

Hochschule Karlsruhe
University of
Applied Sciences



Fakultät für
Wirtschafts-
wissenschaften

Modulhandbuch

Betriebswirtschaftslehre

(BWLM)

Abschluss: Master of Science

Stand: 04.05.2026

(SPO Version 8)

Inhaltsverzeichnis

1. Semester

BWLM110 Quantitative Methoden	4
BWLM120 Qualitative Methoden	7
BWLM130 Unternehmensberichterstattung & Wirtschaftsprüfung	10
BWLM140 Global Economic Environment	13
BWLM150 International Management	15
BWLM160 Applied Strategic Business Management	17
BWLM170 Recht im digitalen Unternehmen	20
BWLM180 Mathematische Modellierung	22

2. Semester

BWLM250 Wahlpflichtfach I	26
BWLM260 Wahlpflichtfach II	28

Vertiefung Digital Marketing and Sales Management

BWLM210D Data-Driven Marketing Automation	31
BWLM220D Digital Commerce & Customer Experience Management	33
BWLM230D Digital Business Strategy & Transformation	37
BWLM240D Digitales Personalmarketing	40

Vertiefung Konzernmanagement

BWLM210K Unternehmenssteuerung	44
BWLM220K Unternehmensbewertung, Risiko & Rechnungslegung	47
BWLM230K Corporate Funding & Investor Relations	51
BWLM240K Corporate Governance	53

3. Semester

BWLM310 Master-Seminar	56
BWLM320 Master-Thesis	58
BWLM330 Kolloquium zur Master-Thesis	60

1. Semester

- BWLM110** Quantitative Methoden
- BWLM120** Qualitative Methoden
- BWLM130** Unternehmensberichterstattung & Wirtschaftsprüfung
- BWLM140** Global Economic Environment
- BWLM150** International Management
- BWLM160** Applied Strategic Business Management
- BWLM170** Recht im digitalen Unternehmen
- BWLM180** Mathematische Modellierung

BWLM110 Quantitative Methoden

Modulname: Quantitative Methoden

Modulbezeichnung	Quantitative Methoden
EDV-Bezeichnung	BWLM110
Modulverantwortliche(r)	Susanne Kruse Vertretung: Hagen Krämer
Modulumfang (ECTS)	3 CP
Einordnung (Semester)	1. Semester

Inhaltliche Voraussetzungen

Einführung in wissenschaftliches Arbeiten, Grundkenntnisse der deskriptiven Statistik und der Wahrscheinlichkeitsrechnung, grundlegende mathematische Kenntnisse.

Voraussetzungen nach SPO

-

Lernergebnisse und Kompetenzen

Die Studierenden erwerben methodische Kompetenzen zur Anwendung statistischer Verfahren in den Wirtschaftswissenschaften. Sie sind sowohl im wissenschaftlichen als auch im beruflichen Kontext in der Lage, geeignete Methoden der induktiven Statistik auszuwählen, korrekt anzuwenden, mithilfe geeigneter Softwarelösungen durchzuführen sowie die Ergebnisse kritisch zu reflektieren und im betriebswirtschaftlichen Kontext zu interpretieren.

Nach erfolgreichem Abschluss der Lehrveranstaltung sind die Studierenden in der Lage:

- ein vertieftes Verständnis der Grundbegriffe und Konzepte der induktiven Statistik zu entwickeln und diese in komplexen Anwendungskontexten einzusetzen,
- empirische Fragestellungen methodisch fundiert in geeignete Schätz- und Testverfahren zu übersetzen,
- Schätzverfahren für Mittelwerte und Anteilswerte theoriegeleitet und mithilfe statistischer Software anzuwenden und deren Ergebnisse kritisch zu reflektieren,
- Hypothesen zu Mittelwerten, Anteilswerten, Zusammenhängen und Verteilungen präzise zu formulieren und mit statistischen Verfahren softwaregestützt zu überprüfen,
- die Validität, Reliabilität und Generalisierbarkeit statistischer Ergebnisse differenziert zu beurteilen,
- quantitative Forschungsergebnisse adressatengerecht aufzubereiten und in wirtschaftswissenschaftliche Entscheidungsprozesse zu integrieren.

Die Studierenden entwickeln sowohl ein fundiertes theoretisch-methodisches Verständnis der induktiven Statistik als auch praktische Fertigkeiten, die sie in die Lage versetzen, empirische Fragestellungen im Rahmen wissenschaftlicher Arbeiten (insbesondere der Master-Thesis) oder praxisnaher Problemstellungen zu bearbeiten.

Prüfungsleistung	Portfolio / 1 Semester oder Klausur / 45 Minuten
-------------------------	---

Lehrveranstaltung: Quantitative Methoden

EDV-Bezeichnung	BWLM111
Dozent/in	Susanne Kruse Vertretung: Hagen Krämer
Umfang (SWS)	2 SWS
Turnus	Sommer- und Wintersemester
Art / Modus	V+Ü - Vorlesung mit integrierter Übung / Pflichtfach
Lehrsprache	Deutsch

Studieninhalte

Zentrale Inhalte sind:

- Grundbegriffe und Konzepte der induktiven Statistik (Stichprobe, Grundgesamtheit, Parameter, Schätzer, Teststatistik, Fehlerarten, Gütemaße, Signifikanzniveau, p-Wert),
- Schätzen und Testen von Mittelwerten einer Grundgesamtheit,
- Schätzen und Testen von Anteilswerten einer Grundgesamtheit,
- Testen des Zusammenhangs zweier Merkmale ,
- Testen einer Verteilungshypothese,
- Interpretation und Einordnung statistischer Ergebnisse in wirtschaftswissenschaftliche Fragestellungen.

Die Schwerpunkte liegen auf:

- der softwaregestützten praktischen Anwendung der Methoden bei der Durchführung von Schätz- und Testverfahren,
- der kritischen Reflexion von Analyseergebnissen im Hinblick auf Güte und Aussagekraft,
- der Interpretation der Ergebnisse bei der Anwendung auf betriebswirtschaftliche Fragestellungen und deren Relevanz.

Empfohlene Literatur

Auer, B.; Rottmann, H.: Statistik und Ökonometrie für Wirtschaftswissenschaftler, Springer Gabler Verlag.

Field, A.; van Doorn, J.; Wagenmakers, E.J.: Discovering Statistics Using JASP, Sage Publications.
(Jeweils in der neuesten Auflage)

Anmerkungen

Zur selbständigen Schließung von möglicherweise vorhandenen Wissenslücken aus dem Bachelorstudium wird die folgende Literatur empfohlen:

Arens, T.; Hettlich, F.; Karpfinger, C.; Kockelkorn, U.; Lichtenegger, K.; Stache, H.: Mathematik, Springer Verlag.

Balzert, H.; Schröder, M.; Schäfer, C.: Wissenschaftliches Arbeiten – Ethik, Inhalt & Form wissenschaftlicher Arbeiten, Handwerkszeug, Quellen, Projektmanagement, Präsentation, 3. Auflage, DOI: 10.18420/LB-WissArbeiten

Kruse, S.: Basiswissen Statistik für Betriebswirte – Von der Datenauswertung zu statistisch gesicherten Rückschlüssen, Springer Gabler.

BWLM120 Qualitative Methoden

Modulname: Qualitative Methoden

Modulbezeichnung	Qualitative Methoden
EDV-Bezeichnung	BWLM120
Modulverantwortliche(r)	Hagen Krämer Vertretung: Susanne Kruse
Modulumfang (ECTS)	3 CP
Einordnung (Semester)	1. Semester

Inhaltliche Voraussetzungen

Einführung in wissenschaftliches Arbeiten, Grundbegriffe empirischer Forschung, Textanalyse, Quellenkritik, Reflexionsfähigkeit.

Voraussetzungen nach SPO

-

Lernergebnisse und Kompetenzen

Die Studierenden erwerben praxisrelevante methodische Kompetenzen, um komplexe betriebswirtschaftliche Fragestellungen mit qualitativen Forschungsmethoden zu analysieren, theoriegeleitet zu strukturieren und reflektiert zu bearbeiten.

Nach erfolgreichem Abschluss dieser Lehrveranstaltung sind die Studierenden in der Lage:

- betriebswirtschaftliche Problemstellungen in qualitative Forschungsfragen zu übersetzen,
- geeignete qualitative Methoden und Designs auszuwählen, anzuwenden und methodisch zu begründen,
- eigenständig Interviews, Beobachtungen, Fallstudien oder qualitative Umfragen zu planen und durchzuführen,
- qualitative Daten systematisch auszuwerten und zu interpretieren (z. B. mit Inhaltsanalyse oder Grounded Theory),
- qualitative Forschungsprojekte nach wissenschaftlichen Standards zu dokumentieren und kritisch zu reflektieren,
- die methodische Qualität qualitativer Studien zu beurteilen und ihre Ergebnisse in den betriebswirtschaftlichen Kontext einzuordnen,
- zentrale wissenschaftstheoretische Positionen zu benennen und deren Bedeutung für qualitative Forschung einzuordnen.

Die Studierenden entwickeln sowohl ein fundiertes theoretisch-methodisches Verständnis als auch praktische Forschungskompetenzen, die sie in die Lage versetzen, wirtschaftswissenschaftliche Problemstellungen im akademischen wie auch im anwendungsorientierten Kontext eigenständig zu untersuchen. Diese Fähigkeiten qualifizieren die Studierenden für die eigenständige Konzeption und Durchführung theoretischer und empirischer Arbeiten im Rahmen der

Masterthesis, bei der sie die erworbenen Kenntnisse gezielt zur Entwicklung einer Forschungsfrage, Auswahl geeigneter qualitativer Methoden, Datenerhebung und -auswertung sowie zur wissenschaftlichen Argumentation und Dokumentation anwenden können.

Prüfungsleistung Portfolio / 1 Semester
oder Klausur / 45 Minuten

Lehrveranstaltung: Qualitative Methoden

EDV-Bezeichnung	BWLM121
Dozent/in	Hagen Krämer Vertretung: Susanne Kruse
Umfang (SWS)	2 SWS
Turnus	Sommer- und Wintersemester
Art / Modus	V+Ü – Vorlesung mit integrierter Übung / Pflichtfach
Lehrsprache	Deutsch

Studieninhalte

Zentrale Inhalte sind:

- Wissenschaftstheoretische Grundpositionen (z. B. Kritischer Rationalismus, Positivismus, Konstruktivismus, interpretative Paradigmen)
- Anforderungen an wissenschaftliches Arbeiten (Forschungslogik, Erkenntnisinteresse, Gütekriterien, Objektivität)
- Qualitätskriterien qualitativer Forschung (z. B. Vertrauenswürdigkeit, Übertragbarkeit, Zuverlässigkeit, Bestätigbarkeit)
- Entwicklung und Operationalisierung von Forschungsfragen und Hypothesen
- Auswahl und Begründung geeigneter qualitativer Designs

Ein Schwerpunkt liegt auf der anwendungsbezogenen Einführung in qualitative Methoden der Wirtschaftswissenschaften. Behandelt werden u. a.:

- Leitfadeninterviews und Experteninterviews
- Fallstudienforschung (Einzelfall- und Vergleichsstudien)
- Beobachtungen (teilnehmend/nicht-teilnehmend)
- Qualitative Umfragen (offene Fragen, explorative Erhebungen)
- Qualitative Inhaltsanalyse
- Experimente in der wirtschaftswissenschaftlichen Forschung (z. B. verhaltensökonomische Designs)
- Methodenmix (z. B. Triangulation qualitativer und quantitativer Ansätze)
- Auswertungsverfahren: Qualitative Inhaltsanalyse (nach Mayring u. a.), Grounded Theory, Kodierungstechniken und interpretative Verfahren

Empfohlene Literatur

- Bailey, Stephen, Academic Writing for International Students of Business and Economics, London/New York.
- Döring, Nicola, Forschungsmethoden und Evaluation in den Sozial- und Humanwissenschaften, Berlin.
- Ebster, Claus und Stalzer, Lieselotte, Wissenschaftliches Arbeiten für Wirtschafts- und Sozialwissenschaftler, Wien.
- Kornmeier, Martin, Wissenschaftstheorie und wissenschaftliches Arbeiten. Eine Einführung für Wirtschaftswissenschaftler, Wiesbaden.
- Kornmesser, Stephan und Büttemeyer, Wilhelm, Wissenschaftstheorie. Eine Einführung, Wiesbaden.
- Krell, Claudia und Lamnek, Siegfried, Qualitative Sozialforschung, Weinheim.
- Saunders, Mark, Lewis, Philip und Thornhill, Adrian, Research Methods for Business Students, Harlow.
- Schnell, Rainer, Hill, Paul B. und Esser, Elke, Methoden der empirischen Sozialforschung, München, Wien.

(Jeweils in der neuesten Auflage)

Anmerkungen

-

BWLM130 Unternehmensberichterstattung & Wirtschaftsprüfung

Modulname: Unternehmensberichterstattung & Wirtschaftsprüfung

Modulbezeichnung	Unternehmensberichterstattung & Wirtschaftsprüfung
EDV-Bezeichnung	BWLM130
Modulverantwortliche(r)	Katrin Haußmann, Jörg Wöltje, Özlem Gutekunst
Modulumfang (ECTS)	3 CP
Einordnung (Semester)	1. Semester

Inhaltliche Voraussetzungen

Grundlagen des externen und internen Rechnungswesens, des Controlling und der Steuerlehre, wie sie in den einschlägigen Bachelorstudiengängen vermittelt werden.

Voraussetzungen nach SPO

-

Lernergebnisse und Kompetenzen

Die Studierenden erwerben vertiefte Kenntnisse der externen Unternehmensberichterstattung – sowohl finanzieller als auch nichtfinanzieller Berichte – sowie deren Weiterentwicklung im nationalen und internationalen Kontext. Ziel ist es, sie zu befähigen, den steigenden Informationsanforderungen von Investoren, Analysten, Aufsichtsbehörden und weiteren Stakeholdern gerecht zu werden.

Nach Abschluss des Moduls sind sie in der Lage, die wirtschaftliche Lage und Zukunftsfähigkeit von Unternehmen unter Einbezug aktueller Forschungsergebnisse zu beurteilen und sich kritisch mit den Techniken und Grenzen der Informationsgewinnung in der Jahresabschlussanalyse auseinanderzusetzen.

Prüfungsleistung	Klausur / 45 Minuten oder Studienarbeit / 4 Woche(n) oder Studienarbeit / 2 Woche(n) + Referat / 10 Minuten oder Mündliche Prüfung / 20 Minuten
-------------------------	--

Lehrveranstaltung: Unternehmensberichterstattung & Wirtschaftsprüfung

EDV-Bezeichnung	BWLM131
Dozent/in	Özlem Gutekunst, Katrin Haußmann, Jörg Wöltje Özlem Gutekunst
Umfang (SWS)	2 SWS

Turnus	Sommer- und Wintersemester
Art / Modus	V+Ü – Vorlesung mit integrierter Übung / Pflichtfach
Lehrsprache	Deutsch

Studieninhalte

Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls verfügen die Studierenden über vertiefte Kenntnisse der externen Unternehmensberichterstattung und Wirtschaftsprüfung im nationalen sowie internationalen Kontext. Sie können finanzielle und nichtfinanzielle Berichte, einschließlich Jahres- und Konzernabschlüssen sowie Lage- und Nachhaltigkeitsberichten, unter Berücksichtigung relevanter rechtlicher, institutioneller und regulatorischer Rahmenbedingungen analysieren und kritisch beurteilen.

In der Lehrveranstaltung wird der aktuelle Stand der Unternehmensberichterstattung vermittelt. Die theoretischen Grundlagen werden durch praxisnahe Beispiele und Übungen vertieft. Die inhaltlichen Schwerpunkte können je nach Bedarf variieren. Beispielsweise sind folgende Inhalte möglich:

- Corporate Governance, Unternehmensethik und Nachhaltigkeit
- Funktionen der Berichterstattung
- Jahres- und Konzernabschluss als Grundlage der Unternehmensberichterstattung (Bilanz, GuV, Kapitalflussrechnung, Anhang, Lagebericht mit Nachhaltigkeitsbericht) sowie Konzernlagebericht
- Rechtsrahmen und institutionelle Rahmenbedingungen (HGB, IFRS, EU-Vorgaben, Standardsetter)
- Möglichkeiten der Jahresabschlusspolitik nach HGB und IFRS sowie Analyse ausgewählter Kennzahlen aus Geschäftsberichten.
- Spezielle Rechnungslegungsthemen (z. B. Bilanzierung von Finanzinstrumenten, Leasing, Unternehmenszusammenschlüssen)
- Besonderheiten der Konzernrechnungslegung und im Konzernabschluss
- Konzernbesteuerung und Steuergestaltung
- Erweiterte Berichterstattung: Segmentberichterstattung, Risikoberichterstattung, Corporate-Governance- und Vergütungsberichte
- Nachhaltigkeits- und Integrated Reporting: ESRS, EU-Taxonomie, CSRD, GRI-Standards, DNK etc.
- Neue internationale Entwicklungen und Trends sowie aktuelle Forschungsdiskussionen in der Unternehmensberichterstattung
- Fallstudienarbeit zur Erstellung und Analyse von Unternehmensberichten

Empfohlene Literatur

- Baetge, J. / Kirsch, H.-J. / Thiele, S.: Konzernbilanzen, 15. Auflage, Düsseldorf, 2024.
- Coenenberg, A. G. / Haller, A. / Schultze, W.: Jahresabschluss und Jahresabschlussanalyse, 27. Auflage, Stuttgart, 2024.

- Fink, C. / Kajüter, P.: Lageberichterstattung – Erstellung und Prüfung nach HGB, DRS und IFRS, 2. Auflage, Stuttgart, 2021.
- Küting, K. / Weber, C.-P.: Der Konzernabschluss: Praxis der Rechnungslegung nach HGB und IFRS, 14. Auflage, Stuttgart, 2018.
- Pellens, B. / Fülbier, R. U. / Gassen, J. / Sellhorn, T.: Internationale Rechnungslegung, 11. Auflage, Stuttgart, 2021.
- Sopp, K. / Baumüller, J. / Scheid, O.: Nachhaltigkeitsberichterstattung, 5. Aufl., Herne, 2025.
- Wöltje, J.: Jahresabschluss Schritt für Schritt, 7. Auflage, München, 2025.
- Wöltje, J.: IFRS-Rechnungslegung Schritt für Schritt, München, 2025.
- Wöltje, J.: Bilanzen lesen verstehen gestalten, 16. Auflage, Freiburg, 2026.
- WP Handbuch, 19. Auflage, Düsseldorf, 2025.
- Aktuelle wissenschaftliche Aufsätze aus Fachzeitschriften (z. B. Accounting in Europe, European Accounting Review, KoR - Zeitschrift für internationale und kapitalmarktorientierte Rechnungslegung).

Anmerkungen

-

BWLM140 Global Economic Environment

Modulname: Global Economic Environment

Modulbezeichnung	Global Economic Environment
EDV-Bezeichnung	BWLM140
Modulverantwortliche(r)	Hagen Krämer Vertretung: Johannes Schmidt
Modulumfang (ECTS)	3 CP
Einordnung (Semester)	1. Semester

Inhaltliche Voraussetzungen

- Grundkenntnisse in Mikro- und Makroökonomik sowie in International Economics

Voraussetzungen nach SPO

–

Lernergebnisse und Kompetenzen

Das Modul Global Economic Environment befähigt die Studierenden, komplexe und dynamische ökonomische Zusammenhänge im internationalen Umfeld zu analysieren, theoriegeleitet zu durchdringen und auf praxisrelevante Fragestellungen anzuwenden. Sie erwerben vertiefte Kenntnisse über internationale Handelsbeziehungen, Zahlungsbilanzen, Wechselkursregime, geld- und fiskalpolitische Maßnahmen sowie aktuelle Entwicklungen auf internationalen Finanz- und Kapitalmärkten.

Die Studierenden sind nach erfolgreichem Abschluss in der Lage,

- wissenschaftliche Theorien und Modelle kritisch zu reflektieren, deren Relevanz für die berufliche Praxis zu erkennen und mit aktuellen Entwicklungen in Beziehung zu setzen,
- komplexe Problemstellungen des internationalen Wirtschaftslebens systematisch zu analysieren und theoriegeleitet Lösungsansätze für Unternehmen und Politik zu entwickeln,
- ökonomische Instrumente und Methoden anwendungsorientiert einzusetzen, um die Implikationen internationaler Handels- und Währungsregime für unternehmerische Entscheidungen zu bewerten,
- gesellschaftliche, politische und wirtschaftliche Implikationen globaler ökonomischer Entwicklungen zu reflektieren und deren Bedeutung für nachhaltige und verantwortungsvolle Unternehmensführung einzuordnen,
- geopolitische und ökonomische Risiken systematisch zu identifizieren und deren wirtschaftliche Folgen einzuschätzen
- interdisziplinäre und internationale Perspektiven einzubeziehen, um in einem globalisierten Umfeld adäquat und reflektiert zu agieren.

Prüfungsleistung

Klausur / 45 Minuten

Lehrveranstaltung: Global Economic Environment

EDV-Bezeichnung	BWLM141
Dozent/in	Hagen Krämer Vertretung: Johannes Schmidt
Umfang (SWS)	2 SWS
Turnus	Sommer- und Wintersemester
Art / Modus	V – Vorlesung / Pflichtfach
Lehrsprache	Deutsch oder Englisch

Studieninhalte

- Internationaler Handel und Handelsbeschränkungen (Zölle, Quoten, nichttarifäre Hemmnisse)
- Aufbau und Interpretation der internationalen Zahlungsbilanz
- Kurz- und langfristige Bestimmungsfaktoren von Wechselkursen
- Unternehmerisches Handeln in Systemen fixer und flexibler Wechselkurse
- Theorie optimaler Währungsräume und die Europäische Währungsunion
- Geld- und Fiskalpolitik in offenen Volkswirtschaften
- Aktuelle Entwicklungen auf internationalen Finanz- und Kapitalmärkten

Empfohlene Literatur

- Krugman, P., Obstfeld, M., Melitz, M.: International Economics. Theory and Policy.
- De Grauwe, P.: Economics of Monetary Union.
- Harms, P.: International Macroeconomics.
- Obstfeld, M., Rogoff, K.: Foundations of International Macroeconomic.

(Jeweils in der neuesten Auflage)

Anmerkungen

–

BWLM150 International Management

Modulname: International Management

Modulbezeichnung International Management

EDV-Bezeichnung BWLM150

Modulverantwortliche(r) Hendrik Kunz

Modulumfang (ECTS) 3 CP

Einordnung (Semester) 1. Semester

Inhaltliche Voraussetzungen

-

Voraussetzungen nach SPO

-

Lernergebnisse und Kompetenzen

Die Studierenden können...

...die allgemeinen wirtschaftlichen Rahmenbedingungen beurteilen, denen internationale Unternehmen ausgesetzt sind.

...internationale Unternehmen anhand von Merkmalen und Typen beschreiben. Hierfür werden die relevanten Konzepte zum Fachgebiet diskutiert und kritisch einander gegenübergestellt. Durch die Analyse und Bewertung der teilweise gegensätzlichen Ansätze zur Beschreibung der internationalen Unternehmung werden sie in die Lage versetzt, diese anzuwenden und ggf. situationsspezifisch anzupassen.

...die speziellen Herausforderungen/Risiken einer internationalen Unternehmung einschätzen und wesentliche Instrumente des internationalen Risikomanagements anwenden.

...wesentliche Strategien internationaler Unternehmungen vor dem Hintergrund der wertorientierten Unternehmensführung unterscheiden. Sie werden befähigt, Ideen zu entwickeln, wie ein Unternehmen das Potential internationaler Unternehmenstätigkeit heben kann.

Prüfungsleistung Klausur / 45 Minuten
oder Mündliche Prüfung / 20 Minuten

Lehrveranstaltung: International Management

EDV-Bezeichnung BWLM151

Dozent/in Hendrik Kunz

Umfang (SWS)	2 SWS
Turnus	Sommer- und Wintersemester
Art / Modus	V – Vorlesung / Pflichtfach
Lehrsprache	Deutsch oder Englisch

Studieninhalte

Die Lehrveranstaltung erarbeitet den aktuellen Stand des internationalen Managements mit Hilfe von Theorie und Anwendungsbeispielen. Exemplarische Inhalte mit variabler Schwerpunktsetzung können sein:

- Wirtschaftliches Umfeld internationaler Unternehmen
- Internationale Marktbearbeitung- und Markteintrittsformen
- Beschreibung internationaler Unternehmen nach qualitativen und quantitativen Methoden
- Internationales Risikomanagement
- Strategien im internationalen Management

Empfohlene Literatur

Bartlett, C.A.; Beamish, P.W., Delios A.: Transnational Management: Concepts and Cases in Cross-Border Management, 9. edition, Cambridge, 2024.

Cavusgil S.T.; Knight G.; Riesenberger J.R.: International Business, 5. edition, Pearson, 2019.

Hill, C. W. L.: International Business - Competing in the global marketplace, 14. edition, McGraw-Hill, 2022.

Kutschker M.; Schmid S.: Internationales Management, 7. Auflage, Oldenburg, 2011.

Anmerkungen

–

BWLM160 Applied Strategic Business Management

Modulname: Applied Strategic Business Management

Modulbezeichnung	Applied Strategic Business Management
EDV-Bezeichnung	BWLM160
Modulverantwortliche(r)	Markus Schwarz
Modulumfang (ECTS)	6 CP
Einordnung (Semester)	1. Semester

Inhaltliche Voraussetzungen

Vorkenntnisse in allgemeiner Betriebswirtschaftslehre und insbesondere Marketing.

Voraussetzungen nach SPO

-

Lernergebnisse und Kompetenzen

Die Studierenden können ihr theoretisch erworbenes Wissen in den Fachbereichen der Betriebswirtschaftslehre und die dort erlernten Managementinstrumente integrativ auf praktische unternehmensstrategische Fragestellungen anwenden und fallspezifische Lösungen auf Grundlage etablierter Theorien und Methoden entwickeln.

Die Studierenden sind befähigt, qualitative und quantitative Methoden auf spezielle Fragestellungen der Strategiegenerierung und strategischen Transformation in Theorie und Praxis hin auszuwählen, anzupassen und problemgerecht bei deren Bearbeitung einzusetzen sowie dabei eigene Ideen zu konzipieren und deren Umsetzung zu reflektieren. Sie durchdringen die Komplexität unternehmerischer Transformationsprozesse und können die strategische Positionierung eines Unternehmens hinterfragen, neugestalten und diese an ein sich schnell änderndes Umfeld anpassen.

Sie können die Auswirkung des digitalen Wandels auf ihr berufliches Umfeld einschätzen und situationsgerecht reagieren, um diesen Wandel im unternehmerischen Kontext mitgestalten.

Die Studierenden haben gelernt, sich kritisch mit Modellen oder Theorien ihres und angrenzender Fachgebiete auseinanderzusetzen. Dabei sind sie befähigt, ihr berufliches Handeln theoretisch und methodisch zu begründen und eine selbständige Analyse und Verbesserung ihres beruflichen Umfelds umzusetzen. Sie sind in der Lage, effektiv in Teams zu arbeiten sowie diese aufzubauen und zu moderieren, sowie deren Ergebnisse effektiv zu präsentieren.

Sie sind handlungssicher in internationalen Kontexten und verhandlungssicher in der Geschäftssprache Englisch, durchdringen die Hintergründe und Motivation fremden Handelns und agieren und reagieren dazu adäquat.

Prüfungsleistung	Klausur / 90 Minuten oder Portfolio / 1 Semester
-------------------------	---

Lehrveranstaltung: Applied Strategic Business Management

EDV-Bezeichnung	BWLM161
Dozent/in	Markus Schwarz
Umfang (SWS)	4 SWS
Turnus	Sommer- und Wintersemester
Art / Modus	V+Ü – Vorlesung mit integrierter Übung / Pflichtfach
Lehrsprache	Deutsch oder Englisch

Studieninhalte

Die Lehrveranstaltung erarbeitet den aktuellen Stand des Strategic Business Management mit Hilfe von Theorie und Anwendungsbeispielen. Exemplarische Inhalte mit variabler Schwerpunktsetzung können sein:

1. The concept of strategy
2. Corporate and Business strategy
3. Goals, values and performance
4. Industry analysis and competitive analysis
5. Analyzing resources and capabilities
6. Organizational structure and management systems
7. Sources and Dimensions of Competitive Advantage
8. Industry Evolution and Strategic Transformation
9. International strategy considerations
10. Capstone-Case Study

Empfohlene Literatur

Grant, R. M. (2024). Contemporary Strategy Analysis (11th ed.). Wiley.

Barney, J. B., & Hesterly, W. S. (2022). Strategic Management and Competitive Advantage: Concepts and Cases (7th ed.). Pearson.

Porter, M. E. (1998). Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors. Free Press.

Porter, M. E. (1996). What is Strategy? Harvard Business Review.

Rumelt, R. P. (2011). Good Strategy / Bad Strategy: The Difference and Why It Matters. Crown Business.

Teece, D. J. (2018). Dynamic Capabilities and Strategic Management: Organizing for Innovation and Growth. Oxford University Press.

Johnson, G., Scholes, K., & Whittington, R. (2023). Exploring Strategy (13th ed.). Pearson.

Anmerkungen

-

BWLM170 Recht im digitalen Unternehmen

Modulname: Recht im digitalen Unternehmen

Modulbezeichnung	Recht im digitalen Unternehmen
EDV-Bezeichnung	BWLM170
Modulverantwortliche(r)	Oliver Keßler
Modulumfang (ECTS)	3 CP
Einordnung (Semester)	1. Semester

Inhaltliche Voraussetzungen

Bachelor-Vorlesung Wirtschaftsrecht oder gleichwertig

Voraussetzungen nach SPO

-

Lernergebnisse und Kompetenzen

Die Studierenden werden in die Lage versetzt, ihre Kenntnisse im „analogen“ Recht, d.h. in den Grundlagen des Zivil- und Wirtschaftsrechts, um die rechtlichen Aspekte der Digitalisierung und deren praktischen Auswirkungen im Unternehmen zu erweitern. Hierdurch werden sie befähigt, in Umfeldern, die durch die Digitalisierung geprägt sind (Plattformökonomie, automatisierte Produktion (IoT), Datenintermediäre, Fin Techs, klassischer E-Commerce usw.) verantwortlich mit Innovationen umzugehen, Haftungsrisiken zu vermeiden und Produktivitätssteigerungen durch den Einsatz von künstlicher Intelligenz (KI) zu erreichen. Darüber hinaus lernen Sie, den Umgang mit Daten, KI in Form von generativer KI (Large Language Models) und der Abbildung von Vertragsinhalten mithilfe der Distributed Ledger Technologie (DLT; „Blockchain“) in diesen Bereichen zu optimieren, um ihren Beitrag zur langfristigen Wettbewerbsfähigkeit des Unternehmens zu leisten. Die Kenntnis der öffentlich-rechtlichen Rahmenbedingungen der Digitalisierung (Plattformregulierung, Datenfluss- und Datenschutzrecht, Telekommunikations- und Internetrecht und die verfassungsrechtlichen sowie ethischen Grundlagen der Datennutzung) hilft den Studierenden, sicherzustellen, dass die gesellschaftlichen Anforderungen ihres Tuns berücksichtigt und eine öffentlich- und strafrechtliche Verantwortlichkeit vermieden wird.

Prüfungsleistung	Klausur / 45 Minuten
-------------------------	----------------------

Lehrveranstaltung: Recht im digitalen Unternehmen

EDV-Bezeichnung	BWLM171
Dozent/in	Oliver Keßler

Umfang (SWS)	2 SWS
Turnus	Sommer- und Wintersemester
Art / Modus	V – Vorlesung / Pflichtfach
Lehrsprache	Deutsch

Studieninhalte

Regulierungsrahmen der Digitalisierung

- Markt- und Unternehmensbezogen: DSA, DMA
- Datenbezogen: DGA, DA, DSGVO

Allgemeines Zivil- und Vertragsrecht

- Handeln in digitaler Form
- Handeln autonomer Systeme
- Smart Contracts und Blockchain
- Vertragsmanagement, insbesondere unter Nutzung von KI-Tools
- Subsumieren mit KI

Einführung in die rechtlichen Rahmenbedingungen der „Krypto-Welt“, inklusive Kryptowertpapiere und NFTs

Voraussetzung: Grundlagenvorlesung "Wirtschaftsrecht"

Empfohlene Literatur

Nomos Gesetze: Digitalrecht 2023; weitere Literatur in der Vorlesung

Anmerkungen

–

BWLM180 Mathematische Modellierung

Modulname: Mathematische Modellierung

Modulbezeichnung	Mathematische Modellierung
EDV-Bezeichnung	BWLM180
Modulverantwortliche(r)	Sleman Saliba Vertretung: Ivica Rogina
Modulumfang (ECTS)	6 CP
Einordnung (Semester)	1. Semester

Inhaltliche Voraussetzungen

-

Voraussetzungen nach SPO

-

Lernergebnisse und Kompetenzen

Die Studierenden lernen, reale Probleme aus Natur-, Wirtschafts- und Sozialwissenschaften in mathematische Modelle zu überführen, zu analysieren und zu bewerten. Sie

- verstehen den Modellierungsprozess vom realen Problem bis zur mathematischen und numerischen Lösung;
- kennen grundlegende Modelltypen aus einem oder mehreren Teilbereichen der mathematischen Modellierung (etwa Optimierung, Spieltheorie, Statistik, Operations Research);
- können geeignete Annahmen, Vereinfachungen und mathematische Methoden für gegebene Problemstellungen auswählen;
- setzen Softwarewerkzeuge (z. B. Python, MATLAB, R, oder Solver für Optimierungsprobleme) gezielt ein;
- bewerten Modelle kritisch im Hinblick auf Aussagekraft, Datenabhängigkeit und Limitationen.

Prüfungsleistung	Klausur / 90 Minuten oder Projektarbeit / 1 Semester oder Mündliche Prüfung / 20 Minuten
-------------------------	--

Lehrveranstaltung: Mathematische Modellierung

EDV-Bezeichnung	BWLM181
------------------------	---------

Dozent/in	Sleman Saliba Vertretung: Ivica Rogina
Umfang (SWS)	4 SWS
Turnus	Sommer- und Wintersemester
Art / Modus	V+Ü – Vorlesung mit integrierter Übung / Pflichtfach
Lehrsprache	Deutsch oder Englisch

Studieninhalte

Die Inhalte richten sich nach einem konkret gewählten Schwerpunktbereich der mathematischen Modellierung. Exemplarisch könnten dies sein:

Schwerpunkt Operations Research

- Modellierung realer Entscheidungsprobleme mittels linearer, gemischt-ganzzahliger, nicht-linearer oder kombinatorischer Optimierungsmodelle
- Entscheidungsfindung unter Unsicherheit inklusive stochastischer Programmierung
- Heuristische und Metaheuristische Lösungsverfahren
- Sensitivitätsanalyse

Schwerpunkt Spieltheorie

- Modellierung von Entscheidungsprozessen (Ein-Personen-Spiele)
- Mathematische Modellierung von Mehrpersonenspielen verschiedener Arten wie strategische Spiele, kombinatorische Spiele, kooperative Spiele
- Modellierung und Analyse verschiedener Varianten wie wiederholte Spiele oder Gruppenspiele
- Lösungen und Eigenschaften verschiedener Spiele wie Nash-Gleichgewichte, Pareto-Effizienz, Dominanz von Strategien

Schwerpunkt Statistik

- Modellierung zufallsbehafteter Prozesse und Datenerhebung unter Unsicherheit
- Regressionsmodelle (linear, verallgemeinert linear, logistisch) und Modellselektion
- Maßzahlen der Modellgüte, Validierung, Regularisierung, Overfitting-Prävention

Praxisbeispiele aus dem jeweiligen Schwerpunkt werden exemplarisch mittels formaler Modelle analysiert und mit rechnergestützten Verfahren gelöst.

Empfohlene Literatur

- T.H. Cormen et al., Algorithmen, De Gruyter, Oldenburg, 2025.
- S.O. Krumke, H. Noltemeier, Graphentheoretische Konzepte und Algorithmen, Vieweg+Teubner, 2012.
- A. Heifetz, Game Theory: Interactive Strategies in Economics and Management, Cambridge Univ. Press, 2012.
- B. Auer, H. Rottmann, Statistik und Ökonometrie für Wirtschaftswissenschaftler, Springer Gabler, 2020.

- J. Bleymüller, R. Weißbach, A. Dörre, Statistik für Wirtschaftswissenschaftler, Vahlen, München 2020.

Anmerkungen

-

2. Semester

BWLM250 Wahlpflichtfach I

BWLM260 Wahlpflichtfach II

Vertiefung

Digital Marketing and Sales Management

Vertiefung

Konzernmanagement

BWLM250 Wahlpflichtfach I

Modulname: Wahlpflichtfach I

Modulbezeichnung	Wahlpflichtfach I
EDV-Bezeichnung	BWLM250
Modulverantwortliche(r)	Studiendekan/-in BWLM
Modulumfang (ECTS)	6 CP
Einordnung (Semester)	2. Semester

Inhaltliche Voraussetzungen

Festlegung durch den jeweils zuständigen Dozierenden.

Voraussetzungen nach SPO

-

Lernergebnisse und Kompetenzen

Die Teilnehmenden lernen, neue Fachthemen in den Bereichen Betriebs- oder Volkswirtschaftslehre auf Masterniveau im Hinblick auf Anwendbarkeit und Einsetzbarkeit zu bewerten und die Grenzen zu bestimmen. Sie sind dabei in der Lage, erforderliche Grundlagen selbst zu erarbeiten.

Prüfungsleistung

Abhängig vom gewählten Modul gemäß SPO Teil B BWLM § 41 (3). Festlegung durch den jeweils zuständigen Dozierenden zu Beginn der Lehrveranstaltung.

Lehrveranstaltung: Wahlpflichtfach I

EDV-Bezeichnung	BWLM251
Dozent/in	Wechselnde Dozierende
Umfang (SWS)	4 SWS
Turnus	Sommer- und Wintersemester
Art / Modus	Festlegung durch den jeweils zuständigen Dozierenden zu Beginn der Lehrveranstaltung / Wahlpflichtfach
Lehrsprache	Deutsch oder Englisch

Studieninhalte

Es werden für den Master-Studiengang BWLM relevante Fachthemen behandelt. Die Themen sind aktuell in der wirtschaftlichen Praxis oder in der Forschung. Anstelle von Themen mit aktuellem Bezug können auch Modelle behandelt werden, die im Rahmen der Lehrveranstaltung aus ihrem ursprünglichen Umfeld herausgenommen und auf ein neues Fachgebiet angewandt werden.

Empfohlene Literatur

Festlegung durch den jeweils zuständigen Dozierenden.

Anmerkungen

-

BWLM260 Wahlpflichtfach II

Modulname: Wahlpflichtfach II

Modulbezeichnung	Wahlpflichtfach II
EDV-Bezeichnung	BWLM260
Modulverantwortliche(r)	Studiendekan/-in BWLM
Modulumfang (ECTS)	6 CP
Einordnung (Semester)	2. Semester

Inhaltliche Voraussetzungen

Festlegung durch den jeweils zuständigen Dozierenden.

Voraussetzungen nach SPO

-

Lernergebnisse und Kompetenzen

Die Teilnehmenden lernen, neue Fachthemen in den Bereichen Betriebs- oder Volkswirtschaftslehre auf Masterniveau im Hinblick auf Anwendbarkeit und Einsetzbarkeit zu bewerten und die Grenzen zu bestimmen. Sie sind dabei in der Lage, erforderliche Grundlagen selbst zu erarbeiten.

Prüfungsleistung

Abhängig vom gewählten Modul gemäß SPO Teil B BWLM § 41 (3). Festlegung durch den jeweils zuständigen Dozierenden zu Beginn der Lehrveranstaltung.

Lehrveranstaltung: Wahlpflichtfach II

EDV-Bezeichnung	BWLM261
Dozent/in	Wechselnde Dozierende
Umfang (SWS)	4 SWS
Turnus	Sommer- und Wintersemester
Art / Modus	Festlegung durch den jeweils zuständigen Dozierenden zu Beginn der Lehrveranstaltung / Wahlpflichtfach
Lehrsprache	Deutsch oder Englisch

Studieninhalte

Es werden für den Master-Studiengang BWLM relevante Fachthemen behandelt. Die Themen sind aktuell in der wirtschaftlichen Praxis oder in der Forschung. Anstelle von Themen mit aktuellem Bezug können auch Modelle behandelt werden, die im Rahmen der Lehrveranstaltung aus ihrem ursprünglichen Umfeld herausgenommen und auf ein neues Fachgebiet angewandt werden.

Empfohlene Literatur

Festlegung durch den jeweils zuständigen Dozierenden.

Anmerkungen

-

Vertiefung

Digital Marketing and Sales

Management

BWLM210D Data-Driven Marketing Automation

BWLM220D Digital Commerce & Customer Experience Management

BWLM230D Digital Business Strategy & Transformation

BWLM240D Digitales Personalmarketing

BWLM210D Data-Driven Marketing Automation

Modulname: Data-Driven Marketing Automation

Modulbezeichnung Data-Driven Marketing Automation

EDV-Bezeichnung BWLM210D

Modulverantwortliche(r)

Modulumfang (ECTS) 6 CP

Einordnung (Semester) 2. Semester

Inhaltliche Voraussetzungen

Grundkenntnisse in Statistik, Marketing und Datenanalyse sind von Vorteil.

Voraussetzungen nach SPO

Die Master-Thesis mit den dazugehörigen Modulen Master-Seminar und Master-Kolloquium kann nur begonnen werden, wenn noch maximal 12 ECTS des Masterstudiums fehlen.

Lernergebnisse und Kompetenzen

Die Studierenden:

- verstehen die End-to-End-Wertschöpfungskette im digitalen Marketing – von der Datenerhebung über Analytics und Machine Learning bis zur automatisierten Kampagnenaussteuerung – und können deren strategische Bedeutung im Omnichannel-Kontext einordnen,
- können fortgeschrittene Analyse- und KI-Methoden (z. B. Recommender Systems, Predictive LTV, Reinforcement Learning für Dynamic Pricing, Conversational AI) einsetzen,
- können datengetriebene KI-Use-Cases identifizieren, Datenquellen integrieren, Modelle trainieren und evaluieren, Automatisierungen (Customer Journeys, Trigger-Kampagnen, Chatbots, Programmatic Ads) implementieren und deren Business Impact quantifizieren,
- analysieren Modellgüte, Bias-Risiken, Datenschutzimplikationen und regulatorische Anforderungen (GDPR, ePrivacy, EU-AI-Act) und entwickeln Strategien für Responsible AI im Marketing,
- übersetzen analytische und technologische Ergebnisse in managementgerechte Entscheidungsvorlagen,
- reflektieren gesellschaftliche Implikationen automatisierter Kundeninteraktion und datenbasierter Entscheidungsprozesse und entwickeln eine kritische Haltung gegenüber ethischen Herausforderungen.

Prüfungsleistung Klausur / 90 Minuten
oder Portfolio / 1 Semester
oder Projektarbeit / 1 Semester

EDV-Bezeichnung	BWLM211D
Dozent/in	
Umfang (SWS)	4 SWS
Turnus	Sommer- und Wintersemester
Art / Modus	V+Ü – Vorlesung mit integrierter Übung / Pflichtfach
Lehrsprache	Deutsch oder Englisch

Studieninhalte

Die Lehrveranstaltung erarbeitet den aktuellen Stand der Data-Driven Marketing Automation mit Hilfe von Theorie und Anwendungsbeispielen. Exemplarische Inhalte mit variabler Schwerpunktsetzung können sein:

- Anwendung von Modellen und Werkzeugen zur Umsetzung digitaler, (semi)-automatisierter Marketing- und Vertriebsmaßnahmen
- Anwendung von Modellen und Werkzeugen zur Analyse der Werbewirkung von (semi)-automatisierten Omnichannel Marketing- und Vertriebs-Maßnahmen
- Analyse von Fallstudien sowie „good practice“-Beispielen aus der Praxis
- Einzelne Teamprojekte zur Anwendung der Inhalte oder ein übergreifendes Teamprojekt zur z.B. „AI-Driven Omnichannel Campaign Optimization“ (Datenerhebung, Modellierung, automatisierte Kampagnenaussteuerung, ROI-Pitch)

Empfohlene Literatur

Berthold, M. / Borgelt, C. / Höppner, F. / Klawonn, F. & Silipo, R. (2020): Guide to Intelligent Data Science – How to Intelligently Make Use of Real Data, 2nd ed., Springer.

Hannig, U. (2017): Marketing und Sales Automation - Grundlagen – Tools – Umsetzung. Alles, was Sie wissen müssen. SpringerGabler.

Looschelders, T. (2022): Conversion-Optimierung: Erfolgreiche Webseiten und Digitalkampagnen - Über 150 Praxistipps zu datengetriebenem Marketing, Analytics & Webseitenoptimierung, SpringerGabler.

Terstiege, M./Cinar, M./Hehemann, J.(2022): Marketing-Automation – Erfolgsmodelle aus Forschung und Praxis -Konzepte, Instrumente und Strategien für die Implementierung, SpringerGabler.

Witzenleiter, M. (2021): Quick Guide A/B Testing - Wie Sie Ihr Website- und E-Commerce-Testing erfolgreich auf- und umsetzen, SpringerGabler.

Anmerkungen

-

BWLM220D Digital Commerce & Customer Experience Management

Modulname: Digital Commerce & Customer Experience Management

Modulbezeichnung	Digital Commerce & Customer Experience Management
EDV-Bezeichnung	BWLM220D
Modulverantwortliche(r)	Diana Kolbe
Modulumfang (ECTS)	6 CP
Einordnung (Semester)	2. Semester

Inhaltliche Voraussetzungen

Grundkenntnisse in Marketing und Digital Commerce sind von Vorteil.

Voraussetzungen nach SPO

-

Lernergebnisse und Kompetenzen

Die Studierenden

- beherrschen Theorien und Methoden des Omnichannel-Marketings und des Customer Experience Management,
- können relevante qualitative und quantitative Daten für die Bestimmung des Ist-Zustandes von Kundenerlebnissen mit den passenden Methoden erheben und auswerten,
- entwickeln ethische und konkrete CX Maßnahmen sowie Customer-Journey-Maps und Service-Blueprints unter Berücksichtigung und Priorisierung relevanter kanalübergreifender Touchpoints,
- leiten aus analysierten Daten entlang relevanter Customer Experience KPIs Herausforderungen und Chancen für eine im Wettbewerb erfolgreiche Positionierung durch Kundenerlebnisse ab,
- reflektieren aktuelle Forschung zu Customer-Journey-Orchestration und Cross-Device-Attribution.

Die Studierenden

- beherrschen Theorie und Praxis digitaler Handels- und Plattformmodelle (B2C, B2B, D2C, Marktplätze) sowie die Integration in Omnichannel-CX-Architekturen,
- modellieren und beurteilen digitale Geschäftsmodelle,
- bewerten anhand von Reifegradmodellen die Digitalisierung in Unternehmen, um die nötigen Schritte zur Umsetzung der digitalen Geschäftsmodelle zu identifizieren,
- reflektieren Netzwerkeffekte, Lock-in-Mechanismen, Plattform-Governance, Trade-offs zwischen Effizienz und Erlebnisqualität sowie regulatorische Rahmenbedingungen (DSA, DSGVO, Privacy by Design),

- evaluieren Shop-, ERP- und Payment-Stacks, planen Logistik- und Last-Mile-Konzepte und evaluieren anhand datengetriebener Performance-KPIs (z.B. CAC, ROAS, CLV),
- beurteilen Markteintritts-Strategien, Pricing- und Channel-Konflikte, bewerten Regulierungs- und Nachhaltigkeitsimplikationen und leiten skalierbare Expansion-Szenarien ab.

Prüfungsleistung	Klausur / 90 Minuten oder Portfolio / 1 Semester oder Projektarbeit / 1 Semester oder Klausur / 45 Minuten + Portfolio / 6 Woche(n) oder Klausur / 45 Minuten + Projektarbeit / 6 Woche(n) oder Projektarbeit / 6 Woche(n) + Portfolio / 6 Woche(n)
-------------------------	--

Lehrveranstaltung: Omnichannel & Customer Experience Management

EDV-Bezeichnung	BWLM221D
Dozent/in	Diana Kolbe
Umfang (SWS)	2 SWS
Turnus	Sommer- und Wintersemester
Art / Modus	V+Ü – Vorlesung mit integrierter Übung / Pflichtfach
Lehrsprache	Deutsch oder Englisch

Studieninhalte

Die Lehrveranstaltung erarbeitet den aktuellen Stand des Omnichannel Managements und Customer Experience Managements (CEM) mit Hilfe von Theorie und Anwendungsbeispielen. Exemplarische Inhalte mit variabler Schwerpunktsetzung können sein:

- Begriffe, Grundlagen und Modelle zu Omnichannel-Marketing, Customer Experience Management, Kundenbindung und Customer Value
- Customer Journey Mapping & Experience Design
- Touchpoint-Management & kanalübergreifende Orchestrierung
- Rolle von Social Media, Feedback-Management und Communities
- Customer Experience Management im Kontext großer Datenmengen: Messung, Kennzahlen und Metriken
- Strategisches Management von Kundenbindung, Customer Experience und Customer Value

Empfohlene Literatur

- Böckenholt, I., Mehn, A., & Westermann, A. (2018). *Konzepte und Strategien für Omnichannel-Exzellenz: Innovatives Retail-Marketing mit mehrdimensionalen Vertriebs- und Kommunikationskanälen*. Springer Gabler.
- Chaffey, D., Arturi, T., & Edmundson-Bird, D. (2024). *Digital Business & E-Commerce Management* (8th ed.). Pearson.
- Gassmann, O., & Frankenberger, K. (2025). *The Business Model Navigator: The strategies behind the most successful companies* (3rd ed.). FT Publishing.
- Kempe, M. (2022). Customer Journey in a nutshell – Eine methodische Einführung. In *Integriertes Online- und Offline-Channel-Marketing: Praxisbeispiele und Handlungsempfehlungen für das Omni-Channel-Marketing* (pp. 79–110). Springer Fachmedien Wiesbaden.
- Kollmann, T. (2022). *Digital Business* (8th ed.). Springer Gabler.
- Lemon, K. N., & Verhoef, P. C. (2016). Understanding customer experience throughout the customer journey. *Journal of Marketing*, 80(6), 69–96. <https://doi.org/10.1509/jm.15.0420>
- Osterwalder, A., Pigneur, Y., Smith, A., & Papadakos, T. (2021). *The Invincible Company*. Wiley.

Anmerkungen

–

Lehrveranstaltung: Digital Commerce & Digital Business Models

EDV-Bezeichnung	BWLM222D
Dozent/in	Diana Kolbe
Umfang (SWS)	2 SWS
Turnus	Sommer- und Wintersemester
Art / Modus	V+Ü – Vorlesung mit integrierter Übung / Pflichtfach
Lehrsprache	Deutsch oder Englisch

Studieninhalte

Die Lehrveranstaltung vermittelt einen Überblick über Digital Commerce und digitale Geschäftsmodelle. Sie kombiniert theoretische Konzepte mit praxisnahen Beispielen. Schwerpunkte können je nach Semester variieren, umfassen jedoch zentrale Aspekte des digitalen Handels, der Plattformökonomie und der technologischen Umsetzung:

- Begriffe, Grundlagen und Modelle zu Digital Commerce und digitalen Geschäftsmodellen
- Geschäftsmodelle, Revenue-Logiken und Monetarisierungsstrategien
- Plattformökonomie und Netzwerkeffekte
- Technologische Infrastruktur: Tech Stack, Systemarchitektur und digitale Plattformen

- Logistik, Fulfilment und Supply Chain Management im digitalen Handel
- Rechtliche Aspekte, Datenschutz und Compliance im Digital Commerce
- Performance-Messung, Analytics und datengetriebene Optimierung

Empfohlene Literatur

- Bartczak, K. (2024). *Business Models and Digital Technology Platforms: Implementation and Complexities for Digital Business*. Routledge/CRC Press.
- Heinemann, G. (2025). *Der neue Online Handel: Geschäftsmodelle, Geschäftssysteme und Benchmarks im E Commerce*. Springer Gabler.
- Böckenholt, I., Mehn, A., & Westermann, A. (2018). *Konzepte und Strategien für Omnichannel Exzellenz*. Springer Gabler.
- Chaffey, D., Arturi, T., & Edmundson Bird, D. (2024). *Digital Business & E Commerce Management (8th ed.)*. Pearson.
- Gassmann, O., & Frankenberger, K. (2025). *The Business Model Navigator (3rd ed.)*. FT Publishing.
- Kollmann, T. (2022). *Digital Business (8th ed.)*. Springer Gabler.
- Lemon, K. N., & Verhoef, P. C. (2016). Understanding customer experience throughout the customer journey. *Journal of Marketing*, 80(6), 69–96. <https://doi.org/10.1509/jm.15.0420>
- Osterwalder, A., Pigneur, Y., Smith, A., & Papadakos, T. (2021). *The Invincible Company*. Wiley.
- Peppers, D., & Rogers, M. (2022). *Managing Customer Experience and Relationships (4th ed.)*. Wiley.

Anmerkungen

–

BWLM230D Digital Business Strategy & Transformation

Modulname: Digital Business Strategy & Transformation

Modulbezeichnung	Digital Business Strategy & Transformation
EDV-Bezeichnung	BWLM230D
Modulverantwortliche(r)	Diana Kolbe
Modulumfang (ECTS)	3 CP
Einordnung (Semester)	2. Semester

Inhaltliche Voraussetzungen

Vorkenntnisse in allgemeiner Betriebswirtschaftslehre und strategischer Unternehmensführung.

Voraussetzungen nach SPO

–

Lernergebnisse und Kompetenzen

Die Studierenden kennen Struktur, Dynamik und Erfolgsfaktoren digitaler Geschäftsmodelle, Plattformökonomien und Ökosysteme. Sie verfügen über ein theoriebasiertes Verständnis zentraler Transformationsframeworks sowie über vertieftes Wissen zu Technologien wie KI, Cloud-Architekturen und Data Analytics als Treiber strategischer Wertschöpfung.

Die Studierenden sind fähig, (a) digitale Reifegrade zu diagnostizieren, (b) Geschäftsmodell-Innovationen zu designen, (c) Transformationsroadmaps unter Berücksichtigung von Change-, Risiko- und Stakeholder-Management zu entwickeln und (d) Investitionsentscheidungen daten- und wertorientiert zu begründen. Sie wenden hierbei geeignete Methoden (Design Thinking, Platform Mapping, Business Model Canvas, KPI-Dashboards) souverän an.

Die Studierenden können neuartige, komplexe Problemstellungen kritisch reflektieren, Alternativen auf Basis wissenschaftlicher Evidenz gegeneinander abwägen und Implikationen für Wirtschaft, Gesellschaft und Nachhaltigkeit bewerten.

Sie kommunizieren strategische Handlungsoptionen adressatengerecht gegenüber interdisziplinären Teams und Entscheidungsträgern, moderieren Transformationsprozesse und führen virtuelle kollaborative Arbeitssettings.

Die Studierenden können ihr Fachwissen eigenständig auf neue Technologien und Märkte übertragen, reflektieren kontinuierlich die ethischen, rechtlichen und organisationalen Grenzen digitaler Transformation und entwickeln eine persönliche Haltung zu „Responsible Digital Leadership“.

Prüfungsleistung	Klausur / 45 Minuten oder Portfolio / 1 Semester
-------------------------	---

EDV-Bezeichnung	BWLM231D
Dozent/in	Diana Kolbe
Umfang (SWS)	2 SWS
Turnus	Sommer- und Wintersemester
Art / Modus	V+Ü – Vorlesung mit integrierter Übung / Pflichtfach
Lehrsprache	Deutsch oder Englisch

Studieninhalte

Die Lehrveranstaltung erarbeitet den aktuellen Stand des Digital Business Strategy & Transformation mit Hilfe von Theorie und Anwendungsbeispielen. Exemplarische Inhalte mit variabler Schwerpunktsetzung können sein:

1. Digitale Geschäftsmodelle & Value Propositions
2. Plattformökonomie & Netzwerkeffekte
3. Ökosystem-Strategien & API-Economy
4. Technologien als Enabler
5. Data-Driven Strategy & Analytics
6. Digital Transformation Frameworks
7. Change- & Leadership Management
8. Risiko-, Ethik- & Sustainability-Aspekte
9. Transformation Roadmapping & Investment Decision Making
10. Capstone-Case „Transforming XYZ AG“

Gruppenprojekt: Analyse existierender Geschäftsmodelle, Entwicklung einer digitalen Wachstums- und Transformationsstrategie mit Präsentation & Peer-Review

Empfohlene Literatur

- Bartczak, K. (2024). Business Models and Digital Technology Platforms: Implementation and Complexities for Digital Business. Routledge/CRC Press.
- Brynjolfsson, E., & McAfee, A. (2016). The Digital Transformation Playbook. Columbia Business School Publishing.
- Chesbrough, H. (2011). Open Services Innovation: Rethinking Your Business to Grow and Compete in a New Era. Jossey Bass.
- Ross, J. W. (2021). Designed for Digital: How to Architect Your Business for Sustained Success. MIT Press.
- Parker, G., Van Alstyne, M., & Choudary, S. (2017). Platform Revolution: How Networked Markets Are Transforming the Economy and How to Make Them Work for You. W. W. Norton & Company.

- Schallmo, D. R. A., Kundisch, D., Lang, K., & Hasler, D. (Eds.). (2024). Digitale Plattformen und Ökosysteme im B2B Bereich: Fallstudien, Ansätze, Technologien und Tools. Springer Gabler.

Anmerkungen

-

BWLM240D Digitales Personalmarketing

Modulname: Digitales Personalmarketing

Modulbezeichnung	Digitales Personalmarketing
EDV-Bezeichnung	BWLM240D
Modulverantwortliche(r)	Anja Schmitz Vertretung: Markus Schwarz
Modulumfang (ECTS)	3 CP
Einordnung (Semester)	2. Semester

Inhaltliche Voraussetzungen

Grundkenntnisse in Human Resource Management

Voraussetzungen nach SPO

-

Lernergebnisse und Kompetenzen

Die Studierenden erwerben fortgeschrittene Kompetenzen im digitalen Personalmarketing – von der strategischen Analyse über den Einsatz digitaler Kanäle und die Entwicklung und Evaluation innovativer Kampagnen bis zum digitalen Onboarding. Sie verbinden theoretisches Wissen mit praxisnaher Anwendung und reflektieren kritisch die Chancen, Risiken und gesellschaftlichen Implikationen.

Die Studierenden

- analysieren Arbeitsmärkte, Zielgruppen und Candidate Journeys im digitalen Kontext und leiten daraus Anforderungen für Personalmarketingmaßnahmen ab,
- entwickeln digitale Personalmarketing-Strategien und -Kampagnen,
- bewerten den Einsatz digitaler Kanäle (z. B. Social Media, Mobile Recruiting) sowie aktueller Technologien (z. B. KI, Chatbots, Matching-Algorithmen),
- reflektieren die Rolle von Employer Branding, Candidate Experience und Storytelling in einer zunehmend digitalen Talentgewinnung,
- beurteilen ethische, rechtliche und nachhaltigkeitsbezogene Fragestellungen des digitalen Personalmarketings (z. B. Datenschutz, Bias, Green Employer Branding).

Prüfungsleistung	Referat / 15 Minuten oder Mündliche Prüfung / 20 Minuten oder Projektarbeit / 1 Semester
-------------------------	--

EDV-Bezeichnung	BWLM241D
Dozent/in	Anja Schmitz Vertretung: Markus Schwarz
Umfang (SWS)	2 SWS
Turnus	Sommer- und Wintersemester
Art / Modus	S – Seminar / Pflichtfach
Lehrsprache	Deutsch oder Englisch

Studieninhalte

Die Lehrveranstaltung erarbeitet den aktuellen Stand professionellen digitalen Personalmarketings mit Hilfe von Theorie und Anwendungsbeispielen. Exemplarische Inhalte mit variabler Schwerpunktsetzung können sein:

- Grundlagen des Personalmarketings im digitalen Zeitalter und seine Einordnung im Human Resource Management
- Theoretische Fundierung des Employer Brandings und Personalmarketings
- Social Media Recruiting und Employer Branding
- Active Sourcing & Talent Pools, Algorithmen und Automatisierung
- Karrierewebsites, Mobile Recruiting und Online-Bewerbungsprozesse
- Candidate Journey und User-zentrierte Bewerberansprache
- Digitales Onboarding & Pre-/Reboarding (Journey-Fortsetzung, Content & Automatisierung)
- Automatisierung im Recruiting (z. B. Chatbots, ATS)
- Kennzahlen im Personalmarketing
- Einsatz von KI im Talent Sourcing und Matching
- Storytelling & Content Marketing (Employee-Generated Content, Videoformate)
- Candidate Experience Design: Touchpoints, Personalisierung
- Diversity Marketing im HR-Kontext
- Regulatorische Rahmenbedingungen (AGG, DSGVO)
- Best Practices und Fallstudien

Empfohlene Literatur

- Confetto, M. G., Ključnikov, A., Covucci, C., & Normando, M. (2023). Diversity and inclusion in employer branding: An explorative analysis of European companies' digital communication. *Employee Relations: The International Journal*, 45(7), 121–139. <https://doi.org/10.1108/ER-11-2022-0522>
- Hein, A. Z., Elving, W. J. L., Koster, S., & Edzes, A. (2025). One Size Fits All? Employer Branding in Different Contexts. *Corporate Reputation Review*. <https://doi.org/10.1057/s41299-024-00210-5>
- Laick, S. (2025). *Social Media und KI für Recruiting und Employer Branding*. Haufe.

- Lippold, D. (2023). *Modernes Personalmanagement: Personalmarketing im digitalen Wandel*, Berlin, Boston: De Gruyter Oldenbourg.
- Rütten, M., & Verhoeven, T. (2024). *Recruiting Analytics*. Schäffer Poeschel.
- Siem, T. T., Nguyen, H. T. T., To, A. T. & Phong, T. K. (2025). Exploring trends in employer attractiveness research: A bibliometric coupling approach. *Acta Psychologica*, 258, 105220. <https://doi.org/10.1016/j.actpsy.2025.105220>
- Špoljarić, A., & Ozretić Došen, Đ. (2023). Employer brand and international employer brand: Literature review. *Corporate Communications: An International Journal*, 28(4), 671–682. <https://doi.org/10.1108/CCIJ-11-2022-0141>

Anmerkungen

-

Vertiefung

Konzernmanagement

BWLM210K Unternehmenssteuerung

BWLM220K Unternehmensbewertung, Risiko & Rechnungslegung

BWLM230K Corporate Funding & Investor Relations

BWLM240K Corporate Governance

BWLM210K Unternehmenssteuerung

Modulname: Unternehmenssteuerung

Modulbezeichnung	Unternehmenssteuerung
EDV-Bezeichnung	BWLM210K
Modulverantwortliche(r)	André Wölfle, Benjamin Kern
Modulumfang (ECTS)	6 CP
Einordnung (Semester)	2. Semester

Inhaltliche Voraussetzungen

Kenntnisse aus dem internen und externen Rechnungswesen sowie Controlling aus einschlägigen Bachelor-Studiengängen.

Die angebotene Lehrveranstaltung baut auf dem Grundlagenwissen der Bachelor-Studiengänge BWLB und WINB auf.

Voraussetzungen nach SPO

-

Lernergebnisse und Kompetenzen

Die Studierenden erwerben umfassende, fortgeschrittene Kompetenzen in der Konzernplanung und -steuerung vorwiegend aus erfolgs- und inanzwirtschaftlicher Sicht. Aus Ist-Daten-Analysen und Planungsergebnissen werden Maßnahmengestaltung entwickelt und bewertet.

Die Studierenden

- reflektieren und beurteilen Konzern-Erfolgsrechnungen und Konzern-Finanzrechnungen im Plan und Ist,
- gestalten Erfolgsrechnungen passend zur situativen organisatorischen Ausgestaltung eines Konzerns (Beteiligungen, Tochtergesellschaften, Gemeinschaftsunternehmen),
- entwickeln zur organisatorischen Ausgestaltung passende Steuerungs- und Anreizsysteme,
- reflektieren und beurteilen die Anwendungsvoraussetzungen spezifischer Steuerungsinstrumente.

Die Studierenden erlangen Kenntnisse über die Bedeutung und Anwendung von Verrechnungspreisen in international tätigen Unternehmen. Ein besonderes Augenmerk liegt hierbei auf dem Spannungsverhältnis zwischen der Steuerung multinationaler Unternehmen und der Einhaltung steuerlicher Vorschriften sowie der grundsätzlichen Passgenauigkeit zwischen einem bestimmten Geschäftsmodell und der dazugehörigen Verrechnungspreissystematik. Nach Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage

internationale Wertschöpfungsketten und unterschiedliche Geschäftsmodelle vor diesem Hintergrund zu analysieren und fundierte Lösungsansätze zu entwickeln.

Prüfungsleistung Klausur / 90 Minuten
oder Klausur / 45 Minuten + Studienarbeit / 1 Semester
oder Studienarbeit / 1 Semester + Studienarbeit / 1 Semester

Lehrveranstaltung: Performancemanagement

EDV-Bezeichnung BWLM211K
Dozent/in André Wölfle
Umfang (SWS) 2 SWS
Turnus Sommer- und Wintersemester
Art / Modus V - Vorlesung / