



TH Aschaffenburg
university of applied sciences

Studien- und Prüfungsordnung für den Bachelorstudiengang Wirtschaftspsychologie an der Technischen Hochschule Aschaffenburg (SPO B-WIPSY)

geändert mit Satzung vom 26.07.2023

Dies ist eine lesbare – nicht amtliche – Gesamtausgabe. Die amtlich bekanntgemachten Satzungen sind unter <https://www.th-ab.de/bekanntmachungen> veröffentlicht.

Aufgrund von Art. 9, Art. 80 Abs. 1 und Art. 84 Abs. 2 des Bayerischen Hochschulinnovationsgesetzes (BayHIG) vom 5. August 2022 (GVBl. S. 414, BayRS 2210-1-3-WK), das durch § 3 des Gesetzes vom 23. Dezember 2022 (GVBl. S. 709) geändert worden ist, erlässt die Technische Hochschule Aschaffenburg folgende Satzung:

Inhaltsübersicht

- § 1 Zweck der Studien- und Prüfungsordnung
- § 2 Studienziel
- § 3 Regelstudienzeit, Aufbau des Studiums
- § 4 Module, Einzelveranstaltungen und Leistungsnachweise
- § 5 Studienplan
- § 6 Studienfortschritt
- § 7 Fachstudienberatung
- § 8 Praktisches Studiensemester
- § 9 Prüfungskommission
- § 10 Bachelorarbeit und Zulassung zur Bachelorprüfung
- § 11 ECTS-Kreditpunkte, Modul- und Prüfungsgesamtnote
- § 12 Zeugnis
- § 13 Akademischer Grad und Diploma Supplement
- § 14 Inkrafttreten

§ 1 Zweck der Studien- und Prüfungsordnung

Diese Studien- und Prüfungsordnung dient der Ausfüllung und Ergänzung der Allgemeinen Prüfungsordnung (APO) der Technischen Hochschule Aschaffenburg vom 14. Februar 2023 in ihrer geltenden Fassung.

§ 2 Studienziel

- (1) ¹Ziel der Ausbildung im Bachelorstudiengang Wirtschaftspsychologie ist es, Betriebswirtinnen und Betriebswirte heranzubilden, die zur Lösung praktischer Probleme Verfahren anwenden können, die auf der Grundlage wissenschaftlicher Erkenntnisse für wirtschaftliche, verhaltenswissenschaftliche und administrative Funktionsbereiche entwickelt wurden. ²Im Studium werden Fragen aus der Berufspraxis auf wissenschaftlicher Basis dargestellt und analysiert, um praktikable Lösungen zu erarbeiten. ³Diesem Ziel dient auch das praktische Studiensemester, durch das der Lernort von der Hochschule in Unternehmen und andere Einrichtungen der Berufspraxis verlagert wird.
- (2) ¹Solides betriebswirtschaftliches Wissen und vertiefte verhaltenspsychologische Kenntnisse eröffnen den Absolventinnen und Absolventen vielfältige Einsatzmöglichkeiten in der Wirtschaft. ²Die Absolventinnen und Absolventen sollen nach ihrem Studium in der Lage sein, das Management auf verschiedenen betriebswirtschaftlichen und verhaltenswissenschaftlichen Gebieten zu unterstützen und nach entsprechender Einarbeitungszeit selbst verantwortungsvolle Führungsaufgaben in Wirtschaft und Verwaltung zu übernehmen bzw. unternehmerisch oder freiberuflich tätig zu sein. ³Neben der Vermittlung von Fachkenntnissen und Methoden werden im Studium die Persönlichkeitsbildung sowie der Erwerb von Führungswissen und Führungstechniken zur Übernahme betriebswirtschaftlicher Leitungsaufgaben gefördert. ⁴Auf betriebswirtschaftlichen und verhaltenswissenschaftlichen Grundkenntnissen aufbauend wird durch die Wahl von zwei Studienschwerpunktmodulen eine maßvolle Spezialisierung ermöglicht. ⁵Die Fertigkeiten der Studierenden sollen insbesondere im Einsatz der Datenverarbeitung auf allgemeine betriebswirtschaftliche Anforderungen und vertiefend in der Unternehmensführung, dem Personalmanagement sowie dem Marketing, in Weltwirtschaftssprachen und in der Zusammenarbeit mit internationalen Handelspartnern gefördert werden.

§ 3 Regelstudienzeit, Aufbau des Studiums

- (1) ¹Das Studium umfasst eine Regelstudienzeit von sieben Studiensemestern mit sechs theoretischen und einem praktischen Studiensemester. ²Das praktische Studiensemester soll im fünften oder im sechsten Semester absolviert werden. ³Ein Praktikum vor dem Studium wird ausdrücklich empfohlen.
- (2) Nach Maßgabe des Studienplans werden folgende Studienschwerpunktmodule geführt:
 - Compliance Management
 - Controlling
 - Digitale Geschäftsmodelle und Entrepreneurship
 - Einkauf und Qualitätsmanagement
 - Finance
 - Human Resources Management
 - Immobilienmanagement
 - Internationales Management
 - International Sales
 - Markenmanagement und Recht
 - Marketingkonzeptionen
 - Marktpsychologie

- Mittelstandsmanagement in der Unternehmenspraxis
- Modern Management Practice
- Nachhaltige Wertschöpfungsketten und digitale Ökonomie
- Personalpsychologie
- Rechtsfragen des Personalmanagements
- Restrukturierung und Insolvenz

(3) ¹Die Studierenden müssen im Bachelorstudiengang zwei Studienschwerpunktmodule absolvieren, davon muss eines der Studienschwerpunktmodule

- Personalpsychologie oder
- Marktpsychologie

sein, das zweite kann frei aus den angebotenen Schwerpunktmodulen gewählt werden. ²Die Wahl eines Studienschwerpunktmoduls ist verbindlich, sobald erstmals eine Prüfungsleistung des jeweiligen Studienschwerpunktmoduls angetreten wurde.

§ 4 Module, Einzellehrveranstaltungen und Leistungsnachweise

(1) ¹Die Module und ihre Einzellehrveranstaltungen, Semesterstundenzahlen, die Art der Lehrveranstaltungen, Art, Umfang und Inhalte der Prüfungen und studienbegleitenden Leistungsnachweise, die ECTS-Kreditpunkte, die Notengewichte der Modulendnoten sowie weitere Bestimmungen hierzu sind in den Anlagen zu dieser Studien- und Prüfungsordnung festgelegt. ²Sind unterschiedliche Lehrveranstaltungsarten vorgesehen, erfolgt die endgültige Festlegung durch den Studienplan und das Modulhandbuch.

(2) Die Module werden als Pflichtmodule, Wahlpflichtmodule oder Wahlmodule geführt.

- Pflichtmodule sind für alle Studierenden des Bachelorstudienganges verbindlich.
- Die Wahlpflichtmodule sind die Module, aus denen die Studierenden nach Maßgabe dieser Studien- und Prüfungsordnung und des Studienplanes eine bestimmte Auswahl treffen müssen. Die gewählten Module werden wie Pflichtmodule behandelt.
- Wahlmodule sind Module, die für die Erreichung des Studienziels nicht verbindlich vorgeschrieben sind und im Studienplan als solche ausgewiesen sind.

(3) Für die allgemeinwissenschaftlichen und fachwissenschaftlichen Wahlpflichtmodule werden die in Absatz 1 genannten Festlegungen im Studienplan und im Modulhandbuch getroffen, soweit die Anlagen zu dieser Studien- und Prüfungsordnung hierzu keine Regelungen enthalten.

(4) Lehrveranstaltungen und Prüfungen können nach Maßgabe des Studienplans in begrenztem Umfang in englischer Sprache angeboten werden.

§ 5 Studienplan

(1) ¹Die Fakultät Wirtschaft und Recht erstellt zur Sicherstellung des Lehrangebots und zur Information der Studierenden im Bachelorstudiengang einen Studienplan mit Modulhandbuch, aus dem sich der Ablauf des Studiums im Einzelnen ergibt. ²Der Studienplan wird vom Fakultätsrat beschlossen und ist hochschulöffentlich bekannt zu machen. ³Die Bekanntmachung neuer Regelungen muss spätestens zu Beginn der Vorlesungszeit des Semesters erfolgen, in dem die Regelungen erstmals anzuwenden sind. ⁴Der Studienplan mit dem Modulhandbuch enthält insbesondere Regelungen und Angaben über

1. die zeitliche Aufteilung der Semesterwochenstunden je Modul auf die Studiensemester und die zu erreichenden ECTS-Kreditpunkte,
 2. die angebotenen Studienschwerpunktmodule und deren Stundenzahl, Lehrveranstaltungsart, Studienziele und die Studieninhalte,
 3. den Katalog der fachwissenschaftlichen Wahlpflichtmodule mit ihren Semesterwochenstundenzahlen,
 4. den Katalog der wählbaren allgemeinwissenschaftlichen Wahlpflichtmodule,
 5. die Lehrveranstaltungsart in den einzelnen Modulen, soweit sie nicht in der Anlage 1 zu dieser Satzung abschließend festgelegt wurden,
 6. die Studienziele und -inhalte der einzelnen Module,
 7. die Ziele und Inhalte der Praxis und der praxisbegleitenden Lehrveranstaltungen im praktischen Studiensemester sowie deren Form und Organisation,
 8. die Ausbildungsziele und -inhalte sowie den Ausbildungsplan für das praktische Studiensemester,
 9. nähere Bestimmungen über studienbegleitende Leistungs- und Teilnahmenachweise.
- (2) Im Studienplan können die Semesterwochenstunden der Module derart modifiziert werden, dass ein Teil der Lehrveranstaltungen durch entsprechende Einheiten selbstgesteuerten Lernens ersetzt werden.
- (3) ¹Ein Anspruch darauf, dass sämtliche vorgesehenen Studienschwerpunktmodule, Wahlpflichtmodule (fach- und allgemeinwissenschaftliche) und Wahlmodule tatsächlich angeboten werden, besteht nicht. ²Desgleichen besteht kein Anspruch darauf, dass solche Lehrveranstaltungen bei nicht ausreichender Teilnehmerzahl durchgeführt werden.

§ 6 Studienfortschritt

- (1) ¹Bis zum Ende des zweiten Studiensemesters sind Prüfungsleistungen in den Modulen „Grundlagen der Betriebswirtschafts- und Organisationslehre“, „Wirtschaftsmathematik“ und „Grundlagen der Psychologie“ (Grundlagen- und Orientierungsprüfung) zu erbringen. ²Überschreiten Studierende die Frist nach Satz 1, gelten die noch nicht erbrachten Prüfungsleistungen als erstmals nicht bestanden.
- (2) ¹Eintrittsvoraussetzung für das erste Schwerpunktmodul sowie das praktische Studiensemester ist das Erreichen von 90 ECTS-Kreditpunkten. ²Abweichungen von dieser Regel darf die Prüfungskommission nur aus zwingenden Gründen (z.B. Auslandssemester) beschließen; die Gründe sind schriftlich festzuhalten.

§ 7 Fachstudienberatung

Studierende, die bis zum Ende des zweiten Fachsemesters nicht mindestens 40 ECTS-Kreditpunkte erreicht haben, sind verpflichtet, die Fachstudienberatung zu konsultieren.

§ 8 Praktisches Studiensemester

- (1) ¹Das praktische Studiensemester umfasst mindestens 20 Wochen und maximal 26 Wochen und wird durch die praxisbegleitenden Lehrveranstaltungen gemäß den Anlagen zu dieser Studien- und Prüfungsordnung vertieft und ergänzt. ²Einzelheiten zu den praxisbegleitenden Lehrveranstaltungen ergeben sich aus dem Studienplan.
- (2) Das praktische Studiensemester ist erfolgreich abgeleistet, wenn
- a) die notwendigen Praxiszeiten durch ein Zeugnis der Ausbildungsstelle, das dem von der Hochschule vorgegebenen Muster entspricht, nachgewiesen sind und

- b) der Praxisbericht mit dem Prädikat „mit Erfolg“ bewertet und die geforderten Leistungsnachweise der praxisbegleitenden Lehrveranstaltungen erfolgreich absolviert wurden.
- (3) Die Form und Organisation der praxisbegleitenden Lehrveranstaltungen im praktischen Studiensemester ergeben sich aus dem Studienplan.
- (4) Die oder der Praktikumsbeauftragte des Studiengangs steht den Studierenden beratend zur Verfügung.

§ 9 Prüfungskommission

Es wird eine Prüfungskommission mit einem vorsitzenden Mitglied und zwei weiteren Mitgliedern gebildet, die vom Fakultätsrat bestellt werden.

§ 10 Bachelorarbeit und Zulassung zur Bachelorprüfung

- (1) ¹In der Bachelorarbeit sollen die Studierenden ihre Fähigkeit nachweisen, die im Studium erworbenen Kenntnisse, Fähigkeiten und wissenschaftlichen Methoden auf komplexe Aufgabenstellungen selbständig anzuwenden. ²Zur Bachelorarbeit kann sich anmelden, wer mindestens 130 ECTS-Kreditpunkte erreicht hat und das Praxissemester begonnen hat. ³Themen werden von Professorinnen und Professoren der Hochschule vergeben. ⁴Vor der Themenvergabe muss die Lehrveranstaltung „Wissenschaftliches Arbeiten“ mit Erfolg absolviert worden sein.
- (2) ¹Die Bearbeitungszeit für die Bachelorarbeit beträgt regelmäßig 3 Monate. ²Beginn und Ende der Bearbeitungszeit werden durch die Aufgabenstellerin (Prüferin) oder den Aufgabensteller (Prüfer) festgelegt und zusammen mit dem Thema aktenkundig gemacht. ³Die Bearbeitungszeit beginnt mit der Ausgabe des Themas. ⁴Das Studienbüro überwacht die Einhaltung der Termine.
- (3) Erhält der oder die Studierende nicht rechtzeitig ein Thema, so wird von der Prüfungskommission die Ausgabe des Themas der Bachelorarbeit durch eine Aufgabenstellerin oder einen Aufgabensteller veranlasst.
- (4) Die Ausgabe eines Themas an mehrere Studierende zur gemeinsamen Bearbeitung ist zulässig, sofern die individuelle Leistung der einzelnen Studierenden deutlich abgrenzbar und bewertbar ist.
- (5) Die fertige Bachelorarbeit ist in zwei gebundenen Exemplaren sowie in geeigneter elektronischer Form beim Studienbüro abzugeben.

§ 11 ECTS-Kreditpunkte, Modul- und Prüfungsgesamnote

- (1) ¹Für erfolgreich erbrachte Prüfungsleistungen in den Pflicht- und Wahlpflichtmodulen sowie für erfolgreich abgeleistete Praxiszeiten werden die ECTS-Kreditpunkte nach der Anlage 1 zu dieser Studien- und Prüfungsordnung vergeben. ²Für Wahlmodule werden anrechenbare ECTS-Kreditpunkte nicht vergeben.
- (2) ¹Die Modulnote wird als gewogenes arithmetisches Mittel der Noten der zugehörigen Einzellehrveranstaltungen ermittelt. ²Die Gewichtung der Einzellehrveranstaltungen ergibt sich aus der Anlage 1 zu dieser Studien- und Prüfungsordnung.

- (3) ¹Die Prüfungsgesamtnote wird durch Bildung des gewichteten arithmetischen Mittels der Modulnoten errechnet. ²Soweit sich aus der Anlage 1 zu dieser Satzung keine andere Gewichtung ergibt, ist das Gewicht einer Modulnote gleich der Anzahl der zugeordneten Modul- ECTS-Kreditpunkte.
- (4) ¹Es sind 210 ECTS-Kreditpunkte entsprechend der in der Anlage 1 zu dieser SPO spezifizierten Modulen zu erwerben. ²Ein ECTS-Leistungspunkt entspricht dabei einem Arbeitsaufwand von insgesamt 30 Zeitstunden.

§ 12 Zeugnis

Über die bestandene Bachelorprüfung wird ein Zeugnis gemäß dem jeweiligen Muster in der Anlage zur Allgemeinen Prüfungsordnung der Technischen Hochschule Aschaffenburg ausgestellt.

§ 13 Akademische Grade und Diploma Supplement

- (1) Aufgrund des erfolgreichen Abschlusses der Bachelorprüfung wird der akademische Grad „Bachelor of Science“, Kurzform: „B.Sc.“, verliehen.
- (2) Über die Verleihung des akademischen Grades wird eine Urkunde gemäß dem jeweiligen Muster in der Anlage zur Allgemeinen Prüfungsordnung der Technischen Hochschule Aschaffenburg ausgestellt.
- (3) Der Urkunde werden eine englischsprachige Übersetzung und ein Diploma Supplement beigelegt.

§ 14 Inkrafttreten

- (1) ¹Diese Studien- und Prüfungsordnung tritt am Tag nach ihrer Bekanntmachung in Kraft. ²Gleichzeitig tritt die Studien- und Prüfungsordnung für den Bachelorstudiengang Wirtschaftspsychologie vom 16. April 2021 außer Kraft.
- (2) Sofern Studierende zum Zeitpunkt des Inkrafttretens dieser Studien- und Prüfungsordnung bereits Prüfungsleistungen im Modul 1.8 (Personalführung) oder in einem Schwerpunktmodul angetreten haben, findet für diese Module weiterhin die bisher geltende Studien- und Prüfungsordnung Anwendung.

Anlage 1 zur Studien- und Prüfungsordnung für den **Bachelorstudiengang Wirtschaftspsychologie** an der Technischen Hochschule Aschaffenburg

1. Übersicht über die Module, Fächer und Leistungsnachweise der theoretischen Studiensemester

Modul Nr.	Modulbezeichnung (ggf. Teilmodule)	Art der Lehrveranstaltung	ECTS	SWS	Zulassung zum Modul	Zulassung zur Prüfung ¹	Art, Dauer der Prüfung, ggf. Teilleistung ^{1,3}	Benotung	ECTS Gewichtung
1.1	Grundlagen der Betriebswirtschafts- und Organisationslehre	SU, Ü	5	4			schrP 120	ja	1
1.2	Wirtschaftsmathematik	SU, Ü	5	4			schrP 120	ja	1
1.3	Marketing	SU, Ü	5	4			schrP 120	ja	1
1.4	Allgemeinwissenschaftliches Wahlpflichtmodul		5	4					
1.4.1	Allgemeinwissenschaftliches Wahlpflichtfach 1	SU, Ü		2			1 Kl 90 – 120 oder 1 mdl. LN: 20 Min. oder 1 prLN	ja	2,5/5
1.4.2	Allgemeinwissenschaftliches Wahlpflichtfach 2	SU, Ü		2			1 Kl 90 – 120 oder 1 mdl. LN: 20 Min. oder 1 prLN	ja	2,5/5
1.5	Kommunikation, Selbst- und Teammanagement		5	4			1 Kl 90 – 120 oder 1 mdl. LN: 20 Min. oder 1 prLN	ja	1
1.6	Grundlagen der Psychologie	SU, Ü	5	4			schrP 90–120	ja	1
1.7	Rechnungswesen	SU, Ü	5	4			schrP 90–120	ja	1
1.8	Personalmanagement und Mitarbeiterführung	SU, Ü	5	4			schrP 90–120	ja	1
1.9	Finanz- und Investitionswirtschaft	SU, Ü	5	4			schrP 90–120	ja	1
1.10	Sozialpsychologie	SU, Ü	5	4			schrP 90–120	ja	1
1.11	Arbeits- und Organisationspsychologie	SU, Ü	5	4			schrP 90–120	ja	1

¹ Das Nähere wird im Studienplan festgelegt.

² Zeit für Exkursion wird durch entsprechend entfallende Lehrveranstaltungen gewonnen.

³ Mindestens ausreichende Bewertung jeder Prüfungsleistung ist Voraussetzung für das Bestehen der Bachelor-Prüfung.

⁴ Eines der beiden Studienschwerpunktmodule (I oder II) muss Personalpsychologie oder Marktpsychologie sein.

Modul Nr.	Modulbezeichnung (ggf. Teilmodule)	Art der Lehrveranstaltung	ECTS	SWS	Zulassung zum Modul	Zulassung zur Prüfung ¹	Art, Dauer der Prüfung, ggf. Teilleistung ^{1,3}	Benotung	ECTS Gewichtung
1.12	Motivation und Handeln	SU, Ü	5	4			1 StA mit/ohne mdl. Präs., oder schrP 90–120	ja	1
1.13	Wirtschaftsprivatrecht	SU, Ü	5	4			schrP 120	ja	1
1.14	Unternehmensführung	SU, Ü	5	4			schrP 90–120	ja	1
1.15	Statistik	SU, Ü	8	6			schrP 120 oder Portfolioprüfung ^{A1}	ja	1
1.16	Grundlagen der Volkswirtschaftslehre		7	6			schrP 120	ja	1
1.17	Medienpsychologie	SU, Ü	5	4			1 StA mit/ohne mdl. Präs., oder schrP 90–120	ja	1
1.18	Fachsprache Englisch	SU, Ü	5	4		ZV=1 mdl. LN	schrP 120	mE/oE	1
1.19	Strategisches Management und Change	SU, Ü	5	4			schrP 90–120	ja	1
1.20	Vertragsmanagement und Mediation	SU, Ü	5	4			1 StA mit/ohne mdl. Präs., schrP 90–120	ja	1
1.21	Behavioral Finance	SU, Ü	5	4			schrP 90–120	ja	1
1.22	Kauf- und Werbepsychologie	SU, Ü	5	4			1 StA mit/ohne mdl. Präs., oder schrP 90–120	ja	1
1.23	Einführung in die empirische Psychologie und Sozialforschung	SU, Ü	5	4			1 StA mit/ohne mdl. Präs., oder schrP 90–120	ja	1
1.24	Fachwissenschaftliches Wahlpflichtmodul I		5	4			1KI 90–120 min. oder StA mit/ohne mdl. Präs. oder 1 mdl. LN: 20 min.	ja	1

¹ Das Nähere wird im Studienplan festgelegt.

² Zeit für Exkursion wird durch entsprechend entfallende Lehrveranstaltungen gewonnen.

³ Mindestens ausreichende Bewertung jeder Prüfungsleistung ist Voraussetzung für das Bestehen der Bachelor-Prüfung.

⁴ Eines der beiden Studienschwerpunktmole (I oder II) muss Personalpsychologie oder Marktpsychologie sein.

Modul Nr.	Modulbezeichnung (ggf. Teilmodule)	Art der Lehrveranstaltung	ECTS	SWS	Zulassung zum Modul	Zulassung zur Prüfung ¹	Art, Dauer der Prüfung, ggf. Teilleistung ^{1,3}	Benotung	ECTS Gewichtung
1.25	Fachwissenschaftliches Wahlpflichtmodul II		5	4			1 KI 90–120 min. oder StA mit/ohne mdl. Präs. oder 1 mdl. LN: 20 min.	ja	1
1.26	Fall-/Projektstudien Wirtschaftspolitik und internationale Wirtschaftsbeziehungen	SU, Ü	5	4			1 StA mit/ohne mdl. Präs., schrP 90–120	ja	1
1.27	Bachelorarbeit		15	10	130 ECTS + Beginn Praktisches Studiensemester				2
1.27.1	Workshop Wissenschaftliches Arbeiten	SU, Ü, S, P, Ex ²		2		TN=ZV	1 prLN	mE/oE	3/15
1.27.2	Bachelorarbeit			8				ja	12/15
1.28 – 1.45	Studienschwerpunkt I ⁴ (siehe unter 2.)		15	10	90 ECTS			ja	
1.28 – 1.45	Studienschwerpunkt II ⁴ (siehe unter 2.)		15	10	90 ECTS			ja	

2. Übersicht über die Studienschwerpunktmodule

Modul Nr.	Modulbezeichnung (ggf. Teilmodule)	Art der Lehrveranstaltung	ECTS	SWS	Zulassung zum Modul	Zulassung zur Prüfung ¹	Art, Dauer der Prüfung, ggf. Teilleistung ^{1,3}	Benotung	ECTS Gewichtung
1.28	Compliance Management		15	10					2
1.28.1	Corporate Compliance			4			schrP 90–120	ja	6/15
1.28.2	Wirtschaftsstrafrecht			2			schrP 90–120	ja	3/15
1.28.3	Fall-/Projektstudien Compliance Management			2		TN=ZV	StA mit mdl. Präs. oder KI 90–120 min.	ja	6/15
1.29	Controlling		15	10					2
1.29.1	Controlling	SU, Ü		6			schrP 90–150	ja	9/15

¹ Das Nähere wird im Studienplan festgelegt.

² Zeit für Exkursion wird durch entsprechend entfallende Lehrveranstaltungen gewonnen.

³ Mindestens ausreichende Bewertung jeder Prüfungsleistung ist Voraussetzung für das Bestehen der Bachelor-Prüfung.

⁴ Eines der beiden Studienschwerpunktmodule (I oder II) muss Personalpsychologie oder Marktpsychologie sein.

Modul Nr.	Modulbezeichnung (ggf. Teilmodule)	Art der Lehrveranstaltung	ECTS	SWS	Zulassung zum Modul	Zulassung zur Prüfung ¹	Art, Dauer der Prüfung, ggf. Teilleistung ^{1,3}	Benotung	ECTS Gewichtung
1.29.2	Fall-/Projektstudien Controlling	SU, Ü, S, P, Ex ²		4		TN=ZV	StA mit mdl. Präs. oder Kl 90–120 min.	ja	6/15
1.30	Digitale Geschäftsmodelle und Entrepreneurship		15	10					2
1.30.1	Digitale Geschäftsmodelle und Entrepreneurship	BL, SU, Ü		6			schrP 90–150	ja	9/15
1.30.2	Fall-/Projektstudien Digitale Geschäftsmodelle und Entrepreneurship	BL, SU, Ü, S, P, Ex ²		4		TN=ZV	StA mit mdl. Präs. oder Kl 90-120 min.	ja	6/15
1.31	Einkauf und Qualitätsmanagement		15	10					2
1.31.1	Einkauf und Qualitätsmanagement	SU, Ü		6			schrP 90–150	ja	9/15
1.31.2	Fall-/Projektstudien Einkauf und Qualitätsmanagement	SU, Ü, S, P, EX ²		4		TN=ZV	StA mit mdl. Präs. oder Kl 90–120 min.	ja	6/15
1.32	Finance		10	15					2
1.32.1	Finanzmanagement	SU, Ü		6			schrP 90–150	ja	9/15
1.32.2	Fall-/Projektstudien Finanzmanagement	SU, Ü, S, P, Ex ²		4		TN=ZV	StA mit mdl. Präs. oder Kl 90-120 min.	ja	6/15
1.33	Human Resources Management		15	10					2
1.33.1	Human Resources Management	SU, Ü		6			schrP 90–150	ja	9/15
1.33.2	Fall-/Projektstudien Human Resources Management	SU, Ü, S, P, Ex ²		4		TN=ZV	StA mit mdl. Präs. oder Kl 90–120 min.	ja	6/15
1.34	Immobilienmanagement		15	10					2
1.34.1	Immobilienmanagement	SU, Ü		6			schrP 90–150	ja	9/15
1.34.2	Fall-/Projektstudien Immobilienmanagement	SU, Ü, S, P, Ex ²		4		TN=ZV	StA mit mdl. Präs. oder Kl 90–120 min	ja	6/15
1.35	Internationales Management	SU, Ü, S, P, Ex ²	15	10			schrP 90–150 und StA mit mdl. Präs. oder Kl 90–120 min.	ja	2

¹ Das Nähere wird im Studienplan festgelegt.

² Zeit für Exkursion wird durch entsprechend entfallende Lehrveranstaltungen gewonnen.

³ Mindestens ausreichende Bewertung jeder Prüfungsleistung ist Voraussetzung für das Bestehen der Bachelor-Prüfung.

⁴ Eines der beiden Studienschwerpunktmodule (I oder II) muss Personalpsychologie oder Marktpsychologie sein.

Modul Nr.	Modulbezeichnung (ggf. Teilmodule)	Art der Lehrveranstaltung	ECTS	SWS	Zulassung zum Modul	Zulassung zur Prüfung ¹	Art, Dauer der Prüfung, ggf. Teilleistung ^{1,3}	Benotung	ECTS Gewichtung
1.36	International Sales		15	10					2
1.36.1	International Sales	SU, Ü		6			schrP 90–150	ja	9/15
1.36.2	Fall-/Projektstudien International Sales	SU, Ü, S, P, EX ²		4		TN=ZV	StA mit mdl. Präs. oder KI 90–120 min.	ja	6/15
1.37	Markenmanagement und Recht		10	15					2
1.37.1	Markenmanagement	SU, Ü	2				schrP 90-120	ja	3/15
1.37.2	Rechtsfragen im Marketing	SU, Ü	4				schrP 90-120	ja	6/15
1.37.3	Fall-/Projektstudien Markenmanagement und Recht	SU, Ü, S, P, Ex ²	4			TN=ZV	StA mit mdl. Präs. oder KI 90-120 min.	ja	6/15
1.38	Marketing-konzeptionen		15	10					2
1.38.1	Marketing-konzeptionen	SU, Ü		6			schrP 90–150	ja	9/15
1.38.2	Fall-/Projektstudien Marketing-konzeptionen	SU, Ü, S, P, Ex ²		4		TN=ZV	StA mit mdl. Präs. oder KI 90–120 min.	ja	6/15
1.39	Marktpsychologie⁴		15	10					2
1.39.1	Marktpsychologie			6			schrP 90-150 oder Portfolioprüfung ^{A2}		9/15
1.39.2	Fall-/Projektstudien Marktpsychologie			4		TN= ZV	StA mit mdl. Präs.		6/15
1.40	Mittelstandsmanagement in der Unternehmenspraxis		15	10					2
1.40.1	Mittelstandsmanagement in der Unternehmenspraxis	SU, Ü		6			schrP 90–150	ja	9/15
1.40.2	Fall-/Projektstudien Mittelstandsmanagement in der Unternehmenspraxis	SU, Ü, S, P, Ex ²		4		TN=ZV	StA mit mdl. Präs. oder KI 90–120	ja	6/15
1.41	Modern Management Practice		15	10					2
1.41.1	Modern Management Practice			6			schrP 90–150	ja	9/15
1.41.2	Fall-/Projektstudien Modern Management Practice			4		TN=ZV	StA mit mdl. Präs. oder KI 90–120	ja	6/15

¹ Das Nähere wird im Studienplan festgelegt.

² Zeit für Exkursion wird durch entsprechend entfallende Lehrveranstaltungen gewonnen.

³ Mindestens ausreichende Bewertung jeder Prüfungsleistung ist Voraussetzung für das Bestehen der Bachelor-Prüfung.

⁴ Eines der beiden Studienschwerpunktmodule (I oder II) muss Personalpsychologie oder Marktpsychologie sein.

Modul Nr.	Modulbezeichnung (ggf. Teilmodule)	Art der Lehrveranstaltung	ECTS	SWS	Zulassung zum Modul	Zulassung zur Prüfung ¹	Art, Dauer der Prüfung, ggf. Teilleistung ^{1,3}	Benotung	ECTS Gewichtung
1.42	Nachhaltige Wertschöpfungsketten und digitale Ökonomie		10	15					2
1.42.1	Nachhaltige Wertschöpfungsketten und digitale Ökonomie		6				schrP 90–150	ja	9/15
1.42.2	Fall-/und Projektstudien Nachhaltige Wertschöpfungsketten und digitale Ökonomie		4			TN=ZV	StA mit mdl. Präs. oder Kl 90–120	ja	6/15
1.43	Personalpsychologie⁴		15	10					2
1.43.1	Personaldiagnostik, Personalentwicklung und aktuelle Herausforderungen der Personalpsychologie	SU, Ü		6			schrP 90–120 oder Portfolioprüfung ^{A3}	ja	9/15
1.43.2	Fall-/Projektstudien Personalpsychologie	SU, Ü, S, P, Ex ²		4		TN=ZV	StA mit mdl. Präs.	ja	6/15
1.44	Rechtsfragen des Personalmanagements		15	10					2
1.44.1	Personalwirtschaft	SU, Ü		2			schrP 90-120	ja	3/15
1.44.2	Rechtsfragen des Personalwesens	SU, Ü		4			schrP 90-120	ja	6/15
1.44.3	Fall-/Projektstudien Personalmanagement	SU, Ü, S, P, Ex ²		4		TN=ZV	StA mit mdl. Präs	ja	6/15
1.45	Restrukturierung und Insolvenz		15	10					2
1.45.1	Restrukturierung	SU, Ü		4			schrP 90–120	ja	6/15
1.45.2	Insolvenzrecht	SU, Ü		2			schrP 90–120	ja	3/15
1.45.3	Fall-/Projektstudien Restrukturierung und Insolvenz	SU, Ü, S, P, Ex ²		4		TN=ZV	StA mit mdl. Präs. oder Kl 90–120 min.	ja	6/15

¹ Das Nähere wird im Studienplan festgelegt.

