

Modulhandbuch

der Wahlmodule für:

- **BWL- Bank- und Finanzwirtschaft**
- **BWL- Industrielles Management**
- **BWL- Marketing und Kommunikationswirtschaft**

der Spezialisierungsmodule für:

- **BWL- Management von kleinen und mittleren Unternehmen**

Modulbezeichnung	Verwendbarkeit	Modulverantwortung	Prüfung	Gewichtung für Modulnote	Workload (P / S)
Digitale Geschäftsmodelle und Requirements Engineering	BWL- Management von kleinen und mittleren Unternehmen [Spezialisierung]	Prof. Dr. Sebastian Lang	Präsentation	100%	50 / 100
	BWL- Bank- und Finanzwirtschaft [Wahl]				
	BWL- Industrielles Management [Wahl]				
	BWL- Marketing und Kommunikationswirtschaft [Wahl]				
International Accounting	BWL- Management von kleinen und mittleren Unternehmen [Spezialisierung]	Prof. Dr. Sebastian Lang	Klausur	100%	50 / 100
	BWL- Bank- und Finanzwirtschaft [Wahl]				
	BWL- Industrielles Management [Wahl]				
	BWL- Marketing und Kommunikationswirtschaft [Wahl]				
International Business	BWL- Marketing und Kommunikationswirtschaft [Wahl]	Prof. Dr. Michael Heins	Präsentation	100%	50 / 100
	BWL- Bank- und Finanzwirtschaft [Wahl]				
Organisationsmanagement und Digitalisierung von Geschäftsprozessen	BWL- Management von kleinen und mittleren Unternehmen [Spezialisierung]	Prof. Dr. Joachim von Kiedrowski	Klausur	100%	50 / 100
	BWL- Bank- und Finanzwirtschaft [Wahl]				
	BWL- Industrielles Management [Wahl]				
	BWL- Marketing und Kommunikationswirtschaft [Wahl]				
Führungskräfteentwicklung in KMU und Mittelstand	BWL- Management von kleinen und mittleren Unternehmen [Spezialisierung]	Prof. Dr. Uwe Schaumann	Portfolio	100%	50 / 100
	BWL- Bank- und Finanzwirtschaft [Wahl]				
	BWL- Industrielles Management [Wahl]				
	BWL- Marketing und Kommunikationswirtschaft [Wahl]				

Nachhaltigkeitsmanagement	BWL- Management von kleinen und mittleren Unternehmen [Spezialisierung]	Prof. Dr. Joachim von Kiedrowski	Kombinierte Modulprüfung (Präsentation und mündliche Prüfung)	70 % / 30 %	50 / 100
	BWL- Bank- und Finanzwirtschaft [Wahl]				
	BWL- Industrielles Management [Wahl]				
	BWL- Marketing und Kommunikationswirtschaft [Wahl]				
Quantitative und qualitative empirische Methoden der Unternehmens- und Marktforschung	BWL- Management von kleinen und mittleren Unternehmen [Spezialisierung]	Prof. Dr. Jennifer Schietzel-Kalkbrenner	kombinierte Modulprüfung (Hausarbeit und Präsentation)	50 % / 50 %	50 / 100
	BWL- Bank- und Finanzwirtschaft [Wahl]				
	BWL- Industrielles Management [Wahl]				
	BWL- Marketing und Kommunikationswirtschaft [Wahl]				
Personalentwicklung und Ausbilderqualifizierung	BWL- Management von kleinen und mittleren Unternehmen [Spezialisierung]	Prof. Dr. Uwe Schaumann	kombinierte Modulprüfung (Klausur und Portfolio)	50% / 50 %	60 / 90
	BWL- Bank- und Finanzwirtschaft [Wahl]				
	BWL- Industrielles Management [Wahl]				
	BWL- Marketing und Kommunikationswirtschaft [Wahl]				
Führung in Familienunternehmen	BWL- Management von kleinen und mittleren Unternehmen [Spezialisierung]	Prof. Dr. Uwe Schaumann	Portfolio	100%	50 / 100
	BWL- Industrielles Management [Wahl]				
	BWL- Marketing und Kommunikationswirtschaft [Wahl]				
Intrapreneurship, Entrepreneurship und Leadership	BWL- Management von kleinen und mittleren Unternehmen [Spezialisierung]	Prof. Dr. Jutta Franke	Portfolio	100%	50 / 100
	BWL- Bank- und Finanzwirtschaft [Wahl]				
	BWL- Industrielles Management [Wahl]				
	BWL- Marketing und Kommunikationswirtschaft [Wahl]				

BHH-Modulbeschreibung

Modulbezeichnung	Digitale Geschäftsmodelle und Requirements Engineering		
Modul-Nr./Code			
Modulverantwortliche/ Modulverantwortlicher	Prof. Dr. Sebastian Lang		
ECTS-Punkte	6		
Workload	Gesamtworkload	Präsenzstudium	Selbststudium (inkl. begleitetes Selbststudium)
	150	50	100
Lernort	<input checked="" type="checkbox"/> BHH <input type="checkbox"/> Berufsschule <input type="checkbox"/> Berufspraxis		
Qualifikationsziele des Moduls	<p>Die Studierenden...</p> <ul style="list-style-type: none"> – kennen die Grundlagen von Geschäftsmodellen, – charakterisieren digitale Geschäftsmodelle und Produkte hinsichtlich ihrer Prozesse und Infrastrukturen, insbesondere im Hinblick auf Vermarktung und Betrieb, – sind mit dem Begriff der digitalen Wertschöpfungskette vertraut, insbesondere vor dem Hintergrund von eBusiness und eCommerce – sind in der Lage, digitale Services und Produkte zu analysieren und zu entwickeln und kennen die Grundlagen internetbasierter Dienstleistungen und ihrer Geschäftsmodelle, – unterscheiden Technologien zur Realisierung automatisierter Kundeninteraktionen, definieren Supportprozesse und gestalten Kundeninteraktionsprozesse, – können Anforderungen erheben und einordnen, Anwendungsdomänen modellieren und alle für den Entwurf einer Software nötigen Informationen erfassen, prüfen und systematisch aufbereiten, – können Use Cases schreiben und daraus Domänenobjekte ableiten, – wenden relevante UML-Diagrammart und Grundprinzipien des objektorientierten Softwareentwurfs an. 		
Inhalte des Moduls	Lehrveranstaltung	Präsenzstudium	Selbststudium (inkl. begleitetes Selbststudium)
	Digitale Geschäftsmodelle und Requirements Engineering	50 h	100 h
	<ul style="list-style-type: none"> – Der Begriff der Digitalen Wertschöpfungskette – Digitale Transformation von Dienstleistungen: eBusiness und eCommerce – Geschäftsmodelle der Internet Economy/Sharing Economy (Amazon, Ebay, Uber, Airbnb) – Plattformökonomie 		

	<ul style="list-style-type: none"> – Produkte, Managementstrukturen, Infrastruktur zum Betrieb internetbasierter Dienstleistungen aus Managementsicht – Payment – Lebenszyklus internetbasierter Produkte und Dienstleistungen – Phasen und Tätigkeiten der Softwareentwicklung – Tätigkeiten bei der Systemanalyse und des Requirements Engineerings – Modellierung von Anwendungsfällen – Entwicklung eines objektorientierten Analysemodells (OOA-Modell)
Zeitliche Verortung im Studienverlauf	<input type="checkbox"/> 1./2. Semester <input type="checkbox"/> 3./4. Semester <input type="checkbox"/> 5./6. Semester <input checked="" type="checkbox"/> 7./8. Semester
Lehr-/Lernform(en)	Vorlesung / Seminar
Sprache	Deutsch
Prüfungsform, -umfang, -dauer	Präsentation
Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine
Literaturempfehlungen	<p>Basisliteratur:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Aagaard, A., Hrsg. (2019): Digital Business Models: Driving Transformation and Innovation, Palgrave Macmillan. – Kranz, M. (2016): Building the Internet of Things: Implement New Business Models, Disrupt Competitors, Transform Your Industry, Wiley. – Larman, C.: UML 2 und Patterns Angewendet, mitp. <p>Weiterführende Literatur:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Balzert., H.: Lehrbuch der Objektmodellierung, Spektrum. – Grässle, P. et al.: UML projektorientiert: Geschäftsprozessmodellierung, Bonn: Galileo. – Bruhn, M.; Hadwich, K.: Dienstleistungen 4.0: Konzepte – Methoden – Instrumente. Band 1, Springer Verlag. – Bruhn, M.; Hadwich, K.: Dienstleistungen 4.0: Geschäftsmodelle - Wertschöpfung - Transformation. Band 2, Springer Verlag. – Bruhn, M.; Hadwich, K.: Service Business Development: Strategien – Innovationen – Geschäftsmodelle. Band 1, Springer Verlag. – Meier, A.; Stormer, H.: eBusiness & eCommerce: Management der digitalen Wertschöpfungskette, Springer Gabler. – Chan, J. K. H./Zhan, Y.: Sharing by Design, Springer. – Stummeyer, C./Köber, B. (Hrsg.): Amazon für Entscheider, Springer. – Halberstadt, J.: Globale und nationale First-Mover-Vorteile internetbasierter Geschäftsmodelle, Springer. – Heinemann, G.: Der neue Online-Handel, Springer. – Pätzold, M.: Neue Wettbewerbspolitik im 21. Jahrhundert, Springer. – Auer, C./Bartsch, S./Meyer, A.: Die Bedeutung von Technologien in der Dienstleistungsmarketingforschung, in: Roth, S./Horbel,

	<p>C./Popp, B. (Hrsg.), Perspektiven des Dienstleistungsmanagements, Springer.</p> <p>– Kruse Brandão, T./Wolfram, G.: Digital Connection - Die bessere Customer Journey mit smarten Technologien - Strategie und Praxisbeispiele, Springer.</p> <p>In der jeweils aktuellen Auflage.</p>
Häufigkeit des Modulangebots	Einmal jährlich
Verwendbarkeit des Moduls	<p>BWL – Bank- und Finanzwirtschaft [Wahlmodul]</p> <p>BWL – Industrielles Management [Wahlmodul]</p> <p>BWL – Marketing und Kommunikationswirtschaft [Wahlmodul]</p> <p>BWL – Management von kleinen und mittleren Unternehmen [Spezialisierung]</p>
Besonderheiten	

BHH-Modulbeschreibung

Modulbezeichnung	International Accounting		
Modul-Nr./Code			
Modulverantwortliche/ Modulverantwortlicher	Prof. Dr. Sebastian Lang		
ECTS-Punkte	6		
Workload	Gesamtworkload	Präsenzstudium	Selbststudium (inkl. begleitetes Selbststudium)
	150	50	100
Lernort	<input checked="" type="checkbox"/> BHH <input type="checkbox"/> Berufsschule <input type="checkbox"/> Berufspraxis		
Qualifikationsziele des Moduls	<p>Die Studierenden...</p> <ul style="list-style-type: none"> – erstellen, gestalten, analysieren und interpretieren Einzel- und Konzernabschlüsse nach den International Financial Reporting Standards (IFRS) aufbauend auf dem Grundwissen aus den Modulen „Externes Rechnungswesen: Buchführung und Bilanzierung und „Investition, Finanzierung und Grundzüge Betriebswirtschaftlicher Steuerlehre“ – treffen auf Grundlage von IFRS-Kenntnissen Rechnungslegungsentscheidungen und beurteilen diese hinsichtlich ihrer betriebswirtschaftlichen Folgen, um Verantwortung in Finanzabteilungen von Unternehmen übernehmen zu können. – bearbeiten vielfältige Aufgabenstellungen innerhalb der IFRS-Rechnungslegung, wie zum Beispiel die Erstellung von Kapitalflussrechnungen nach IAS 7, die Bilanzierung von Ertragsteuern nach IAS 12 sowie den Ansatz und die Bewertung von Finanzinstrumenten nach IAS 39 – diskutieren und lösen Problemstellungen innerhalb der Rechnungslegung für Einzel- und Konzernabschlüsse mit Hilfe des HGB und der IFRS – beurteilen Theorien des Einzel- und Konzernabschlusses ökonomisch. 		
Inhalte des Moduls	Lehrveranstaltung	Präsenzstudium	Selbststudium (inkl. begleitetes Selbststudium)
	Organisationsmanagement und Digitalisierung von Geschäftsprozessen	50 h	100 h
	<ul style="list-style-type: none"> – Institutionelle, konzeptionelle und theoretische Grundlagen der IFRS – Elemente und Inhalte der Finanzberichterstattung nach IFRS 		

	<ul style="list-style-type: none"> – Anwendung und Interpretation der IFRS für wichtige Jahresabschlusspositionen (z.B. Sachanlagen, immaterielle Anlagen, Finanzinstrumente, Vorräte, Rückstellungen, Umsatzerlöse) – Publizität und Prüfung von IFRS-Abschlüssen – Rechtliche, wirtschaftliche und theoretische Grundlagen der Konzernabschlusserstellung – Aufstellungspflicht, Konsolidierungskreis, HB II – Vollkonsolidierung, Quotenkonsolidierung, Bewertung at equity – Konzernkapitalflussrechnung – Konzernanhang und -lagebericht
Zeitliche Verortung im Studienverlauf	<input type="checkbox"/> 1./2. Semester <input type="checkbox"/> 3./4. Semester <input type="checkbox"/> 5./6. Semester <input checked="" type="checkbox"/> 7./8. Semester
Lehr-/Lernform(en)	Vorlesung / Seminar
Sprache	Deutsch
Prüfungsform, -umfang, -dauer	Klausur
Voraussetzungen für die Teilnahme	Externes Rechnungswesen: Buchführung und Bilanzierung Investition, Finanzierung und Grundzüge Betriebswirtschaftlicher Steuerlehre
Literaturempfehlungen	<ul style="list-style-type: none"> – Pellens, B., Fülbier, R., Gassen, J., Sellhorn, T. (2021): Internationale Rechnungslegung - IFRS 1 bis 17, IAS 1 bis 41, IFRIC-Interpretationen, Standardentwürfe, 11. Auflage, Schäffer-Poeschel Verlag. – Brösel, G. (2022): Grundwissen Konzernrechnungslegung, 5. Auflage, UVK Verlag.
Häufigkeit des Modulangebots	Einmal jährlich
Verwendbarkeit des Moduls	BWL – Bank- und Finanzwirtschaft [Wahlmodul] BWL – Industrielles Management [Wahlmodul] BWL – Marketing und Kommunikationswirtschaft [Wahlmodul] BWL – Management von kleinen und mittleren Unternehmen [Spezialisierung]
Besonderheiten	

