selection of methods and use of results</i>	5	1 Hausarbeit	5	
<b>Innovationscontrolling</b> (BA-BWL-SP1e)  <i>Innovation Management Accounting</i>	Managementprozess und Controlling, Innovationen im Kontext des Unternehmenscontrolling, Aufgaben des Innovationscontrolling, Integrierte Planungs-, Kontroll- und Informationssysteme, Performance Measurement und Kennzahlen, Kosten und Ertragsschätzungen, Projektsteuerung und –evaluierung, Reporting, Instrumente des Innovationscontrolling  <i>Management process and management accounting; innovations in the context of corporate management accounting; innovation management accounting tasks; integrated planning, control and information systems; performance measurement and indicators; costs and earnings estimates; project control and evaluation; reporting and innovation management accounting tools</i>	5	1 Hausarbeit	5	
<b>Change und Innovation</b> (BA-BWL-SP4f)  <i>Change and Innovation</i>	Agiles Projektmanagement/agiles Arbeiten, Innovationen finden und umsetzen (Change Management/Organisationales Lernen, Partizipation (Kommunikation und Führung in Change Prozessen), Psychologie des Wandels  <i>Agile project management/agile working; finding and implementing innovations; change management/organisational learning; participation (communication and leadership in change processes); the psychology of change</i>	2	1 Praxisbericht <i>oder</i> 1 Portfolioprüfung	5	Gemeinsam genutztes Modul aus dem Schwerpunkt BA_BWL-SP4
<b>Realisierung eines Innovationsprojektes</b> (BA-BWL-SP1g)  <i>Implementation of an Innovative Project</i>	Anforderungen an Projektarbeit, Projektideen, Projektauswahl, Projektproposal, Projektmeilensteine, Projektrealisierung, Projektpräsentation, Projektabschluss  <i>Project work requirements; project ideas; project selection; project proposals; project milestones; project implementation; project presentation and project conclusion</i>	5	1 Praxisbericht	5	

## Modulübersicht Schwerpunkt Digitales Marketing

Modul Modul	Inhalt Content	Sem. Sem.	Modulanforderungen Module requirements	CP CP	Kommentar Commentary
<b>Digitales Marketing</b> (BA-BWL-SP4c)  <i>Digital Marketing</i>	Aktuelle Methoden des Online-Marketing, SEO (Suchmaschinenoptimierung), SEM (Suchmaschinenmarketing), Digitale Netzwerkpflege/-aufbau (Business Networks), Social Media Marketing, Brand Management  <i>Current online marketing methods, SEO (search engine optimisation), SEM (search engine marketing), digital networks (business networks), social media marketing and brand management</i>		1 Praxisbericht oder 1 Portfolioprüfung		Gemeinsam genutztes Modul aus dem Schwerpunkt BA_BWL-SP4
<b>Konzeption von digitalen Portalen</b> (BA-BWL-SP2b)  <i>Designing Digital Portals</i>	Analyse von digitalen Portalen; Definition von Qualitätsmerkmalen für Webportale; Konzeption von Portalen; Vorstellung von Kreativitätstechniken; Projektarbeit in Teams: Briefinggespräche, Erstellung Feinkonzept für ein Portal, prägnante Präsentation wesentlichen Merkmale, Funktionen und Vorteile des entwickelten Konzeptes, Etablierung eines intensiven Austausches innerhalb des Teams  <i>Analysis of digital portals; definition of quality features for Web portals; portal design; presentation of creative techniques; project work in teams: briefings; developing a detailed concept for a portal; effective presentation of key features; functions and benefits of the concept developed; establishment of intensive exchange within the team</i>	4	1 Hausarbeit oder 1 Referat	5	
<b>Innovationsmarketing</b> (BA-BWL-SP2c)  <i>Innovation Marketing</i>	Verständnis von Marketing innerhalb des Innovationsprozesses: Innovationen in der Vermarktung, Vermarktung von Innovationen nach innen und außen, Kundenanalysen, Zielgruppenbestimmung, CIA – Competitive Innovation Advantage, Verkaufsförderungspolitik im Innovationsmarketing, Innovative Vermarktungsstrategien im Internet, Kultur der Wissensteilung als Voraussetzung für Innovationen  <i>Understanding marketing within the innovation process: innovations in marketing, marketing innovations within companies and to third parties; customer analyses; target group definition; CIA (Competitive Innovation Advantage); sales promotion policy in innovation marketing; innovative marketing strategies on the Internet; culture of knowledge sharing as essential to innovation</i>	4	1 Klausur (60 Min.) oder 1 Referat	5	

### Fortsetzung Modulübersicht Schwerpunkt Digitales Marketing

Modul Modul	Inhalt Content	Sem. Sem.	Modulanforderungen Module requirements	CP CP	Kommentar Commentary
<b>SEO – Search Engine Optimization</b> (BA-BWL-SP2d)  <i>SEO – Search Engine Optimization</i>	Vermittlung der Grundlagen von SEO; Kennenlernen von verschiedenen Methoden zur SEO Optimierung; Grundlagen zur Entwicklung von SEO-Strategien und Affiliate-Marketing-Strategien; Konzeption und Umsetzung eines konkreten Falles  <i>Basic SEO; understanding different SEO optimisation methods; fundamentals of SEO strategy and affiliate marketing strategy development; design and implementation in a specific case</i>	5	1 Klausur (60 Min.) <i>oder</i> 1 Referat	5	
<b>SEA – Search Engine Advertising</b> (BA-BWL-SP2e)  <i>SEA – Search Engine Advertising</i>	Einführung in das Suchmaschinenmarketing mit wissenschaftlichen Beiträgen zum Sponsored Search; Verständnis betriebswirtschaftlicher Zusammenhänge im Kontext der Suchmaschinenwerbung sowie Verständnis und Weiterentwicklung optimaler Gebotsstrategien in Pay-Per-Click Auktionen  <i>Introduction to search engine marketing with expert input on sponsored searches; understanding business aspects in the context of search engine advertising and understanding and developing optimised bidding strategies in pay-per-click auctions</i>	5	1 Klausur (60 Min.) <i>oder</i> 1 Referat	5	
Social Media Marketing (BA-BWL-SP2f)	Planung von Social-Media-Strategien, Konzepterstellung und -umsetzung für Krisenkommunikation in Social-Media-Kanälen, Erlernen und Bewerten von Werbemöglichkeiten und Erfolgskriterien sowie die Anwendung auf eigene Kampagnen, Überblick über rechtliche Grundlagen des Online-Marketings  <i>Planning of social media strategies, creation and implementation of concepts for crisis communication in social media channels, learning and evaluation of advertising options and success criteria, as well as application to own campaigns, overview of legal principles of online marketing</i>	5	1 Klausur (60 Min.) <i>oder</i> ein Referat	5	
<b>Abschlussprojekt Digitales Marketing</b> (BA-BWL-SP2g)  <i>Final project: Digital Marketing</i>	Anforderungen an Projektarbeit, Projektideen, Projektauswahl, Projektproposal, Projektmeilensteine, Projektrealisierung, Projektpräsentation, Projektabschluss  <i>Project work requirements; project ideas; project selection; project proposals; project milestones; project implementation; project presentation and project conclusion</i>	5	1 Projektarbeit <i>oder</i> 1 Referat	5	



### Modulübersicht Schwerpunkt Human Resource Management

Modul Modul	Inhalt Content	Sem. Sem.	Modulanforderungen Module requirements	CP CP	Kommentar Commentary
<b>Arbeitswelt 4.0</b> (BA-BWL-SP4e)  <i>Work 4.0</i>	Führen auf Distanz, Zusammenarbeit in virtuellen Teams, E-Recruiting (Personalakquise und Personalauswahl), Psychosoziale Gesundheit/Resilienz, Personalentwicklung/Weiterbildung, Veränderte Arbeitsorganisation (hin zu Individualität)  <i>Remote leadership; collaboration in virtual teams; e-recruitment (HR acquisition and selection); psychosocial health/resilience; HR development/CPD; changes in organisations (towards individuality)</i>	4	1 Praxisbericht <i>oder</i> 1 Portfolioprüfung	5	Gemeinsam genutztes Modul aus dem Schwerpunkt BA_BWL-SP4
Systemisches Coaching (BA-BWL-SP3b)	Phasen des Coachingprozesses, Beziehungsgestaltung zwischen Coach, Coachee und Auftraggeber, Umgang mit verschiedenen Coacheetypen, Coachinganlässe, Einsatzfelder und Formen, Fragetechniken und Coachingmethoden, Organisationsaufstellungen  <i>Phases of the coaching process, building relationships between the coach, coachee and client, dealing with different types of coaches, coaching occasions, areas of application and forms, questioning techniques and coaching methods, organisational constellations</i>		1 Hausarbeit oder 1 Referat	5	
<b>Personalauswahl/-recruiting/-einsatz</b> (BA-BWL-SP3c)  <i>Staff Selection/Recruitment/Deployment</i>	Einsatzfelder und Ziele der Eignungsdiagnostik; Anforderungsanalyse, Anforderungsprofil; Eignungsdiagnostische Verfahren; Managementdiagnostik, Assessmentcenter: Aufbau, Methoden und Instrumente  <i>Applications and objectives of aptitude assessment; analysis of requirements; job specifications; types of aptitude testing; management diagnostics; and assessment centres: structure, methods and tools</i>	4	1 Hausarbeit <i>oder</i> 1 Präsentation	5	

### Fortsetzung Modulübersicht Schwerpunkt Human Resource Management

Modul Modul	Inhalt Content	Sem. Sem.	Modulanforderungen Module requirements	CP CP	Kommentar Commentary
<b>Personalführung und Organisation</b> (BA-BWL-SP3d)  <i>Human Resource Management and Organisation</i>	<p>Theorien über Führungsverhalten und -prozesse; Grundlagen der Personalführung, Führungstechniken, Determinanten von Führungserfolg, Führungsethik, latentes Führen; Personalbeurteilung &amp; Zielvereinbarung (Beurteilung im Dialog mit den Sozialpartnern); Arbeitsmotivation und -zufriedenheit; Belastung, Beanspruchung, Stress; Arbeits- und Arbeitsplatzgestaltung; Mitarbeiterbindung, Gestaltung von betrieblichen Anreizsystemen</p> <p><i>Theories of management behaviour and processes; fundamentals of human resource management; management techniques; determinants of successful management; management ethics; unofficial management; employee evaluation &amp; agreements on objectives (evaluation in dialogue with social partners); motivation and job satisfaction; workload and stress; job and workplace design; employee retention; designing company incentive schemes</i></p>	5	1 Hausarbeit <i>oder</i> 1 Präsentation	5	
<b>Personalentwicklung und Talentmanagement</b> (BA-BWL-SP3e)  <i>Human Resource Development and Talent Management</i>	<p>Unternehmensstrategie und strategische Personalentwicklung; Grundlagen der Personalentwicklung; Aufbau, Methoden und Instrumente; Kompetenzen von Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern erkennen, fördern und fordern; Bedarfsanalyse und verschiedene Formen der Weiterbildung; Training, Coaching und Weiterbildung organisieren; Transfer und Evaluation in der Personalentwicklung; Führungskräfteentwicklung; aktuelle Themen in der Personalentwicklung</p> <p><i>Business strategy and strategic human resource development; fundamentals of human resource development: structure, methods and tools; recognising, developing and requiring employee skills; needs assessment and types of professional development; organising training, coaching and professional development; transfer and evaluation in human resource development; manager development and latest human resource development issues</i></p>	5	1 Hausarbeit <i>oder</i> 1 Präsentation	5	
<b>Abschlussprojekt Human Resource Management</b> (BA-BWL-SP3g)  <i>Final project: Human Resource Management</i>	<p>Anforderungen an Projektarbeit, Projektideen, Projektauswahl, Projektproposal, Projektmeilensteine, Projektrealisierung, Projektpräsentation, Projektabschluss</p> <p><i>Project work requirements; project ideas; project selection; project proposals; project milestones; project implementation; project presentation and project conclusion</i></p>	5	1 Projektarbeit <i>oder</i> 1 Präsentation	5	

### Fortsetzung Modulübersicht Schwerpunkt Human Ressource Management

Modul Modul	Inhalt Content	Sem. Sem.	Modulanforderungen Module requirements	CP CP	Kommentar Commentary
<b>Unternehmenskultur &amp; Change Management im Personalmanagement</b> (BA-BWL-SP3f)  <i>Corporate Culture &amp; Change Management in Human Resource Management</i>	<p>Die Person des Veränderungsmanagers/in; Veränderungsstile: Fallarbeit und Abfragen zum Vorkommen von Veränderungsstilen; Veränderungsstrategien, Change Matrix; Typen von Change-Prozessen, Changeplanung; Taktik, Tools und Kommunikation im Change; Instrumente und deren Anwendung in unterschiedlichen Phasen eines Veränderungsprozesses; Mobilisierung von sozialem Kapital; kommunikative Netzwerke, die einen Veränderungsprozess tragen; Anspruchsgruppenmanagement und Mikropolitik; Change Evaluation und Change Impact</p> <p><i>The person of the change manager; change styles: case studies and work on different change styles and their contexts; change strategies; change matrix; types of change process; change planning; tactics, tools and communication in change; instruments and their application at different stages of the change process; mobilising social capital; communicative networks that can make change processes successful; stakeholder group management and micropolitics; change evaluation and change impact</i></p>	5	1 Hausarbeit <i>oder</i> 1 Präsentation	5	

## Modulübersicht Schwerpunkt Digitale Transformation

Module	Inhalte	Semester	Modulanforderungen Prüfungsleistung	CP	Kommentar
<b>Digitale Transformation</b> (BA-BWL-SP4a)  <i>Digital Transformation</i>	<p>Grundlegende Dynamiken des digitalen Wandels und damit verbundene Veränderungen in der Gesellschaft, Künstliche Intelligenz/Machine Learning, Big Data, Kultureller Wandel durch digitale Transformation, Bedeutung für kleine und mittlere Unternehmen und digitale Transformation</p> <p><i>Fundamental dynamics of digital change and related changes in society, artificial intelligence/machine learning; big data; cultural change as a result of digital transformation; impact on small and medium-sized businesses, and digital transformation</i></p>	4	1 Praxisbericht <i>oder</i> 1 Portfolioprfung	5	
<b>Industrie 4.0</b> (BA-BWL-SP4b)  <i>Industry 4.0</i>	<p>Automatisierung in der Produktion, Energie- und Ressourceneffizienz, Lean Management und Digitalisierung, Datenbasierte Lieferkettengestaltung, Digitalisierung im Mittelstand, Supply-Chain-Management im Zeitalter der Digitalisierung, Künstliche Intelligenz in Produktion und Logistik, Digitalisierung in der Fertigungstechnik: Vernetzte Maschinen und Prozesse, Machine Learning in der Fertigungsmaschine: Sensorik, Aktorik und Regelung, Digitale Fertigung mittels additiver Verfahren (3D-Druck)</p> <p><i>Automation in production; energy and resource efficiency; lean management and digitisation; data-based supply chain management; digitisation in SMEs; supply chain management in the era of digitisation; artificial intelligence in production and logistics; digitisation in manufacturing technology: networked machines and processes; machine learning in manufacturing machinery: sensors, actuators and controls; digital production with additive processes (3D printing)</i></p>	5	1 Praxisbericht <i>oder</i> 1 Portfolioprfung	5	
<b>Digitales Marketing</b> (BA-BWL-SP4c)  <i>Digital Marketing</i>	<p>Aktuelle Methoden des Online-Marketing, SEO (Suchmaschinenoptimierung), SEM (Suchmaschinenmarketing), Digitale Netzwerkpflege/-aufbau (Business Networks), Social Media Marketing, Brand Management</p> <p><i>Current online marketing methods, SEO (search engine optimisation), SEM (search engine marketing), digital networks (business networks), social media marketing and brand management</i></p>	4	1 Praxisbericht <i>oder</i> 1 Portfolioprfung	5	
<b>Digitales Recht und Datenschutz</b> (BA-BWL-SP4d)  <i>Digital Law and Data Protection</i>	<p>Fragen des digitalen Rechts, Datenschutz allgemein, DSGVO-Umsetzung, Patent-/ Urheberrecht</p> <p><i>Aspects of digital law; data protection in general; GDPR implementation; patent and copyright law</i></p>	5	1 Praxisbericht <i>oder</i> 1 Portfolioprfung	5	

### Fortsetzung Modulübersicht Schwerpunkt Digitale Transformation

Module	Inhalte	Semester	Modulanforderungen Prüfungsleistung	CP	Kommentar
<b>Arbeitswelt 4.0</b> (BA-BWL-SP4e)  <i>Work 4.0</i>	Führen auf Distanz, Zusammenarbeit in virtuellen Teams, E-Recruiting (Personalakquise und Personalauswahl), Psychosoziale Gesundheit/Resilienz, Personalentwicklung/Weiterbildung, Veränderte Arbeitsorganisation (hin zu Individualität)  <i>Remote leadership; collaboration in virtual teams; e-recruitment (HR acquisition and selection); psychosocial health/resilience; HR development/CPD; changes in organisations (towards individuality)</i>	4	1 Praxisbericht <i>oder</i> 1 Portfolioprüfung	5	
<b>Change und Innovation</b> (BA-BWL-SP4f)  <i>Change and Innovation</i>	Agiles Projektmanagement/agiles Arbeiten, Innovationen finden und umsetzen (Change Management/ Organisationales Lernen, Partizipation (Kommunikation und Führung in Change Prozessen), Psychologie des Wandels  <i>Agile project management/agile working; finding and implementing innovations; change management/ organisational learning; participation (communication and leadership in change processes); the psychology of change</i>	5	1 Praxisbericht <i>oder</i> 1 Portfolioprüfung	5	
<b>Abschlussprojekt Digitale Transformation</b> (BA-BWL-SP4g)  <i>Final project: Digital Transformation</i>	Anforderungen an Projektarbeit, Projektideen, Projektauswahl, Projektproposal, Projektmeilensteine, Projektrealisierung, Projektpräsentation, Projektabschluss  <i>Project work requirements; project ideas; project selection; project proposals; project milestones; project implementation; project presentation and project conclusion</i>	5	1 Projektarbeit <i>oder</i> 1 berufspraktische Übung	5	