² Zeit für Exkursion wird durch entsprechend entfallende Lehrveranstaltungen gewonnen.

³ Mindestens ausreichende Bewertung jeder Prüfungsleistung ist Voraussetzung für das Bestehen der Bachelor-Prüfung.

⁴ Eines der beiden Studienschwerpunktmodule (I oder II) muss Personalpsychologie oder Marktpsychologie sein.

3. Übersicht über das Praktische Studiensemester

Modul Nr.	Modulbezeichnung (ggf. Teilmodule)	Art der Lehrveranstaltung	ECTS	SWS	Zulassung zum Modul	Zulassung zur Prüfung ¹	Art, Dauer der Prüfung, ggf. Teilleistung ^{1,3}	Benotung	ECTS Gewichtung
1.46	Praktisches Studiensemester		30	6	90 ECTS				
1.46.1	Praxissemester	Praxissemester				TN	Praxisbericht	mE/oE	24/30
1.46.2	Praxisergänzende Vertiefung 1	SU, Ü, S, P, Ex ⁵		2		TN = ZV	1 prLN	mE/oE	2/30
1.46.3	Praxisergänzende Vertiefung 2	SU, Ü, S, P, Ex ²		2		TN = ZV	1 prLN	mE/oE	2/30
1.46.4	Praxisergänzende Vertiefung 3	SU, Ü, S, P, Ex ²		2		TN = ZV	1 prLN	mE/oE	2/30

A1) Drei Teilleistungen, davon zwei schriftliche Hausarbeiten von insgesamt nicht mehr als zwei bis drei Aufgabenstellungen pro Hausarbeit und eine schriftliche Klausur von 90 min.

A2) Drei Teilleistungen, davon zwei schriftliche anwendungsorientierte, praktische Hausarbeiten von insgesamt nicht mehr als 5 Seiten pro Hausarbeit und eine schriftliche Klausur von 60 min.

A3) Drei Teilleistungen, davon zwei als schriftliche Projektarbeit, wovon eine Projektarbeit maximal 5 Seiten und die andere maximal 10 Seiten umfasst, und eine schriftliche Klausur von 60 min.

Erläuterungen und Abkürzungen:

AWPM	Allgemeinwissenschaftliche Wahlpflichtmodul	P	Praktikum
B	Bachelor	Präs.	Präsentation
BA	Bachelorarbeit	prLN	Praktischer Leistungsnachweis
Ex	Exkursion	RaPO	Rahmenprüfungsordnung
FWPM	Fachbezogene Wahlpflichtmodul	S	Seminar
gem.	gemäß	schr	schriftlich
GewE	Gewicht der Fachendnote bei Bildung der Prüfungsgesamtnote	schrP	schriftliche Prüfung
KI	Klausur	SPO	Studien- und Prüfungsordnung
LN	Leistungsnachweis	StA	Studienarbeit
LV	Lehrveranstaltung	SU	seminaristischer Unterricht
mdl.	mündlich(er)	SWS	Semesterwochenstunden
mE	mit Erfolg abgelegt	T	Teil
oE	ohne Erfolg abgelegt	TN	Teilnahmenachweis
		Ü	Übung
		ZV	Zulassungsvoraussetzung

¹ Das Nähere wird im Studienplan festgelegt.

² Zeit für Exkursion wird durch entsprechend entfallende Lehrveranstaltungen gewonnen.

³ Mindestens ausreichende Bewertung jeder Prüfungsleistung ist Voraussetzung für das Bestehen der Bachelor-Prüfung.

⁴ Eines der beiden Studienschwerpunktmodule (I oder II) muss Personalpsychologie oder Marktpsychologie sein.

Anlage 2 zur Studien- und Prüfungsordnung für den **Bachelorstudiengang Wirtschaftspsychologie** an der Technischen Hochschule Aschaffenburg

1. Übersicht über die Prüfungsinhalte der theoretischen Studiensemester

Modul Nr.	Modulbezeichnung (ggf. Teilmodule)	Prüfungsinhalte
1.1	Grundlagen der Betriebswirtschafts- und Organisationslehre	<ul style="list-style-type: none"> • Historie und Konzepte der Managementlehre, Aufgaben und Rollen des Managements, Grundzüge Corporate Governance, 7-S-Modell, Economies of scale, scope & density, Motivationstheorie von Maslow/Herzberg, Big Five der Persönlichkeit, Handlungskompetenz, Güter/Dienstleistungen und Doppelt-geknickte Preisabsatzfunktion und Konsumentscheidungen, Kostenbegriffe und -verläufe und Rechnungen zur Produktivität, Wirtschaftlichkeit, Rentabilität, Break-Even-Rechnung. Inventar/Inventur/Bilanz, Entscheidungsorientierte BWL und Erwartungswertberechnung, Unternehmensziele, Rechtsformen und Rechtsformwahl • Begriff und Theorie der Organisation, economies of scale, scope, density, Kosiol'sche Gestaltungsanalyse, Stellen- und Stellenbeschreibung, Org.strukturen und Formen, insbes. Funktional- und Divisionalorga, Stäbe und Linien, Einlinien-/Mehrlinienorga, Hierarchie, Programme, Selbstabstimmung, Matrixorga, Netzwerke, Grundzüge und Bedeutung U'kulturalanalyse und Change
1.2	Wirtschaftsmathematik	<ul style="list-style-type: none"> • Mathematische Grundkenntnisse • Funktionen mit einer und mehreren unabhängigen Variablen • Ökonomische Anwendung von Funktionen • Differentiationsregeln • Kurvendiskussion • Partielle Ableitungen auch höherer Ordnung • Extremwertbestimmung unter Nebenbedingungen • Lagrange-Ansatz • Grundregeln der Integralrechnung • Methoden der Zinsrechnung • Renten- und Tilgungsrechnung • Grundlagen der Investitionsrechnung • Renditerechnung
1.3	Marketing	<ul style="list-style-type: none"> • Grundzüge der marktorientierten Unternehmensführung / Marketing-Einführung • Grundlagen der Situationsanalyse • Wettbewerbsanalyse • Ressourcenanalyse • Einflussfaktoren des Kundenverhaltens • Prozess der Marktsegmentierung • Der Einsatz von Marketing Intelligence im Rahmen der Situationsanalyse • Übergreifende Situationsanalyse • Elemente der marktorientierten Strategieplanung • Produktpolitik • Preispolitik • Kommunikationspolitik • Distributionspolitik
1.4	Allgemeinwissenschaftliches Wahlpflichtmodul	
1.4.1	Allgemeinwissenschaftliches Wahlpflichtfach 1	siehe aktuellen Studienplan
1.4.2	Allgemeinwissenschaftliches Wahlpflichtfach 2	siehe aktuellen Studienplan

Modul Nr.	Modulbezeichnung (ggf. Teilmodule)	Prüfungsinhalte
1.5	Kommunikation, Selbst- und Teammanagement	<ul style="list-style-type: none"> • Kommunikation <ul style="list-style-type: none"> - Grundlagen - Wirkung von Stimme und Körpersprache - Gesprächsführung und -techniken - Argumentations- und Überzeugungstechniken • Moderation <ul style="list-style-type: none"> - Grundlagen - Rolle des Moderators - Moderationstools und -technik - Praxisbeispiele und besondere Herausforderungen • Selbstmanagement <ul style="list-style-type: none"> - Grundlagen - Sichten - Strukturieren - Aufbereiten - Abspeichern - Stress bewältigen - Nützliche IT-Tools • Präsentation <ul style="list-style-type: none"> - Erfolgsfaktoren & Stolperfallen einer Präsentation - Storytelling - Tipps und Hinweise für Powerpoint • Teammanagement <ul style="list-style-type: none"> - Grundlagen - Erfolgsfaktoren und Herausforderungen der Teamarbeit - Teamentwicklung - Kommunikation im Team - Kreativitätstechniken
1.6	Grundlagen der Psychologie	<ul style="list-style-type: none"> • Historische Wurzeln und Entwicklung der Psychologie als empirische Wissenschaft • Unterschiedliche Perspektiven und Disziplinen der Psychologie • Methoden der Psychologie • Aufbau des Gehirns • Aufbau und Funktionsweise der Nervenzellen • Grundlagen des Nerven- und endokrinen Systems • Prinzipien der Wahrnehmung • Wahrnehmungsverarbeitung in den Sinnesorganen • Bewusstsein und Aufmerksamkeit • Denken und Problemlösen • Aufbau und Funktionsweise des Gedächtnisses • Wissensrepräsentation: Lernen, Behalten, Vergessen
1.7	Rechnungswesen	<ul style="list-style-type: none"> • Einführung in das betriebliche Rechnungswesen • Grundlagen der Finanzbuchhaltung • Buchung von Geschäftsvorfällen (Umsatzsteuer, Sachanlagevermögen, Forderungen aus Lieferungen und Leistungen, Darlehen, Rückstellungen) • Bilanzierung (Grundlagen des Jahresabschlusses, Bilanzansatzvorschriften, Bewertungsvorschriften, Ausweisvorschriften) • Grundlagen der Jahresabschlussanalyse • Kosten- und Leistungsrechnung (KLR): Grundlagen des Internen Rechnungswesens und Abgrenzung zum Externen Rechnungswesen, Kostenartenrechnung, Kostenstellenrechnung, Kostenträgerrechnung, Betriebsergebnisrechnung, Deckungsbeitragsrechnung

Modul Nr.	Modulbezeichnung (ggf. Teilmodule)	Prüfungsinhalte
1.8	Personalmanagement und Mitarbeiterführung	<ul style="list-style-type: none"> • Personalmanagement: Einordnung, Begriffsbestimmungen und Grundlagen • Unternehmensstrategie und Personalmanagement • Personalplanung • Personalgewinnung • Personaleinsatz • Personalentwicklung • Personalerhaltung • Führungstheorien • Führungsinstrumente • Motivation • Führen in und von Teams • Vorstellungen guter Führung: Implizite Führungstheorien
1.9	Finanz- und Investitionswirtschaft	<p>Teil Finanzwirtschaft:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Leverage-Effekt und Verschuldungsgrad, Anwendung auf finanzwirtschaftliche Fragestellungen • Finanzwirtschaftliche Grundbegriffe, Ziele und Instrumente • Kapitalmärkte und Börsen • Abgrenzung und Systematisierung verschiedener Finanzierungsarten • Grundlagen der Innenfinanzierung (u.a. stille und offene Selbstfinanzierung, Abschreibungsfinanzierung und Kapazitätserweiterung) • Kapitalerhöhungen und Grundlagen der Beteiligungsfinanzierung (u.a. Bezugsrechtehandel, bilanzielle Abbildung, Verwässerungseffekt und Operation Blanche) • Anwendung der Innen- und Außenfinanzierung auf finanzwirtschaftliche Fragestellungen • Grundlagen und Differenzierung unterschiedlicher Formen der Kreditfinanzierung • Kreditwürdigkeit, Rating(agenturen) und Kreditsicherheiten • Grundlagen zu festverzinslichen Wertpapieren (Anleihen) <p>Teil Investitionsrechnung:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Differenzierung und Systematisierung unterschiedlicher Arten der Investitionsrechnung • Grundlagen statischer Investitionsrechenverfahren (u.a. der Kosten- und Gewinnvergleichsrechnung, der Rentabilitätsvergleichsrechnung und der statischen Amortisationsrechnung) • Grundlagen der dynamischen Investitionsrechnung (u.a. der Kapitalwertmethode und daraus abgeleiteter Formen und der Internen Zinssatzmethode) • Nutzungsdauer- und Ersatzinvestitionsproblematik
1.10	Sozialpsychologie	<ul style="list-style-type: none"> • Soziale Wahrnehmung • Heuristiken als besondere Form sozialer Informationsverarbeitung • Selbstkonzept und soziale Identität • Beurteilung des eigenen Handelns • Einstellungen und Einstellungsänderung • Strategien sozialer Einflussnahme • Wesensmerkmale, Funktionen und Entwicklung von Gruppen • Leistung in Gruppen • Meinungsbildung und Entscheidungsfindung in Gruppen • Beziehungen zwischen Gruppen • Kultur und kulturelle Unterschiede • Begegnungen im interkulturellen Kontext

Modul Nr.	Modulbezeichnung (ggf. Teilmodule)	Prüfungsinhalte
1.11	Arbeits- und Organisationspsychologie	<ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen der Arbeits- & Organisationspsychologie: Begriffe, Fragestellungen, Anwendungsfelder • Organisation: Organisationskultur, -entwicklung & Change • Teams und ihre Entwicklung • Arbeitsanalyse und -gestaltung • Arbeitszufriedenheit und Arbeitsmotivation • Teleworking/ Telekooperation • Arbeit und Gesundheit • Personalmanagement aus psychologischer Perspektive: Personalauswahl und -entwicklung • New Work
1.12	Motivation und Handeln	<ul style="list-style-type: none"> • Zentrale Begriffe der Motivation und historische Motivationsmodelle • Kategoriale und dimensionale Emotionsmodelle sowie Grundlagen der Emotionsregulation • Grundlagen des neuronalen Belohnungssystems • Physiologische, Psychologische und Soziale Bedürfnisse • Klassische und Operante Konditionierung • Intrinsische und extrinsische Motivation, Selbstbestimmungstheorie und Erlernete Hilflosigkeit • Theorien und Forschungsergebnisse zur impliziten vs. explizite Motiven sowie Annäherungs- vs. Vermeidungsmotivation • Volition und Handlungsregulation

Modul Nr.	Modulbezeichnung (ggf. Teilmodule)	Prüfungsinhalte
1.13	Wirtschaftsprivatrecht	<ul style="list-style-type: none"> • Juristisches Denken • Juristische Methodenlehre • Methodik der Fallbearbeitung inkl. Gutachtentechnik • Grundlagen des Privatrechts (Rechtssubjekte, Rechtsobjekte, Einwendungen, Einreden, Aufbau der Rechtsordnung) • Einteilung der Rechtsgeschäfte • Willenserklärung (Abgrenzung, Tatbestand, Auslegung, Wirksamwerden durch Abgabe und Zugang) • Zustandekommen von Verträgen • Beendigung von Verträgen durch Kündigung • Wirksamkeitsvoraussetzungen des Rechtsgeschäfts (Geschäftsfähigkeit, Geschäftsunfähigkeit, beschränkte Geschäftsfähigkeit, Form, inhaltliche Schranken, Teilnichtigkeit, Umdeutung und Bestätigung) • Willensmängel (bewusste Willensmängel; Anfechtung aufgrund Irrtums, arglistiger Täuschung und widerrechtlicher Drohung) • Bedingte, befristete und zustimmungsbedürftige Rechtsgeschäfte • Stellvertretung inkl. rechtsgeschäftlicher, gesetzlicher / organschaftlicher Stellvertretung • Fristberechnung • Verjährung • Grundzüge des Mobilien- und Immobiliensachenrechts einschließlich des Trennungs- und des Abstraktionsprinzips und Verfügungsbegriff • Kreditsicherheiten • Ansprüche aus dem Eigentum • Leistungs- und Nichtleistungskondition • Wirkung von und Pflichten aus vertraglichen und gesetzlichen Schuldverhältnissen • Erfüllung und Aufrechnung • Rechtsfolgen von Pflichtverletzungen inkl. Unmöglichkeit, Verzug, Gewährleistungsrecht im Kauf-, Werk- und Mietrecht • Fernabsatz- und Verbrauchsgüterkaufrecht • Recht der allgemeinen Geschäftsbedingungen • Abtretung von Rechten • Grundlagen des Deliktsrechts • Grundlagen des Arbeitsrechts • Grundlagen des Handels- und des Gesellschaftsrechts
1.14	Unternehmensführung	<p>Agile Führungsarbeit</p> <ul style="list-style-type: none"> • Einführung in die Agile Organisation • Auseinandersetzung mit der agilen Denkhaltung • Übersicht agiler Methoden • Anwendung und Reflexion von Design Thinking • Anwendung und Reflexion von SCRUM <p>Nachhaltigkeit im Unternehmen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Definition und Einordnung des Nachhaltigkeitsbegriffs • Berufsbilder für Wirtschaftspsychologen im Bereich Nachhaltigkeit • Anwendungsfelder der Umweltpsychologie • Grundlagen des Nachhaltigkeitsmanagements • Politische Rahmenbedingungen und Richtlinien • Konzepte zur Umsetzung von CSR-Maßnahmen • Interne und externe Nachhaltigkeitskommunikation

Modul Nr.	Modulbezeichnung (ggf. Teilmodule)	Prüfungsinhalte
1.15	Statistik	<ul style="list-style-type: none"> • Aufgaben und Ziele der Statistik • Wichtige Grundbegriffe und Grundlagen der deskriptiven und induktiven Statistik • Aufbereitung und grafische Darstellung von Daten • Berechnung und Interpretation von Lage-, Streuungs- und Konzentrationsmaßen • Messung von statistischen Zusammenhängen mit Hilfe von Regressions- und Korrelationsanalysen • Konzepte der Wahrscheinlichkeitsrechnung • Theoretische Verteilungen von Zufallsvariablen • Grundlegende Methoden der schließenden Statistik durch Einführung in Testverfahren, Punkt- und Intervall-schätzungen • Testverfahren: Varianzanalyse, T-Test, Faktorenanalyse
1.16	Grundlagen der Volkswirtschaftslehre	<ul style="list-style-type: none"> • Grundzüge Corporate Governance als mikroökonomische Theorie und Praxis der Gestaltung der Führungsorganisation • Trennung von Eigentum und Verfügungsgewalt • Informationsasymmetrie, moral hazard, residual loss, monitoring, bonding • Mikroökonomische Theorie und Praxis des unternehmerischen Personalmanagements: Arbeitsmärkte, interner, externer und betriebsnaher Arbeitsmarkt, signaling, screening und adverse selection am Arbeitsmarkt, Karriere und Karriereforschung, psychologische Verträge, relationale Vergütung • Gütermarkt: Funktionaler, positionaler und imaginativer Güterwert in Theorie und Anwendungsbeispielen • Einführung in die Mikroökonomie • Grundlagen der Haushaltstheorie • Theorie der Unternehmung • Funktionsweise von Märkten • Wohlfahrtstheorie • Öffentliche Güter • Externe Effekte • Gütereigenschaften • Marktversagen • Die zentralen Annahmen der Neoklassik • Homo Oeconomicus • Das Problem der asymmetrischen Informationen • Der Markt als überlegene Koordinationsform und die Realität unvollkommener Märkte • Institutionenökonomie • Verhaltensökonomie • Spieltheorie
1.17	Medienpsychologie	<ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen der Medienpsychologie: Begriffe, Fragestellungen, Anwendungsfelder • Medienwahl und Mediennutzung: Theorien und Befunde • Medienwirkungen: Modelle und Befunde zu Medienwirkungen auf unterschiedlichen Ebenen (Kognitionen, Emotionen, Verhalten) • Medien im Kontext von Individuum und Gesellschaft (Medienkompetenz, Medien in Wirtschaft und Politik) • Anwendungsfelder der Medienpsychologie (u.a. Marketing/ Werbung, E-HRM/ virtuelle Zusammenarbeit) • Psychologische Phänomene bei Social Media

Modul Nr.	Modulbezeichnung (ggf. Teilmodule)	Prüfungsinhalte
1.18	Fachsprache Englisch	<ul style="list-style-type: none"> • GER-Fertigkeiten Leseverständnis, Hörverständnis, Schreiben, Sprechen, Sprachmittlung auf Niveau B2+ bis C1 • Fachvokabular Wirtschaftspsychologie in der Zielsprache • Englischsprachige Geschäftskorrespondenz (z. B. Emails, Briefe) • Verfassen verschiedener schriftlicher Textsorten auf Englisch (z. B. Zusammenfassungen, Berichte, Blogs etc.) • Präsentationen, Telefonate, Videokonferenzen, Interviews, Besprechungen und Verhandlungen auf Englisch • Fallstudien, Rollenspiele und Simulationen in der Zielsprache • Benennen, Beschreiben und Interpretieren von Definitionen, Modellen, Theorien, Konzepten, Sachverhalten und Trends aus Betriebswirtschaft, Ökonomie, allgemeiner Psychologie und Wirtschaftspsychologie in der Zielsprache • Englischsprachige Artikel aus der Fachpresse
1.19	Strategisches Management und Change	<ul style="list-style-type: none"> • Begriff Change Management • Bedeutung Change Management • Arten von Wandel • Anlässe von Wandel • Gründe für unterlassenen Wandel • Arten von Widerständen • Ursachen für Widerstände • Modelle des Change Managements • Erfolgsfaktoren des Change Managements und deren Anwendung
1.20	Vertragsmanagement und Mediation	<p>Vertragsmanagement:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Definition und Inhalte des Vertragsmanagements • Funktion und Bedeutung von Verträgen, Grenzen der Vertragsfreiheit (Jus cogens / jus dispositivum) • Stadien und Inhalte der Vertragsplanung (Strategie, Planungsfaktoren, Risikobewertung, Zusammenarbeit), Vertragsdesign (Vorbereitung, Werkzeuge Elemente, Inhalt), • Umsetzung von Sachpositionen in Rechtspositionen in Kauf-, Werk-, Darlehens- und Dienstvertrag • Vertragsverhandlung (Strategie, Psychologische Faktoren, Strategische Modelle, Stil, Organisation, Leitung, Ablauf, Moderation schwieriger Situationen), • Vertragsdurchführung, Vertragscontrolling, • Aufbau englischer Verträge, • Anwendungsbereich und Sinn digitaler Vertragsmanagementtools <p>Mediation:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Inhalt und Ablauf einer Mediation • Die fünf Phasen der Mediation • Grundprinzipien der Mediation • Analyse Konflikt und Kommunikationsverhalten in der Mediation • Schutz von Thun, Die vier Seiten einer Nachricht • Abgrenzung Mediation zu anderen alternativen Streitbelegungsverfahren • Die Bedürfnispyramide von Maslow in der Mediation • Aktives Zuhören als Konfliktmanagementmethode • Mediation und Recht • Weitere Kommunikations- und Konfliktmanagementmethoden (reframing, Feedbackregeln)

Modul Nr.	Modulbezeichnung (ggf. Teilmodule)	Prüfungsinhalte
1.21	Behavioral Finance	<ul style="list-style-type: none"> • Entwicklung der wirtschaftswissenschaftlichen Sichtweisen und Entscheidungstheorien • Modelle und Grenzen der neoklassischen Kapitalmarkttheorie • Bewertungsansätze als Basis finanzwirtschaftlicher Entscheidungen • Spekulative Blasen, Kapitalmarktanomalien, Schwarzer Schwan • Grundlagen der Finanzpsychologie • Prospect Theory • Informationsverarbeitung und Heuristiken • Werte und Entscheidungs rationalität • Rationalitätsgefährdende Motive des Menschen • Verhalten in der Gruppe • Merkmale von Entscheidungssituationen und Entscheidungsarten • Entscheidungen nach Nutzen, Präferenz, Zielen unter Unsicherheit • Emotionen und Denkprozesse bei Entscheidungen
1.22	Kauf- und Werbe psychologie	<ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen der Werbe-, Kauf-, Konsum- und Markenpsychologie • Wahrnehmung, Aktivierung und Informationsverarbeitung in Bezug auf Konsum und Werbung • Bedeutung und Rolle von Lernen und Gedächtnis für Kaufentscheidungen und Werberezeption • Bedeutung und Rolle von Emotionen, Motivation und Einstellungen für Kaufentscheidungen und Werberezeption • Auswirkungen der sozialen Wahrnehmung, sozialer Vergleiche und sozialer Klassen auf Kaufentscheidungen und Werberezeption • Werbegestaltungen und Kaufentscheidungen analysieren und optimieren
1.23	Einführung in die empirische Psychologie und Sozialforschung	<ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen der Wissenschaftstheorie • Grundlagen des wissenschaftlichen Arbeitens • Datenschutzrechtliche und forschungsethische Grundprinzipien der empirischen Forschung • Phasen einer empirisch psychologischen Studie • Quantitative Methoden und Forschungsfelder • Qualitative Methoden und Forschungsfelder • Mixed Methods • Versuchsdurchführung: Experimente (Feld und Laborexperimente, Onlineexperimente), Beobachtungen, Fallstudien, Interviews, Fragebögen • Querschnitt- und Längsschnittverfahren, Panel Daten • Metaanalysen und Systematische Reviews • Literaturrecherche • Normen des wissenschaftlichen Schreibens im Fach Psychologie
1.24	Fachwissenschaftliches Wahlpflichtmodul I	siehe aktuellen Studienplan
1.25	Fachwissenschaftliches Wahlpflichtmodul II	siehe aktuellen Studienplan
1.26	Fall-/Projektstudien Wirtschaftspolitik und internationale Wirtschaftsbeziehungen	<ul style="list-style-type: none"> • Aktuelle Probleme der Wirtschaftspolitik • Geldpolitik • Fiskalpolitik • Internationale Ökonomie • Umweltpolitik • Finanzmärkte • Wettbewerbspolitik • Marktstudien

Modul Nr.	Modulbezeichnung (ggf. Teilmodule)	Prüfungsinhalte
1.27	Bachelorarbeit	
1.27.1	Workshop Wissenschaftliches Arbeiten	<ul style="list-style-type: none"> • Methoden zur Literaturrecherche • Auswertung wissenschaftlicher Literatur • Zitation/Zitiertechniken und Gestaltung von Literaturverzeichnissen • Beachtung der Standards wissenschaftlicher Arbeitsweise • Empirische Methoden • Struktur einer wissenschaftlichen Arbeit
1.27.2	Bachelorarbeit	Problemstellung aus dem Studiengang, die selbständig mit wissenschaftlichen Methoden und nach wissenschaftlichen Regeln zu bearbeiten ist

2. Übersicht über die Prüfungsinhalte der Studienschwerpunkte

Modul Nr.	Modulbezeichnung (ggf. Teilmodule)	Prüfungsinhalte
1.28	Compliance Management	
1.28.1	Corporate Compliance	<p>Rechtsfragen der Compliance</p> <ul style="list-style-type: none"> • Gesellschaftliche u. juristische Verantwortung von Unternehmen (CSR) • Haftung und Verantwortlichkeiten im Unternehmen • Compliance-Anforderungen anderer Rechtsordnungen (Überblick) • Schutz von Hinweisgebern (Whistleblowing) • Exportkontrolle (ua Dual-Use, Sanktionen) • Compliance in der Lieferkette • Arbeits- und sozialversicherungsrechtliche Compliance • Kartellrechts-Compliance • Datenschutz und Compliance • AWV-Meldepflichten <p>Compliance Management Systeme und Product Compliance</p> <ul style="list-style-type: none"> • Aufbau von betrieblichen Compliance Management Systemen • Compliance Management System nach ISO 37301:2021 • Compliance Management Kultur in Unternehmen • Grenzüberschreitende Product Compliance • Product Compliance: Regulierung, Normung und Zertifizierung • Betrieblicher Produktentwicklungsprozess • Compliance im Risikomanagement
1.28.2	Wirtschaftsstrafrecht	<ul style="list-style-type: none"> • Allgemeiner Teil des Strafrechts • Wirtschaftsstraftaten, insbesondere <ul style="list-style-type: none"> - Betrugsstraftaten - Untreue - Geldwäsche - Korruptionsstraftaten - Geheimnisausspähung und -verrat - Steuerdelikte - Insolvenz- und Bilanzstraftaten - Kapitalmarktdelikte • Ablauf eines Wirtschaftsstrafverfahrens
1.28.3	Fall-/Projektstudien Compliance Management	<ul style="list-style-type: none"> • Seminararbeit zu betriebswirtschaftlichen oder rechtlichen Fragestellungen aus dem Compliance sowie Wirtschaftsstrafrecht auf wissenschaftlicher Basis • Präsentation der wissenschaftlichen Arbeit, Verteidigung der Untersuchungsergebnisse sowie Durchführung einer vorbereiteten Diskussionsrunde

Modul Nr.	Modulbezeichnung (ggf. Teilmodule)	Prüfungsinhalte
1.29	Controlling	
1.29.1	Controlling	<ul style="list-style-type: none"> • Instrumente des funktionsorientierten Controllings • Instrumente des funktionsübergreifenden Controllings unter besonderer Berücksichtigung des wertorientierten Controllings
1.29.2	Fall-/Projektstudien Controlling	<ul style="list-style-type: none"> • Vertiefung der Inhalte aus dem Modul 1.29.1 „Controlling“, • Auseinandersetzung mit aktuellen Fragestellungen des Controllings in Theorie und Praxis
1.30	Digitale Geschäftsmodelle und Entrepreneurship	
1.30.1	Digitale Geschäftsmodelle und Entrepreneurship	<ul style="list-style-type: none"> • Erlernen unterschiedlicher Trends und Techniken zur Auseinandersetzung mit diesen • Auseinandersetzung mit und Anwendung von existierenden Digitalprinzipien • Auseinandersetzung mit der Ausgestaltung und dem Wert innovativer sowie nachhaltiger Geschäftsmodelle • Anwendung unterschiedlicher Kreativitäts- sowie Innovationsmethoden entlang des Innovationsprozesses <p>„Entrepreneurship und PropTechs“:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Grundlegende Einblicke in die praktischen und theoretischen Perspektiven digitaler Geschäftsmodelle in der Immobilienwirtschaft • Verständnis über die Anatomie von Projektteams/Startups und wie diese ein digitales Geschäftsmodell initiieren, finanzieren, betreiben und ggf. veräußern • Verständnis über den Aufbau eines Pitch-Decks und eines Businessplan für die Umsetzung eines digitalen Geschäftsmodells • Verbesserung der Fähigkeiten zur Falllösung und Präsentation
1.30.2	Fall-/Projektstudien Digitale Geschäftsmodelle und Entrepreneurship	
1.31	Einkauf und Qualitätsmanagement	
1.31.1	Einkauf und Qualitätsmanagement	<ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen des Qualitätsmanagements • Grundlagen von Kaizen • Grundlagen des Lean Managements • Grundlagen SixSigma • DIN EN ISO 9000-Familie • Interne Audits bei der DIN EN ISO 9001 • Aachener Qualitätsmanagementmodell (AQM) • Umsetzung des AQM • Fehler-Möglichkeiten-Einfluss-Analyse (FMEA) • Anwendung Shopfloor Management • Projektmanagementmethode PRINCE2 • Risikomanagement <ul style="list-style-type: none"> • Ursachen und Erläuterungen für die zunehmende Relevanz der Beschaffungsfunktion in Unternehmen • Grundlagen des Beschaffungsmanagements • Grundlagen des Lieferantenmanagements • Grundlagen des Beschaffungsportfolio-Managements • Grundlagen von Make-or-Buy-Entscheidungen • Methoden der Beschaffungsplanung • Analyse von Beschaffungsmärkten • Digitalisierung von Beschaffungsprozessen • Für die Beschaffung relevante Nachhaltigkeitsaspekte
1.31.2	Fall-/Projektstudien Einkauf und Qualitätsmanagement	Durchführung von Projekten und Anwendung der Methoden aus Modul 1.31.1

Modul Nr.	Modulbezeichnung (ggf. Teilmodule)	Prüfungsinhalte
1.32	Finance	
1.32.1	Finanzmanagement	<p>Teil Risikomanagement:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Rendite- und Risikokennzahlen: Berechnung, Interpretation und Anwendung in der betrieblichen Praxis • Grundlagen verschiedener Risikomanagementansätze • Zinsänderungsrisiken (u.a. Zinsstrukturkurve, Spot und Forward Rates, Bootstrapping) • Berechnung und Anwendung der Duration und darauf aufbauender Überlegungen • Grundlagen von Termingeschäften (u.a. Forwards, Futures und Optionen) • Interpretation und Anwendung derivativer Absicherungsinstrumente • Bewertung von Zinsswaps • Optionspreismodelle und Bewertung auf Basis von Binomialmodellen sowie dem Black-Scholes-Ansatz • Anwendung von Absicherungsstrategien gegen Zins- und Wechselkursrisiken in der betrieblichen Praxis • Zertifikate (u.a. Grundlagen und Wechselwirkungen) • Modernes Risikomanagement und Anwendung verschiedener Methoden zur Berechnung von VaR und CVaR (u.a. Monte-Carlo-Simulation und Varianz-Kovarianzansatz) • Risikoattribution und Zerlegung im Portfoliokontext (u.a. Component- und Marginal-CVaR) <p>Teil Kreditmanagement:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Abgrenzung des Kreditmanagements • Theorie der Kapitalstruktur • Vergabeentscheidungen • Analyse von Kreditrisiken (Kreditscoringverfahren, Diskriminanzanalyse) • Komponenten des Kreditvertrages • Kreditformen • Bestimmung des Kreditzinses • Kreditsicherheiten und Zusatzvereinbarungen • Analyse von Kreditportfoliorisiken (CreditMetrics und CreditRisk+) • Steuerung von Kreditrisiken • Kreditderivate • Verbriefungen <p>Teil Asset Management:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Absolute und relative Ziele des Asset Managements • Organisation des Investment Researchs • Prognoseverfahren am Kapitalmarkt • Portfolioselektionsmodell nach Markowitz • Capital Asset Pricing Model • Kapitalmarktklinie • Wertpapierlinie / Beta-Koeffizient • New Finance • Absolute und relative Kennzahl der Performancemessung
1.32.2	Fall-/Projektstudien Finanzmanagement	<ul style="list-style-type: none"> • Anwendung wissenschaftlicher Methoden auf aktuelles Problem des Finanzmanagements oder der Finanz- und Kapitalmärkte • Eigenständige und Systematische Analyse und Bewertung • Nachvollziehbare Aufbereitung und Präsentation

Modul Nr.	Modulbezeichnung (ggf. Teilmodule)	Prüfungsinhalte
1.33	Human Resources Management	
1.33.1	Human Resources Management	<ul style="list-style-type: none"> • Strategisches Personalmanagement und Personalplanung, Organisation der Personalabteilung, HR-Portfolio, Berufslebenszyklus, Demografie und MA-Generationen, Kernkompetenz, Arbeitsmarktanalyse, Professionalisierung des HRM, Wiederbeschaffungskosten, BGM, Personalmarketing und Employerbranding, Vergütung, Personalentwicklung, Recruiting, Active Sourcing, Auswahl und AC, Onboarding • Arbeitsrecht - Vertiefung ausgewählter Themenfelder des Individualarbeitsrechts unter Berücksichtigung der Bezüge zum Sozialversicherungsrecht, insbesondere: <ul style="list-style-type: none"> - Grundlagen des Arbeitsrechts, - Parteien des Arbeitsrechts, - Begründung des Arbeitsverhältnisses, - Inhalt des Arbeitsverhältnisses, - Störungen im Arbeitsverhältnis, - Beendigung des Arbeitsverhältnisses. - Vertiefung ausgewählter Themenfelder des kollektiven Arbeitsrechts, insbesondere: <ul style="list-style-type: none"> - Koalitionsfreiheit und Verbände, - Tarifvertragsrecht und Tarifnormen, - Arbeitskampf und Schlichtungsrecht, - Betriebsverfassungsrecht, - Mitbestimmung im Unternehmen.
1.33.2	Fall-/Projektstudien Human Resources Management	Themen aus 1.32.1

Modul Nr.	Modulbezeichnung (ggf. Teilmodule)	Prüfungsinhalte
1.34	Immobilienmanagement	
1.34.1	Immobilienmanagement	<p>Bewertung:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen der Wertlehre • Wertbegriffe und deren Definition • Berufsständische Organisationen der Grundstückssachverständigen (national und international) • Grundlagen des Wertermittlungs- und Sachverständigenrechts • Nationale Wertermittlungsverfahren in Deutschland, insbesondere rechtlich normierte Verfahren • Aktuelle Entwicklungen in der Grundstücksbewertung <p>Immobilienrecht:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen des Immobilienrechts: Arten von Eigentum, Definition eines Grundstücks, relevante Verträge und Vertragspartner • Das Grundbuch Inhalt und Aufbau, tragende Prinzipien • Trennungs- und Abstraktionsprinzip am Beispiel des Immobilienkaufvertrages • Inhalt und Ablauf einer Immobilientransaktion mit besonderem Fokus auf die Aufgaben des Notars • Grundlagen Grundschuld • Grundlagen Mietrecht • Grundlagen Maklerrecht • Verdeutlichung aller Kursinhalte anhand einer alle Themen umgreifenden Fallstudie <p>Immobilieninvestition:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Besonderheiten der Immobilie und Differenzierung von Immobilienmärkten <ul style="list-style-type: none"> - Die Immobilie als besonderes Wirtschaftsgut - Differenzierung der Immobilienmärkte - Bestimmungsfaktoren des Preises vermieteter Immobilien • Bestimmungsfaktoren einzelner Nutzungsarten • Investitionsverhalten bestimmter Investorengruppen <ul style="list-style-type: none"> - Die Direktinvestition - Geschlossene Immobilienfonds - Offene Immobilienfonds - Immobilien Spezialfonds - Versicherungen und Pensionskassen - Reits - Investitionsrechenmodell und Portfoliomanagement • Immobilienmärkte im Produktlebenszyklus <ul style="list-style-type: none"> - Projektentwicklung - Finanzierung • Aktuelle Themen auf deutschen Immobilienmärkten
1.34.2	Fall-/Projektstudien Immobilienmanagement	<ul style="list-style-type: none"> • Ausarbeiten eines ganzheitlichen Konzeptes im Immobilienmanagement für ein vorgegebenes Objekt oder Fachthema • Präsentieren und Diskutieren der Ergebnisse aus der Seminararbeit durch Nutzung unterschiedlicher Medientechnik
1.35	Internationales Management	siehe Studienordnung der jeweiligen Hochschule

Modul Nr.	Modulbezeichnung (ggf. Teilmodule)	Prüfungsinhalte
1.36	International Sales	
1.36.1	International Sales	<p>International Contracting: Grundlagen und Grundbegriffe des internationalen Vertragsrechts am Beispiel des UN-Kaufrechts, insbesondere:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Entstehungsgeschichte und wirtschaftliche Bedeutung des CISG • Aufbau und Regelungslücken • Vor- und Nachteile des CISG • Anwendungsbereich und Voraussetzungen, insbesondere persönlich, zeitlich, räumlich • Ausschluss des CISG • Allgemein Bestimmungen des CISG, insbes. Art. 7 ff • Vertragsschluss nach CISG, insbes. Art. 14 ff • Vertragsverletzung nach CISG • Pflichten und Rechtsbehelfe des Käufers, Art. 53 ff • Pflichten und Rechtsbehelfe des Verkäufers, Art. 30 ff CISG • Umgang mit Case Law, Analyse und Lösung praktischer Fälle des CISG
1.36.2	Fall-/Projektstudien International Sales	<ul style="list-style-type: none"> • Definition von internationalen Projekten • Internationales Projektmanagement • Der kulturelle Kontext von globalem/internationalem Management • Strategie und Unternehmenskontext für Internationale Projekte • Planung und Organisation von internationalen Projekten • Kommunikation in internationalen Projekten • Zusammenarbeit in internationalen Projekten • Lernen in und von internationalen Projekten
1.37	Markenmanagement und Recht	
1.37.1	Markenmanagement	<ul style="list-style-type: none"> • traditionelles und modernes Markenverständnis • Marke aus Sicht der unterschiedlichen Anspruchsgruppen • Operationalisierung des Markenwertes • Identitätsbasierter Markenmanagementprozesses • Gestaltung des Branding • Chancen und Risiken zentraler Markenwachstumsstrategien • Kontrollinstrumente der Markenführung
1.37.2	Rechtsfragen im Marketing	<ul style="list-style-type: none"> • Deutsches Markenrecht • Europäisches Markenrecht • Internationales Markenrecht • Recht zur Bekämpfung unlauteren Wettbewerbs
1.37.3	Fall-/Projektstudien Markenmanagement und Recht	Themen aus 1.37.1 und 1.37.2

Modul Nr.	Modulbezeichnung (ggf. Teilmodule)	Prüfungsinhalte
1.38	Marketingkonzeptionen	
1.38.1	Marketingkonzeptionen	<ul style="list-style-type: none"> • Dienstleistungsmarketing <ul style="list-style-type: none"> - konstitutive Merkmale von Dienstleistungen - Theorien zur Erklärung und Gestaltung des Dienstleistungsmarketings - Instrumente zur Messung und Analyse der Qualität von Dienstleistungen - Marketingstrategische Ansätze für Dienstleistungen - operative Besonderheiten des Dienstleistungsmarketings • Markenmanagement <ul style="list-style-type: none"> - traditionelles und modernes Markenverständnis - Marke aus Sicht der unterschiedlichen Anspruchsgruppen - Operationalisierung des Markenwertes - Identitätsbasierter Markenmanagementprozesses - Gestaltung des Branding - Chancen und Risiken zentraler Markenwachstumsstrategien - Kontrollinstrumente der Markenführung • B2B-Marketing <ul style="list-style-type: none"> - Einordnung des B2B-Marketings - Organisationales Beschaffungsverhalten als Besonderheit des B2B-Marketings - Allgemeine B2B-Besonderheiten in der Ausgestaltung des Marketing-Mix - B2B-Produkt- und -Leistungs politik - B2B-Preispolitik - B2B-Kommunikations- und -Markenpolitik - B2B-Vertriebspolitik • Geschäftstypenspezifisches B2B-Marketing
1.38.2	Fall-/Projektstudien Marketingkonzeptionen	Themen aus 1.38.1
1.39	Marktpsychologie	
1.39.1	Marktpsychologie	<ul style="list-style-type: none"> • Identifikation, Ab- und Eingrenzung marktpsychologischer Forschungsfragen • Entwicklung und Durchführung qualitativer und quantitativer Forschungsdesigns zur Beantwortung marktpsychologischer Fragestellungen • Anwendung von R zur Ergebnislegung und Beantwortung marktpsychologischer Fragestellungen
1.39.2	Fall-/Projektstudien Marktpsychologie	<ul style="list-style-type: none"> • Anwendung qualitativer Forschungsmethoden und Durchführung explorativer Tiefeninterviews und Gruppendiskussionen zur Untersuchung, Ergebnislegung und Beantwortung marktpsychologischer Fragestellungen

Modul Nr.	Modulbezeichnung (ggf. Teilmodule)	Prüfungsinhalte
1.40	Mittelstandsmanagement in der Unternehmenspraxis	
1.40.1	Mittelstandsmanagement in der Unternehmenspraxis	<ul style="list-style-type: none"> • Rechtliche Aspekte im Mittelstand <ul style="list-style-type: none"> - Mittelstandsspezifische rechtliche Aspekte der Unternehmensgründung, des Vertragsmanagements und des Verhaltens in der Unternehmenskrise - Bearbeitung von Fallstudien zu den oben genannten Prüfungsthemen mit praxisorientierten Lösungsansätzen (Vorschlag von Handlungen oder Erstellen von Schriftstücken) • Betriebswirtschaftliche Aspekte im Mittelstand <ul style="list-style-type: none"> - Vertiefung Externes und Internes Rechnungswesen im Mittelstand - Genutzte Software und Tools im Externen und Internen Rechnungswesen im Mittelstand einschließlich der Zusammenarbeit mit externen Anbietern, z.B. Steuerberater - Controlling im Mittelstand einschließlich genutzter Tools und Software - Liquiditätsmanagement im Mittelstand - Forderungsmanagement im Mittelstand - Betriebswirtschaftliches Krisenmanagement einschließlich Krisenfrüherkennung im Mittelstand und in Familienunternehmen - Vertiefung Finanzierung im Mittelstand und in Familienunternehmen • Management von Wachstum und Nachfolge im Mittelstand <ul style="list-style-type: none"> - Wachstumsmodell in Unternehmen und Unternehmenswandel - Analyse und Planung des Nachfolgeprozesses im Mittelstand - Rollen und Werte im Kontext der Nachfolge - Konfliktmanagement im Familienunternehmen • Customer Relationship Management (CRM) im Mittelstand <ul style="list-style-type: none"> - Grundlagen und Besonderheiten des Customer Relationship Management im Mittelstand - Analytisches Customer Relationship Management - Operatives Customer Relationship Management - Umgang mit einem CRM-Tool
1.40.2	Fall-/Projektstudien Mittelstandsmanagement in der Unternehmenspraxis	Aktuelle Aspekte und Vertiefung der Lerninhalte aus der Veranstaltung 14.40.1

Modul Nr.	Modulbezeichnung (ggf. Teilmodule)	Prüfungsinhalte
1.41	Modern Management Practice	
1.41.1	Modern Management Practice	<p>Sustainability Management</p> <ul style="list-style-type: none"> • Definition und Einordnung des Nachhaltigkeitsbegriffs • Grundlagen des Nachhaltigkeitsmanagements • Integration von Nachhaltigkeit in die Unternehmensstrategie • Ausarbeitung und Bestandteile einer Nachhaltigkeitsstrategie • Einordnung verschiedener Herangehensweisen und Methoden (z.B. ISO 14001) • Konzepte der Priorisierung (z.B. Wirksamkeitsanalyse) • Erfolgsfaktoren nachhaltig-orientierter Unternehmenskultur • Effekte nachhaltigkeitsorientierter Regularien im Betrieb • Konzepte der nachhaltigen Produktentwicklung (z.B. Environmental Life Cycle Analysis) <p>Change Management</p> <ul style="list-style-type: none"> • Begriff Change Management • Bedeutung Change Management • Arten von Wandel • Anlässe von Wandel • Gründe für unterlassenen Wandel • Arten von Widerständen • Ursachen für Widerstände • Modelle des Change Managements • Erfolgsfaktoren und deren Anwendung: <ul style="list-style-type: none"> - Person - Vision - Partizipation - Kommunikation - Re-Edukation - Integration - Projekt-Organisation - Konsultation - Evolution <p>Innovationsmanagement</p> <ul style="list-style-type: none"> • Erlernen von und Auseinandersetzung mit den vier Dimensionen des Innovationsmanagement Rahmenwerks • Anwendung des Innovationsmanagement Rahmenwerks im Rahmen einer Fallstudie und Übertragung auf ein bestehendes innovatives Unternehmen • Anwendung unterschiedlicher Kreativitäts- sowie Innovationsmethoden entlang des Innovationsprozesses
1.41.2	Fall-/Projektstudien Modern Management Practice	<ul style="list-style-type: none"> • Selbständige Bearbeitung relevanter Management-Herausforderungen in Theorie und Praxis am Beispiel ausgewählter Branchen

Modul Nr.	Modulbezeichnung (ggf. Teilmodule)	Prüfungsinhalte
1.42	Nachhaltige Wertschöpfungsketten und digitale Ökonomie	
1.42.1	Nachhaltige Wertschöpfungsketten und digitale Ökonomie	<p>Teil Prozessmanagement</p> <ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen des Prozessmanagements • Grundlagen der Geschäftsprozessmodellierung • Prozessmodellierung mit Ereignisorientierten Prozessketten (EPK) • Prozessmodellierung mit der Busniss Process Modell Notation (BPMN2.0) • Grundlagen von Industrie 4.0 • Grundlagen Agile Methoden • Anwendung der Kreativtechnik Design ThinkingProzessaufnahme mit Makigami <p>Teil Nachhaltige Wertschöpfungsketten</p> <ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen des Supply Chain Managements • Grundlagen des nachhaltigen Supply Chain Managements • Ansätze und Methoden zur Koordination von Akteuren in globalen Lieferketten • Herausforderungen und Lösungsansätze zur nachhaltigen Gestaltung von Lieferketten • Ansätze und Methoden zur Optimierung von Lieferketten basierend auf den Erkenntnissen aus der Supply-Chain-Simulation • Historie und Makroökonomie der Digitalen Wirtschaft • Taxonomie der Digitalen Wirtschaft • Wandel des Handels und der Arbeitswelt • Soziale und ethische Fragen, Nachhaltigkeit
1.42.2	Fall-/Projektstudien Nachhaltige Wertschöpfungsketten und digitale Ökonomie	<ul style="list-style-type: none"> • Durchführung von Projekten und Anwendung der Methoden aus Modul 1.42.1 • Bearbeitung eines „Real Case“ aus einem Problemkontext heraus; vorzugsweise in Kooperation mit einem im Metier entsprechend ausgewiesenen Praxispartner
1.43	Personalpsychologie	
1.43.1	Personaldiagnostik, Personalentwicklung und aktuelle Herausforderungen der Personalpsychologie	<ul style="list-style-type: none"> • Systematik der Personalpsychologie: Einordnung von Personaldiagnostik und -entwicklung in das Human Resource Management • Personaldiagnostik und -auswahl: Überblick über Verfahren inkl. Gütekriterien; einzelne Verfahren inkl. ihrer Einsatzmöglichkeiten, Vor- und Nachteile, empirischen Evidenz und Entwicklungen im Rahmen von Digitalisierung und KI • Personalentwicklung: Instrumente und Prozesse inkl. ihrer Einsatzmöglichkeiten, Vor- und Nachteile, empirischen Evidenz und Entwicklungen im Rahmen von Digitalisierung und KI • Prozesszyklus von der Konzeption bis zur systematischen Evaluation personalpsychologischer Maßnahmen • Ausgewählte aktuelle Herausforderungen sich wandelnder Arbeitswelten aus personalpsychologischer Perspektive (z.B. Teleworking, Mitarbeiterbindung oder Agilität) • Empirische Untersuchung personalpsychologischer Fragestellungen: Datenerhebung und -auswertung
1.43.2	Fall-/Projektstudien Personalpsychologie	<ul style="list-style-type: none"> • Aktuelle Themen der Personalpsychologie: Herausforderungen, Forschungsstand, Praxis

Modul Nr.	Modulbezeichnung (ggf. Teilmodule)	Prüfungsinhalte
1.44	Rechtsfragen des Personalmanagement	
1.44.1	Personalwirtschaft	Strategisches Personalmanagement und Personalplanung, Organisation der Personalabteilung, HR-Portfolio, Berufslebenszyklus, Demografie und MA-Generationen, Kernkompetenz, Arbeitsmarktanalyse, Professionalisierung des HRM, Wiederbeschaffungskosten, BGM, Personalmarketing und Employerbranding, Vergütung, Personalentwicklung, Recruiting, Active Sourcing, Auswahl und AC, Onboarding
1.44.2	Rechtsfragen des Personalwesens	<ul style="list-style-type: none"> • Vertiefung Individualarbeitsrecht: Vertiefung der individualarbeitsrechtlichen Themenfelder aus 3.8 einschließlich der Bezüge zum Sozialversicherungsrecht; Berufsbildungsrecht, atypische Beschäftigungsformen, Arbeitszeitrecht, Mobiles Arbeiten, Leitende Angestellte, Arbeitnehmer mit Behinderung; Whistleblowing, Arbeitsrecht und Compliance • Vertieftes Betriebsverfassungsrecht, namentlich Betriebsratswahlen, Struktur des Betriebsrates, Mitwirkung des Betriebsrates in personellen, sozialen und wirtschaftlichen Angelegenheiten, Betriebsvereinbarungen; Jugendauszubildendenvertretung, Schwerbehindertenvertretung, Unternehmensmitbestimmung, • Vertieftes Tarifrecht: Gewerkschaften, Arbeitgeberverbände, Tarifbindung, Tarifvertragsinhalte, Arten von Tarifverträgen, Wirkung von Tarifverträgen, Tarifkonkurrenz, Tarifeinheit, Tarifpluralität, Maßnahmen des Arbeitskampfes, Streikarten
1.44.3	Fall-/Projektstudien Personalmanagement	Themen aus 1.44.1 und 1.44.2
1.45	Restrukturierung und Insolvenz	
1.45.1	Restrukturierung	<ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen der Unternehmenskrise unter Beachtung der Digitalisierung als möglicher Krisenursache • Vorbeugendes Krisenmanagement, insbesondere Krisenfrüherkennung unter Nutzung der Möglichkeiten der Digitalisierung • Prüfung des Vorliegens von Insolvenzgründen nach §§ 17 – 19 InsO (IDW ES 11), • Optionen der Krisenbewältigung vor und in der Insolvenz mit ihren Vor- und Nachteilen • Elemente der außergerichtlichen Sanierung (Ablauf, Träger, Maßnahmen) • Sanierungsmöglichkeiten nach StaRUG • Erstellung von Sanierungskonzepten nach IDW S 6 • Operative und strategische Sanierung, finanzielle und bilanzielle Sanierung sowie Sofortmaßnahmen unter Berücksichtigung der Digitalisierung • Umsetzung von Sanierungskonzepten einschließlich Krisenkommunikation • Interne und externe Sanierungsträger • Stakeholdermanagement • Haftungsrisiken der Sanierungsbeteiligten • Sanierung im Rahmen des Insolvenzverfahrens (Insolvenzplan, Übertragende Sanierung), • Arbeitsrechtliche und steuerliche Sanierungsaspekte • Erstellung von praxisorientierten Lösungen von Fallstudien zu den oben genannten Themen mit Begründung
1.45.2	Insolvenzrecht	Insolvenzantrag, Schutzschirmverfahren, Insolvenzeröffnungsverfahren; Wirkung der Eröffnung, Absonderung, Aussonderung und Aufrechnung, Forderungsanmeldung und Forderungsprüfung, Insolvenzmasse und deren Verwertung, Eigenverwaltung, Europäisches Insolvenzrecht. Erstellung von praxisorientierten Lösungen von Fallstudien zu den oben genannten Themen mit Begründung.
1.45.3	Fall-/Projektstudien Restrukturierung und Insolvenz	<ul style="list-style-type: none"> • Praxisrelevante Problemstellungen aus den Bereichen Insolvenzrecht und Krisenbewältigung insbesondere Unternehmenssanierung • Rechtliche und betriebswirtschaftliche Sanierungs- sowie Krisenbewältigungsinstrumente • Verfassen einer Seminararbeit zu den oben genannten Themen und Darstellung der wesentlichen Inhalte der Seminararbeit in einem Vortrag für die übrigen Teilnehmer

3. Übersicht über die Prüfungsinhalte des Praktischen Studienseesters

Modul Nr.	Modulbezeichnung (ggf. Teilmodule)	Prüfungsinhalte
1.46	Praktisches Studiensemester	
1.46.1	Praxissemester	<ul style="list-style-type: none">• Identifikation von potentiellen Praktikumsgeber-Unternehmen• Bewerbung und Vertragsverhandlung• Selbstorganisation• Schreiben eines Praktikumsberichts
1.46.2	Praxisergänzende Vertiefung 1:	siehe aktuellen Studienplan
1.46.3	Praxisergänzende Vertiefung 2:	siehe aktuellen Studienplan
1.46.4	Praxisergänzende Vertiefung 3:	siehe aktuellen Studienplan