BHH-Modulbeschreibung

Modulbezeichnung	International Business		
Modul-Nr./Code			
Modulverantwortliche/ Modulverantwortlicher	Prof. Dr. Michael Heins		
ECTS-Punkte	6		
Workload	Gesamtworkload	Präsenzstudium	Selbststudium (inkl. begleitetes Selbststudium)
	150	50	100
Lernort	<input checked="" type="checkbox"/> BHH <input type="checkbox"/> Berufsschule <input type="checkbox"/> Berufspraxis		
Qualifikationsziele des Moduls	<p>Dieses Modul erweitert bestehende Kompetenzen der Studierenden um den Aspekt der Internationalität in Geschäftsbeziehungen.</p> <p>Die Studierenden...</p> <ul style="list-style-type: none"> - vertiefen ihr Verständnis für die Analyse der Kernkompetenzen von Unternehmen als Basis für Make-or-Buy-Entscheidungen, - verstehen die Besonderheiten internationaler Geschäftsbeziehungen und leiten darauf basierend betriebswirtschaftliche Entscheidungen ab, - erweitern ihre Kompetenzen zur Analyse von betriebswirtschaftlichen Zusammenhängen auf internationale Themenstellungen, - verstehen die Bedeutung kultureller und sprachlicher Unterschiede für den wirtschaftlichen Erfolg von globalisierten Lieferketten, - diskutieren das Export Management (u.a. Incoterms) und die Nachhaltigkeit (u.a. CO2-Footprint) als Einflussfaktoren für das internationale Management, - unterscheiden verschiedene Verhandlungsstrategien (intra- und interkulturell) und beurteilen deren Einsetzbarkeit in unterschiedlichen (internationalen) Verhandlungskontexten, - können selbständig eine englischsprachige wissenschaftliche Präsentation einer unternehmensbezogenen internationalen Problem-/Fragestellung verfassen und vortragen, - sind in der Lage in englischer Sprache betriebswirtschaftlich relevante Themen zu diskutieren, debattieren und reflektieren, erweitern ihre Beratungskompetenz bzgl. betriebswirtschaftlicher Themenstellungen. 		
Inhalte des Moduls	Lehrveranstaltung	Präsenzstudium	Selbststudium (inkl. begleitetes Selbststudium)
	Einführung international Business	20	20

	Bearbeitung Fallstudien	10	60
	Debatte Fallstudien	20	20
	<u>Einführung International Business</u> <ul style="list-style-type: none"> – Grundlagen internationaler Geschäftsbeziehungen – Unterschiede zu nationalen Geschäftsbeziehungen – Make-or-Buy-Entscheidungen – kulturelle Unterschiede – Exportmanagement – Nachhaltigkeit – Verhandlungsführung – aktuelle Themen von internationaler Tragweite <p>Gastvorträge von Unternehmensvertreter:innen (vorzugsweise aus dem Bildungsgang) sind vorgesehen.</p>		
	<u>Bearbeitung Fallstudien</u> Auf Basis einer thematischen Einführung durch den/die Dozent:in in das internationale Management wählen die Studierenden in Abstimmung mit dem/der Dozent:in ein Fallstudienthema aus, das sie im begleiteten Selbststudium weiter vertiefen.		
	<u>Debatte Fallstudien</u> Die bearbeiteten Fallstudien werden in Form von Einzelpräsentation vorgestellt. Im Anschluss erfolgt eine Diskussion der Fallstudienresultate in Form einer formalisierten Pro-Contra-Debatte.		
Zeitliche Verortung im Studienverlauf	<input type="checkbox"/> 1./2. Semester <input type="checkbox"/> 3./4. Semester <input type="checkbox"/> 5./6. Semester <input checked="" type="checkbox"/> 7./8. Semester		
Lehr-/Lernform(en)	Vorlesung / Seminar		
Sprache	z.T. Englisch		
Prüfungsform, -umfang, -dauer	Präsentation		
Voraussetzungen für die Teilnahme			
Literaturempfehlungen	Individuell auszuwählen im Kontext der eigenen Fallstudie. Empfohlen: Collinson, S.; Narula, R.; Rugman, A. (2020): International business, Pearson, 8th edition Gaspar, J.; Arreolo-Risa, A.; Bierman, L.; Hise, R.; Kolari, J.; Smith, L. (2017): Introduction to global business - Understanding the international environment and global business functions, South-Western Cengage Learning, 2nd edition Browaeyns, J.; Price, R. (2015): Understanding Cross-Cultural Management, Harlow, NJ: Prentice Hall/Financial Times, Pearson Education, 3rd edition Sternad, D.; Höfferer, M.; Haber, G. (2020): Grundlagen Export und Internationalisierung, 2. Auflage, Springer Gabler		
Häufigkeit des Modulangebots	Einmal jährlich		

Verwendbarkeit des Moduls	BWL – Bank und Finanzwirtschaft (Wahlmodul) BWL – Marketing und Kommunikationswirtschaft (Wahlmodul)
Besonderheiten	

BHH-Modulbeschreibung

Modulbezeichnung	Organisationsmanagement und Digitalisierung von Geschäftsprozessen		
Modul-Nr./Code			
Modulverantwortliche/ Modulverantwortlicher	Prof. Dr. Joachim von Kiedrowski		
ECTS-Punkte	6		
Workload	Gesamtworkload	Präsenzstudium	Selbststudium (inkl. begleitetes Selbststudium)
	150	50	100
Lernort	<input checked="" type="checkbox"/> BHH <input type="checkbox"/> Berufsschule <input type="checkbox"/> Berufspraxis		
Qualifikationsziele des Moduls	<p>Die Studierenden...</p> <ul style="list-style-type: none"> – kennen Aufgaben, Ziele und Grundbegriffe des Organisationsmanagements und der Digitalisierung von Geschäftsprozessen in finanzwirtschaftlichen Unternehmen – verstehen das Geschäftsprozessmanagement im Rahmen der Organisation als Voraussetzung für die Digitalisierung in finanzwirtschaftlichen Unternehmen – stellen Vor- und Nachteile ausgewählter Modellierungssprachen zur Geschäftsprozessmodellierung dar, wählen diese aus und wenden sie exemplarisch an – stellen Kommunikationstechnik und vernetzte Infrastrukturen als Voraussetzung der Digitalisierung von Geschäftsprozessen dar – diskutieren und bewerten die Chancen und Risiken der Digitalisierung und Vernetzung mit dem bankbetrieblichen Organisationsmanagement – beurteilen die Vor- und Nachteile und Risiken der Digitalisierung von bankbetrieblichen Geschäftsprozessen – bewerten die Möglichkeiten und Grenzen der Digitalisierung von finanzwirtschaftlichen Geschäftsmodellen. 		
Inhalte des Moduls	Lehrveranstaltung	Präsenzstudium	Selbststudium (inkl. begleitetes Selbststudium)
	Organisationsmanagement und Digitalisierung von Geschäftsprozessen	50 h	100 h
	<ul style="list-style-type: none"> – Ausgewählte Fundamente der Organisations-, Management- und Unternehmensführungstheorien (OMU) – Aktuelle Entwicklungslinien der OMU-Theorie – Geschäftsprozessmanagement – Ausgewählte Modellierungssprachen wie z. B. Business Process Model and Notation, Ereignisgesteuerte Prozesskette, Folgepläne 		

	<ul style="list-style-type: none"> – Kommunikationstechnik und vernetzte Infrastrukturen – Digitalisierung und Vernetzung von Produkten – Digitalisierung von Prozessen durch ERP-Systeme – Digitalisierung der Wertschöpfung und Geschäftsmodelle
Zeitliche Verortung im Studienverlauf	<input type="checkbox"/> 1./2. Semester <input type="checkbox"/> 3./4. Semester <input type="checkbox"/> 5./6. Semester <input checked="" type="checkbox"/> 7./8. Semester
Lehr-/Lernform(en)	Vorlesung / Seminar
Sprache	Deutsch
Prüfungsform, -umfang, -dauer	Klausur
Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine
Literaturempfehlungen	<p>Pflichtlektüre (jeweils aktuelle Auflage):</p> <ul style="list-style-type: none"> – Schmelzer, H. J., & Sesselmann, W. (2020). Geschäftsprozessmanagement in der Praxis: Kunden zufrieden stellen, Produktivität steigern, Wert erhöhen (9., vollständig überarbeitete Auflage.). München: Hanser. – Barton, T., Müller, C., Seel, C. (Hrsg.) (2018): Digitalisierung in Unternehmen. Von den theoretischen Ansätzen zur praktischen Umsetzung, Springer Vieweg. – Wolf, J. (2020): Organisation, Management, Unternehmensführung. Theorien, Praxisbeispiele und Kritik, Springer-Verlag. <p>Zusätzlich empfohlene Lektüre:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Smeets, M., Erhard, R., Kaußler, Th. (2019): Robotic Process Automation (RPA) in der Finanzwirtschaft. Technologie - Implementierung - Erfolgsfaktoren für Entscheider und Anwender, Springer Gabler.
Häufigkeit des Modulangebots	Einmal jährlich
Verwendbarkeit des Moduls	BWL – Bank- und Finanzwirtschaft [Wahlmodul] BWL – Industrielles Management [Wahlmodul] BWL – Marketing und Kommunikationswirtschaft [Wahlmodul] BWL – Management von kleinen und mittleren Unternehmen [Spezialisierung]
Besonderheiten	

BHH-Modulbeschreibung

Modulbezeichnung	Führungskräfteentwicklung in KMU und Mittelstand		
Modul-Nr./Code			
Modulverantwortliche/ Modulverantwortlicher	Prof. Dr. Uwe Schaumann		
ECTS-Punkte	6		
Workload	Gesamtworkload	Präsenzstudium	Selbststudium
	150 h	50 h	100 h
Lernort	<input checked="" type="checkbox"/> BHH <input type="checkbox"/> Berufsschule <input type="checkbox"/> Berufspraxis		
Qualifikationsziele des Moduls	<p>Die Entwicklung von Mitarbeitenden zu Führungskräften in KMU und mittelständischen Unternehmen ist oftmals geprägt durch eine wenig systematische Personalentwicklung und Vorbereitung auf Führungsaufgaben, sondern oftmals durch einen eher unvorbereiteten, unsystematischen und wenig begleiteten Wechsel von der Rolle als Fachkraft zur Rolle als (angehende) Führungskraft, beim dem ein zum Teil wenig befriedigendes und unreflektiertes learning by doing und muddling through vorhanden ist. In diesem Modul stehen zentrale Anforderungen an angehende Führungskräfte in KMU und Mittelstand sowie Möglichkeiten für die Entwicklung von Führungskräften und die Bewältigung unterschiedlicher Führungsaufgaben im Mittelpunkt.</p> <p>Die Studierenden bauen auf Basis ihrer bisherigen Erkenntnisse und Erfahrungen mit Führung in der Berufspraxis in unterschiedlichen inner- und außerbetrieblichen Kontexten und auf Basis ihrer erworbenen Kompetenzen insbesondere im Modul Personal und Führung sowie ergänzend in den Modulen PSK I und PSK II eine umfassende und reflexive Sichtweise zu differenzierten Führungsthemen auf, mit denen sie einerseits Führung durch andere analysieren und evaluieren und andererseits die eigene Führungskompetenz kritisch konstruktiv (weiter) aufbauen und beurteilen können. Dieses Kompetenzprofil befähigt sie somit dazu, aktuelle und künftige Anforderungen an sie als (angehende) Führungskräfte erfahrungs- und wissenschaftsbasiert zu bewältigen und eigene (innovative) Vorstellungen von Führung in KMU und Mittelstand umzusetzen.</p> <p>Die Studierenden können ...</p> <ul style="list-style-type: none"> • traditionelle und moderne Konzepte von Führung und Führungskräfteentwicklung analysieren und bewerten sowie Gelingensbedingungen von guter Führung für das eigene Unternehmen aufzeigen und beurteilen • Herausforderungen für Führungskräfte in KMU und Mittelstand unter Rückgriff auf personalwirtschaftliche Befunde analysieren und für das eigene Unternehmen identifizieren sowie Konsequenzen für das Führungshandeln aufzeigen und beurteilen 		

	<ul style="list-style-type: none"> • wesentliche Führungsaufgaben in KMU und Mittelstand identifizieren und geeignete Führungsziele systematisch bestimmen sowie Maßnahmen der Entwicklung von Führungskräften analysieren, reflektieren und beurteilen • unternehmensspezifische Anforderungsprofile für Führungskräfte erstellen und Einsatzgebiete im Rahmen der Personalentwicklung analysieren und aufzeigen • wesentliche unternehmens- und mitarbeiterbezogene Kompetenzen von Führungskräften unter Rückgriff auf Kompetenzmodelle bestimmen und Möglichkeiten der Förderung bzw. Entwicklung dieser Kompetenzen bei Führungskräften aufzeigen • Spannungsfelder von Führungskräften insbesondere durch ihre Doppelrolle als Führungskraft und Geführte identifizieren und Möglichkeiten von konstruktiven Lösungen aufzeigen und bewerten • kollaboratives Arbeitens zwischen Führungskräften untereinander sowie zwischen Führungskräften und Geführten planen, anregen, anleiten, umsetzen und evaluieren • digitale Möglichkeiten zur Unterstützung von Führungsaufgaben auswählen und kriteriengeleitet bewerten und für Führungszwecke einsetzen • bezugswissenschaftliche Befunde wirtschafts- und sozialwissenschaftlicher Disziplinen für die Analyse, Beurteilung und Gestaltung der Führungskräfteentwicklung heranziehen 		
Inhalte des Moduls	Lehrveranstaltung	Präsenzstudium	Selbststudium
	Unternehmensnachfolge und Führung	50	100
	<ul style="list-style-type: none"> – Führungskonzepte – Führungskräfteentwicklung – Führungsaufgaben – Führungsziele – Anforderungsprofile – Personalentwicklung – Kompetenzen, Kompetenzmodelle – Kollaboratives Arbeiten – Digitalisierung und Personalführung 		
Zeitliche Verortung im Studienverlauf	<input type="checkbox"/> 1./2. Semester <input type="checkbox"/> 3./4. Semester <input type="checkbox"/> 5./6. Semester <input checked="" type="checkbox"/> 7./8. Semester		
Lehr-/Lernform(en)	Seminar mit Praxisbeispielen und Übungen		
Sprache	Deutsch		
Prüfungsform, -umfang, -dauer	Portfolio (Praxisbericht mit Präsentation)		
Voraussetzungen für die Teilnahme	Modul: Personal und Führung		
Literaturempfehlungen	<ul style="list-style-type: none"> • Weibler, Jürgen: Personalführung. 4. Auflage. Wiesbaden 2023 • Schermuly, Carsten C.: New Work – Gute Arbeit gestalten: Psychologisches Empowerment von Mitarbeitern. 3., überarbeitete und aktualisierte Auflage. Freiburg 2021 		

	<ul style="list-style-type: none"> • Rosenstiel, Lutz von; Regnet, E.; Domsch, Michel E. (Hrsg.): Führung von Mitarbeitern – Handbuch für erfolgreiches Personalmanagement. 8., aktualisierte und überarbeitete Auflage. Stuttgart 2020 • Kaehler, Boris: Komplementäre Führung. Ein praxiserprobtes Modell der Personalführung in Organisationen. 3., vollständig überarbeitete Auflage. Wiesbaden 2020 • Kaudela-Baum, Stephanie; Nagel, Erik; Bürkler, Paul; Glanzmann, Verena (Hrsg.): Führung lernen. Fallstudien zu Führung, Personalmanagement und Organisation. 2. Auflage. Wiesbaden 2018 • Altenburger, Reinhard; Schmidpeter, René: CSR und Familienunternehmen - Gesellschaftliche Verantwortung im Spannungsfeld von Tradition und Innovation. Wiesbaden 2018 • Ryschka, Jurij; Solga, Marc; Mattenklott, Axel (Hrsg.): Praxishandbuch Personalentwicklung. Instrumente, Konzepte, Beispiele. 3., vollständig überarbeitete und erweiterte Auflage. Wiesbaden 2011
Häufigkeit des Modulangebots	1 x jährlich
Verwendbarkeit des Moduls	BWL – Management von kleinen und mittleren Unternehmen [Spezialisierung] BWL – Industrielles Management [Wahlmodul] BWL – Marketing und Kommunikationswirtschaft [Wahlmodul] BWL – Bank- und Finanzwirtschaft [Wahlmodul]
Besonderheiten	

BHH-Modulbeschreibung

Modulbezeichnung	Nachhaltigkeitsmanagement		
Modul-Nr./Code			
Modulverantwortliche/ Modulverantwortlicher	Prof. Dr. Joachim von Kiedrowski		
ECTS-Punkte	6		
Workload	Gesamtworkload	Präsenzstudium	Selbststudium (inkl. begleitetes Selbststudium)
	150 h	50 h	100 h
Lernort	<input checked="" type="checkbox"/> BHH <input type="checkbox"/> Berufsschule <input type="checkbox"/> Berufspraxis		
Qualifikationsziele des Moduls	<p>Die Studierenden können</p> <ul style="list-style-type: none"> – Management als umfassenden Planungs-, Steuerungs- und Kontrollprozess differenzieren, – unterschiedliche Strategietypen erläutern, – Methoden zur Strategieanalyse und -entwicklung erläutern – die Bereiche der strategischen Nachhaltigkeitsanalyse beschreiben – Methoden der internen und externen strategischen Nachhaltigkeitsanalyse erläutern – Methoden der operativen Nachhaltigkeitsanalyse erläutern – Resonanz, Relevanz, Resilienz und Reputation als Erfolgsfaktoren der nachhaltigen Unternehmensentwicklung aufzeigen und analysieren, – Unternehmensentwicklung als Prozess verstehen, der die Realisierung einer Nachhaltigkeitsvision unter Berücksichtigung eines nachhaltigen Unternehmensleitbildes als Ausdruck des Werte- und Normengefüges anstrebt, – ethische Grundlagen der nachhaltigen Unternehmensführung beschreiben und entwickeln, – die wesentlichen Merkmale einer nachhaltigen Unternehmenskultur erkennen und interpretieren – das Konzept des Shared Value kritisch diskutieren 		
Inhalte des Moduls	Lehrveranstaltung	Präsenzstudium	Selbststudium (inkl. begleitetes Selbststudium)
	Nachhaltigkeitsmanagement	50 h	100 h
	<ul style="list-style-type: none"> – Grundlagen der Nachhaltigkeit – Rechtliche Grundlagen von Corporate Social Responsibility, Corporate Governance, ESG, Nachhaltigkeitsberichterstattung, EU Taxonomie – Grundlagen des strategischen Managements 		

	<ul style="list-style-type: none"> – Ansätze und Instrumente der externen Analyse in der strategischen Planung – Ansätze und Instrumente der internen Analyse – Strategieentwicklung, -planung und -implementierung, – Ethische Grundlagen der Unternehmensführung, -leitbild und -kultur
Zeitliche Verortung im Studienverlauf	<input type="checkbox"/> 1./2. Semester <input type="checkbox"/> 3./4. Semester <input type="checkbox"/> 5./6. Semester <input checked="" type="checkbox"/> 7./8. Semester
Lehr-/Lernform(en)	Vorlesung / Seminar
Sprache	Deutsch
Prüfungsform, -umfang, -dauer	Kombinierte Modulprüfung (Präsentation (70 %) und mündliche Prüfung (30 %))
Voraussetzungen für die Teilnahme	keine
Literaturempfehlungen	<ul style="list-style-type: none"> – Ernst, D. / Sailer, U. / Gabriel, R. (Hrsg.) (2021): Nachhaltige Betriebswirtschaft. 2., überarbeitete und erweiterte Auflage. München – Balderjahn, I. (2021). Nachhaltiges Management und Konsumentenverhalten. 2., vollständig überarbeitete Auflage. München – Bea, F. / Haas, J. (2019): Strategisches Management. 10. Auflage München – Wieland, J. (Hrsg.) (2017): Creating shared value - concepts, experience, criticism. Cham
Häufigkeit des Modulangebots	Einmal jährlich
Verwendbarkeit des Moduls	BWL – Bank- und Finanzwirtschaft [Wahlmodul] BWL – Industrielles Management [Wahlmodul] BWL – Marketing und Kommunikationswirtschaft [Wahlmodul] BWL – Management von kleinen und mittleren Unternehmen [Spezialisierung]
Besonderheiten	

BHH-Modulbeschreibung

Modulbezeichnung	Quantitative und qualitative empirische Methoden der Unternehmens- und Marktforschung		
Modul-Nr./Code			
Modulverantwortliche/ Modulverantwortlicher	Prof. Dr. Jennifer Schietzel-Kalkbrenner		
ECTS-Punkte	6		
Workload	Gesamtworkload	Präsenzstudium	Selbststudium (inkl. begleitetes Selbststudium)
	150 h	50 h	100 h
Lernort	<input checked="" type="checkbox"/> BHH <input type="checkbox"/> Berufsschule <input type="checkbox"/> Berufspraxis		
Qualifikationsziele des Moduls	<p>Innerhalb dieses Moduls wird den Studierenden ein umfassendes Verständnis der v.a. quantitativen und auch qualitativen Forschungsmethoden vermittelt. Die Studierenden werden mit dem Vorgehen der Datenerhebung für spezifische Fragestellungen vertraut gemacht und können den Einsatz ausgewählter multivariater Analyseverfahren anhand konkreter Beispiele praktisch erproben. Dadurch werden nicht nur die praktischen Anwendungsfähigkeiten der Studierenden verbessert, sondern auch ihre Fähigkeit gestärkt, geeignete Analysemethoden auszuwählen und ihre Ergebnisse verständlich zu kommunizieren. Dieses Modul baut auf den bereits vermittelten Inhalten der Modulbestandteile „Einführung in die Methoden der empirischen Sozialforschung“ und „Statistik“ auf und erweitert diese in den Bereichen Datenanalyse, Statistik und empirische Forschung.</p> <p>Ein umfassendes Verständnis von statistischen Methoden und Datenanalyse-Tools ist grundlegend, um Forschungsergebnisse zu interpretieren, Entscheidungen zu treffen und Probleme zu lösen. Dementsprechend sind quantitative Kompetenzen in vielen Berufsfeldern gefordert (insbesondere in den Sozial- und Wirtschaftswissenschaften, im Gesundheitswesen, in der Markt- und auch Bildungsforschung).</p> <p>Die Studierenden...</p> <ul style="list-style-type: none"> - kennen die Anforderungen, die an qualitative und quantitative empirische Arbeiten aus dem Umfeld der Marktforschung gestellt werden. - sind mit den erfolgsgestimmten Arbeitsschritten einer empirischen Arbeit vertraut, zu denen insbesondere die Identifikation und der Umgang mit konkreten forschungs- und praxisrelevanten Themen (z.B. Managementproblemen) sowie die fundierte Konzeption, forschungs- und theoriebasierte Hypothesenbildung, Konstruktoperationalisierung, Methodenwahl und -einsatz, Durchführung und Interpretation von Analysen sowie die erforderlichen Testverfahren zählen. 		

	<ul style="list-style-type: none"> - können zentrale multivariate Analyseverfahren, wie zum Beispiel Varianz-, Regressions-, Cluster-, Conjoint- und Faktorenanalysen differenzierter in ihrer Bedeutung für die Anwendung in der Praxis unterscheiden, die Anwendungsbereiche im jeweiligen Branchen- und Unternehmenskontext beschreiben und in Abhängigkeit des Forschungsproblems geeignete Methoden auswählen - unterscheiden damit induktive und deduktive Verfahren und können besonders im Bereich der qualitativen Vorgehensweise Forschungsfragen und darauf basierende Leitfäden selbstständig entwickeln. - können qualitative und quantitative Forschungsarbeiten mit einer Software (bspw. SPSS) auswerten und die Ergebnisse interpretieren und präsentieren. - können ausgewählte Instrumente kritisch beurteilen und im Kontext der jeweiligen betriebswirtschaftlichen Problemstellung weiterentwickeln. 		
Inhalte des Moduls	Lehrveranstaltung	Präsenzstudium	Selbststudium (inkl. begleitetes Selbststudium)
	Qualitative und quantitative empirische Methoden in der Marktforschung	50 h	100
	<ul style="list-style-type: none"> - Aufbau von wissenschaftlichen Arbeiten inkl. wissenschaftlicher Methoden - Entwicklung wissenschaftlicher Hypothesen basierend auf der Identifikation und Abstraktion betriebswirtschaftlicher Fragestellungen - Modellierung - Konstruktooperationalisierung (inkl. Vorgehen der Datenerhebung) und Validierung - Deskriptive Auswertung von quantitativen Daten - Hypothesentest und praktische Erprobung ausgewählter multivariater Analyseverfahren an konkreten Beispielen (ANOVA, Cluster-, Conjoint-, Faktoranalyse) - SPSS Einführung - Auswertung von qualitativen Daten mit Hilfe der qualitativen Inhaltsanalyse nach Mayring (2017) und der Laddering-Methode für Tiefeninterviews 		
Zeitliche Verortung im Studienverlauf	<input type="checkbox"/> 1./2. Semester <input type="checkbox"/> 3./4. Semester <input type="checkbox"/> 5./6. Semester <input checked="" type="checkbox"/> 7./8. Semester		
Lehr-/Lernform(en)	Vorlesung, Seminar (Übung), Gruppenarbeit		
Sprache	Deutsch		
Prüfungsform, -umfang, -dauer	Kombinierte Modulprüfung, bestehend aus Hausarbeit (50 %) und Präsentation (50 %)		
Voraussetzungen für die Teilnahme	Methoden- und Sozialkompetenz II		
Literaturempfehlungen	Backhaus, Klaus, Erichson, Bernd, Gensler, Sonja, Weiber, Rolf & Weiber, Thomas (2021): Multivariate Analysemethoden: Eine anwendungsorientierte Einführung, 16. Auflage, Wiesbaden: Springer Gabler.		

	<p>Bortz, Jürgen & Döring, Nicola (2016): Forschungsmethoden und Evaluation in den Sozial- und Humanwissenschaften, 5 Auflage, Berlin: Springer.</p> <p>Janssens, Wim, De Pelsmacker, Patrick, Wijnen, Katrien & Van Kenhove, Patrick (2008): Marketing Research With SPSS, Harlow: Pearson Education.</p> <p>Janssen, Jürgen & Laatz, Wilfried (2017): Statistische Datenanalyse mit SPSS: Eine anwendungsorientierte Einführung in das Basissystem und das Modul Exakte Tests, 9. Auflage, Heidelberg: Springer Gabler.</p> <p>Kromrey, Helmut, Roose, Jochen & Strübing, Jörg (2016): Empirische Sozialforschung: Modelle und Methoden der standardisierten Datenerhebung und Datenauswertung, 13. überarbeitete Auflage, Konstanz: UTB.</p> <p>Mayring, Philipp (2022): Qualitative Inhaltsanalyse - Grundlagen und Techniken, 13. Auflage, Weinheim: Beltz.</p> <p>Weiber, Rolf & Mühlheim, Daniel (2014): Strukturgleichungsmodellierung: eine anwendungsorientierte Einführung in die Kausalanalyse mit Hilfe von AMOS, SmartPLS und SPSS, 2. Auflage, Berlin: Springer Gabler.</p>
Häufigkeit des Modulangebots	Einmal jährlich
Verwendbarkeit des Moduls	<p>BWL – Bank- und Finanzwirtschaft [Wahlmodul]</p> <p>BWL – Industrielles Management [Wahlmodul]</p> <p>BWL – Marketing und Kommunikationswirtschaft [Wahlmodul]</p> <p>BWL – Management von kleinen und mittleren Unternehmen [Spezialisierung]</p>
Besonderheiten	

BHH-Modulbeschreibung

Modulbezeichnung	Personalentwicklung und Ausbilderqualifizierung		
Modul-Nr./Code			
Modulverantwortliche/ Modulverantwortlicher	Prof. Dr. Uwe Schaumann		
ECTS-Punkte	6		
Workload	Gesamtworkload	Präsenzstudium	Selbststudium (inkl. begleitetes Selbststudium)
	150	60	90
Lernort	<input checked="" type="checkbox"/> BHH <input type="checkbox"/> Berufsschule <input type="checkbox"/> Berufspraxis/Unternehmen		
Qualifikationsziele des Moduls	<p>Die Studierenden können</p> <ul style="list-style-type: none"> • die Aufgaben und Zielsetzung sowie Inhalte und Instrumente der Personalentwicklung beschreiben und beurteilen • Verfahren zur Feststellung des Personalentwicklungsbedarfs aufzeigen und anwenden • den Personalentwicklungsbedarf im Unternehmen analysieren, bewerten und geeignete Maßnahmen ableiten • unterschiedliche Qualifizierungsmaßnahmen und -methoden darstellen sowie bedarfs- und zielgruppengerecht auswählen • die Wirkung von PE-Maßnahmen feststellen und bewerten • berufspädagogische, ökonomische, gesellschaftliche und rechtlichen Rahmenbedingungen der Ausbildung erörtern • einen systematischen Ablauf der Ausbildungsplanung aufzeigen und die Planung der Ausbildung kriteriengeleitet durchführen • die Einstellung von Auszubildenden vorbereiten und unter Beachtung unterschiedlicher Rahmenbedingungen durchführen • die Ausbildung am Arbeitsplatz gestalten und geeignete Ausbildungsmittel auswählen • den Lernprozess der Auszubildenden unter Berücksichtigung der individuellen Kompetenzen und Lernvoraussetzungen sowie von Teamprozessen fördern • betriebliche Leistungen von Auszubildenden beurteilen, Auszubildende angemessen auf Prüfungen vorbereiten und das Ausbildungs-verhältnis ordnungsgemäß abschließen sowie Maßnahmen zur Bindung von Auszubildenden entwickeln 		
Inhalte des Moduls	Lehrveranstaltung	Präsenzstudium	Selbststudium
	Personalentwicklung	16	25
	Ausbilderqualifizierung	44	65

	<ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen der Personalentwicklung (PE) • Begriff, Aufgaben und Zielsetzung von PE • Bedarfsanalyse, Zielbestimmung, Planung • Durchführung von PE • Transfer und PE-Controlling • Herausforderungen von PE in KMU
	<ul style="list-style-type: none"> • Ausbildungsvoraussetzungen • Ausbildungsplanung • Ausbildungsvorbereitung, • Einstellung von Auszubildenden • Ausbildungsdurchführung • Ausbildungsmethoden und -medien • Ausbildungsunterstützung • Zielgruppendifferenzierung (leistungsschwächere und leistungsstärkere Auszubildende) • Teamarbeit • Leistungsbeurteilung • Mitarbeiterbindung
Zeitliche Verortung im Studienverlauf	<input type="checkbox"/> 1./2. Semester <input type="checkbox"/> 3./4. Semester <input type="checkbox"/> 5./6. Semester <input checked="" type="checkbox"/> 7./8. Semester
Lehr-/Lernform(en)	Seminar, Übung und Vorlesung
Sprache	Deutsch
Prüfungsform, -umfang, -dauer	Kombinierte Modulprüfung (Klausur (180 Minuten) (50 %) und Portfolio, bestehend aus Praktischer Prüfung mit Präsentation und Fachgespräch (50 %))
Voraussetzungen für die Teilnahme	
Literaturempfehlungen	<ul style="list-style-type: none"> • Bröckermann, R.; Müller-Vorbrüggen, M.; Radel, J. (Hrsg.): Handbuch Personalentwicklung – Die Praxis der Personalbildung, Personalförderung und Arbeitsstrukturierung. 4., überarbeitete und erweiterte Auflage, Stuttgart 2016 • Becker, M.: Personalentwicklung – Bildung, Förderung und Organisationsentwicklung in Theorie und Praxis. 6., überarbeitete und aktualisierte Auflage, Stuttgart 2013 • Solga, M.; Mattenklott, A.; Ryschka, J (Hrsg.): Praxishandbuch Personalentwicklung – Instrumente, Konzepte, Beispiele. 3., vollständig überarbeitete und erweiterte Auflage, Wiesbaden 2011 • Sackmann - das Lehrbuch für die Meisterprüfung Teil IV. 43. Auflage, Düsseldorf 2020 • Gesetz zur Ordnung des Handwerks, 55. Auflage, Verlagsanstalt Handwerk. Düsseldorf 2021 • Dietl, S. F.; Weiß, R; Schmidt, H.; Wittwer, W. (Hrsg.): Ausbilder-Handbuch. Deutscher Wirtschaftsdienst. Verlag C.H. Beck. 2019
Häufigkeit des Modulangebots	Einmal jährlich
Verwendbarkeit des Moduls	BWL – Management von kleinen und mittleren Unternehmen [Spezialisierung]

	BWL – Bank- und Finanzwirtschaft [Wahlmodul] BWL – Marketing und Kommunikationswirtschaft [Wahlmodul] BWL – Industrielles Management [Wahlmodul]
Besonderheiten	<p>Anrechnung auf die Ausbilderqualifikation für Studierende der BHH: In Verbindung mit dem Modul „Personal und Führung“ wird mit diesem Modul „Personalentwicklung und Ausbilderqualifizierung“ die Voraussetzung geschaffen, dass nach Abschluss des Studiums eine Anerkennung für die für Ausbilderinnen und Ausbilder erforderlichen berufs- und arbeitspädagogischen Kenntnisse auf Basis von § 45 (3) in Verbindung mit § 46 (3) der Handwerksordnung durch die zuständige Stelle (i. d. R. Handwerkskammer) erfolgt.</p> <p>Der anerkannte berufs- und arbeitspädagogische Teil ist (ergänzend zur Berufsausbildung und -erfahrung) notwendige Voraussetzung für die Tätigkeit einer Ausbilderin/eines Ausbilders in einem Unternehmen.</p> <p>Vergleichbare Regelungen zum Erwerb und zur Anerkennung der berufs- und arbeitspädagogischen Fertigkeiten, Kenntnisse und Fähigkeiten enthält auch die Ausbildereignungsverordnung (AEVO).</p>

BHH-Modulbeschreibung

Modulbezeichnung	Führung in Familienunternehmen		
Modul-Nr./Code			
Modulverantwortliche/ Modulverantwortlicher	Prof. Dr. Uwe Schaumann		
ECTS-Punkte	6		
Workload	Gesamtworkload	Präsenzstudium	Selbststudium
	150 h	50 h	100 h
Lernort	<input checked="" type="checkbox"/> BHH <input type="checkbox"/> Berufsschule <input type="checkbox"/> Berufspraxis		
Qualifikationsziele des Moduls	<p>Als Familienunternehmen gelten in der Regel Unternehmen, bei denen natürliche Personen bzw. ihre Familienangehörigen wenigstens 50 Prozent der Unternehmensanteile halten und diese natürlichen Personen bzw. ihre Familienangehörigen gleichzeitig auch der Geschäftsführung des Unternehmens angehören (Einheit von Eigentum und Leitung). Diese Einheit ist gerade in kleinen und mittleren Unternehmen des Handwerks oder in mittelständischen Betrieben anderer Wirtschaftszweige oftmals vorhanden und bringt besondere Herausforderungen und Chancen für sämtliche Führungsthemen mit sich. In diesem Modul erfolgt deshalb der Fokus auf führungsrelevante Anforderungen und Herausforderungen von potenziellen Führungskräften in Familienunternehmen (z. B. Söhne, Töchter, Neffen, Nichten von/in Familienunternehmen). Durch Inhalte zur Kommunikation und zum Konfliktmanagement werden die in den Modulen PSK I und PSK II grundgelegten Kompetenzen weiter ausgebaut bzw. vertieft.</p> <p>Darüber hinaus ergänzt das Wahlmodul Führung in Familienunternehmen mit dem Fokus auf unterschiedliche Führungsthemen das Pflichtmodul Unternehmertum III: Unternehmensnachfolge und Familienunternehmen. Dort liegt der Schwerpunkt auf der Analyse und Gestaltung des Nachfolgeprozesses unter verschiedenen Blickwinkeln (z. B. organisatorisch, rechtlich, finanzwirtschaftlich) mit Bezug zum vielschichtigen Einfluss der Unternehmerfamilie.</p> <p>Die Studierenden können ...</p> <ul style="list-style-type: none"> • personalwirtschaftlich relevante Chancen und Herausforderungen bei der Planung sowie bei der Übernahme eines Unternehmens als Angehöriger in einem Familienunternehmen aufzeigen, beurteilen und sozial verantwortlich gestalten • die besondere Rolle von Angehörigen als Führungskraft in familiengeführten Unternehmen insbesondere bei der Planung, Ausführung, und Kontrolle typischer Führungsaufgaben beschreiben, analysieren und bewerten sowie Führungsinstrumente auswählen und einsetzen • Notwendigkeit der Führung der eigenen Person als Gegenstand von Führungsaufgaben erkennen, eigene Handlungs- 		

	<p>und Verhaltensweisen reflektieren und Persönlichkeitsmanagement betreiben</p> <ul style="list-style-type: none"> • die Herausforderungen von Angehörigen als Führungskraft in familiengeführten Unternehmen in Bezug auf die Gestaltung von Kommunikation, Motivation und potenziellen Konflikten mit unterschiedlichen Mitarbeitenden erkennen, analysieren und beurteilen sowie grundsätzliche Lösungsvorschläge unterbreiten • die Herausforderungen von Angehörigen als Führungskraft in familiengeführten Unternehmen in Bezug auf die Gestaltung der Interaktionsbeziehung mit wesentlichen, insbesondere externen Stakeholdern erkennen, analysieren und beurteilen sowie Lösungsvorschläge unterbreiten • die vielseitigen z. T. unterschiedlichen Interessen und Vorstellungen anderer Familienangehöriger an die familienzugehörige Führungskraft darstellen und potenzielle Spannungsfelder aufzeigen sowie unter Beachtung von insbesondere Zielkonflikten evaluieren sowie Gestaltungsmöglichkeiten aufzeigen • bezugswissenschaftliche Befunde wirtschafts- und sozialwissenschaftlicher Disziplinen für die Analyse, Beurteilung und Gestaltung der Unternehmensnachfolge heranziehen 		
Inhalte des Moduls	Lehrveranstaltung	Präsenzstudium	Selbststudium
	Unternehmensnachfolge und Führung	50	100
	<ul style="list-style-type: none"> – Planung und Übernahme eines Familienunternehmens – Führungsaufgaben und -instrumente – Persönlichkeitsmanagement – Kommunikation – Motivation – Konfliktmanagement – Corporate Social Responsibility 		
Zeitliche Verortung im Studienverlauf	<input type="checkbox"/> 1./2. Semester <input type="checkbox"/> 3./4. Semester <input type="checkbox"/> 5./6. Semester <input checked="" type="checkbox"/> 7./8. Semester		
Lehr-/Lernform(en)	Seminar mit Fallstudien und Übungen		
Sprache	Deutsch		
Prüfungsform, -umfang, -dauer	Portfolio (Praxisbericht mit Präsentation)		
Voraussetzungen für die Teilnahme	Modul: Personal und Führung Modul: Unternehmertum I: Unternehmensgründung und Entrepreneurship Modul: Unternehmertum III: Unternehmensnachfolge und Familienunternehmen		
Literaturempfehlungen	Wimmer, Rudolf: Führung und Organisation in Familienunternehmen Aufbruch zu zukunftsfähigen Unternehmensstrukturen. Stuttgart 2022		

	<p>Rüsen, Tom A. (Hrsg.): Theorie und Praxis der Unternehmerfamilie und des Familienunternehmens. Festschrift für Arist von Schlippe. Göttingen 2021</p> <p>Rosenstiel, Lutz von; Regnet, E.; Domsch, Michel E. (Hrsg.): Führung von Mitarbeitern – Handbuch für erfolgreiches Personalmanagement. 8., aktualisierte und überarbeitete Auflage. Stuttgart 2020</p> <p>Hülsbeck, Marcel; Klinken, Philip; Jansen, Till: Persönliche Kompetenzen in der Nachfolge - Eine Studie des Wittener Instituts für Familienunternehmen in Kooperation mit der Banque de Luxembourg. Witten 2019</p> <p>Rüsen, Tom A.; Schlippe, Arist von (Hrsg.): Dynamiken in Familie und Unternehmen. Göttingen 2017</p> <p>Großmann, Steffen: Konflikte und Krisen in Familienunternehmen. Eine Untersuchung der Wechselwirkungen zwischen Konflikten in Familie und Unternehmen und dem Untergang von Familienunternehmen. Göttingen 2014</p> <p>Altenburger, Reinhard; Schmidpeter, René: CSR und Familienunternehmen - Gesellschaftliche Verantwortung im Spannungsfeld von Tradition und Innovation. Wiesbaden 2018</p>
Häufigkeit des Modulangebots	1 x jährlich
Verwendbarkeit des Moduls	<p>BWL – Management von kleinen und mittleren Unternehmen [Spezialisierung]</p> <p>BWL – Industrielles Management [Wahlmodul]</p> <p>BWL – Marketing und Kommunikationswirtschaft [Wahlmodul]</p>
Besonderheiten	

BHH-Modulbeschreibung

Modulbezeichnung	Intrapreneurship, Entrepreneurship und Leadership		
Modul-Nr./Code			
Modulverantwortliche/ Modulverantwortlicher	Prof. Dr. Jutta Franke		
ECTS-Punkte	6		
Workload	Gesamtworkload	Präsenzstudium	Selbststudium (inkl. begleitetes Selbststudium)
	150 h	50 h	100 h
Lernort	<input checked="" type="checkbox"/> BHH <input type="checkbox"/> Berufsschule <input type="checkbox"/> Berufspraxis		
Qualifikationsziele des Moduls	<p>Unternehmerisches Handeln. Verantwortung für Ergebnisse und Prozesse in Unternehmen haben, Vorbildfunktionen annehmen, Organisationen für die Zukunft strukturell aufstellen, diese Aufgaben werden von Studierenden im Verlauf der Ausbildung und des Studiums erfahren. In dem Wahlfach werden die wesentlichen Theorien und Erkenntnisse zum Handeln als Unternehmer / als Unternehmerin aufgenommen und für die Anwendung in der eigenen Berufspraxis evaluiert.</p> <p>Die Studierenden ...</p> <ul style="list-style-type: none"> – kennen die grundlegende Theorien zu und Differenzierungen von Entre- und Intrapreneurship, – ordnen die Ansätze in die Organisationstheorie und Forschungsansätze der Unternehmensführung ein, – erkennen und reflektieren kritisch die unternehmerische Verantwortung und Nachhaltigkeit als erstrebenswerte Orientierung eines Intra- und Entrepreneurships, – diskutieren und beurteilen den gesellschaftspolitischen und sozialverantwortlichen Kontext für Intra- und Entrepreneurship, – wenden Instrumente verantwortlichen Unternehmertums wie z. B. CSR und Corporate Governance exemplarisch an und reflektieren diese kritisch, – diskutieren Konzepte und Theorien des Leadership und ihre Bedeutung für Intra- und Entrepreneurship, – analysieren Chancen und Risiken für Unternehmen, Ressourcen, Organisation und Märkte für das Intra- und Entrepreneurship, – evaluieren Prozesse der Gründung von Unternehmen oder Unternehmenseinheiten intern und extern bestehender Unternehmen – wenden den Businessplan als Strukturierungsinstrument von Unternehmensgründung an und beurteilen seine Aussagekraft. – setzen sich mit der Bedeutung und Umsetzung von Leadership für Intrapreneur- und Entrepreneurship auseinander – evaluieren Fallstudien und Praxisbeispiele zu Intra- und Entrepreneurship 		

Inhalte des Moduls	Lehrveranstaltung	Präsenzstudium	Selbststudium (inkl. begleitetes Selbststudium)
	Entrepreneurship	50 h	100 h
	<ul style="list-style-type: none"> – Grundlegende Konzepte, Differenzierungen und Fallstudien zu Intrapreneurship und Entrepreneurships – Gesellschaftspolitische und soziale Verantwortung für die Gründung von Unternehmen und Unternehmenseinheiten – Grundlegende Kompetenzen von Unternehmern – Unternehmerische Chancen und Risiken – Ressourcen, Organisation und Umwelt als grundlegende Elemente des Entrepreneurships – Prozess der Unternehmensgründung und des Aufbaus neuer Unternehmenseinheiten – Businessplan als Strukturierungsinstrument der Unternehmensgründung 		
Zeitliche Verortung im Studienverlauf	<input type="checkbox"/> 1./2. Semester <input type="checkbox"/> 3./4. Semester <input type="checkbox"/> 5./6. Semester <input checked="" type="checkbox"/> 7./8. Semester		
Lehr-/Lernform(en)	Vorlesung / Seminar/Fallstudien, ggf. Gastvorträge		
Sprache	Deutsch		
Prüfungsform, -umfang, -dauer	Portfolio		
Voraussetzungen für die Teilnahme			
Literaturempfehlungen	<ul style="list-style-type: none"> – Fueglistaller, U. ; Fust, A.; Müller C.; Müller S.; Zellweger, T.: Entrepreneurship. Modelle, Umsetzung, Perspektiven. 5. überarb. Aufl., Wiesbaden: Springer Gabler – Freiling, J.; Harima, J.: Entrepreneurship. Gründung und Skalierung von Start-ups. Wiesbaden: Springer Gabler Kraus, Rafaela; Kreitenweis, Tanja; Jeraj, Brigita (Hrsg.): Intrapreneurship. Unternehmmergeist, Systeme und Gestaltungsmöglichkeiten, Springer Gabler 2022 – Sieper, Marc; Spital, Sebastian: Intrapreneurship als Bestandteil der Unternehmenskultur. Voraussetzungen für eine erfolgreiche Implementierung. Grin Verlag 2007 – Vogelsang, E.; Fink, C.; Baumann, M.: Existenzgründung und Businessplan. Ein Leitfaden für erfolgreiche Start-ups. 5., neu bearb. Aufl., Berlin: Erich Schmidt Verlag 		
Häufigkeit des Modulangebots	Einmal jährlich		
Verwendbarkeit des Moduls	BWL – Bank- und Finanzwirtschaft [Wahlmodul] BWL – Industrielles Management [Wahlmodul] BWL – Marketing und Kommunikationswirtschaft [Wahlmodul] BWL - Management von kleinen und mittleren Unternehmen [Spezialisierung]		

Besonderheiten	
-----------------------	--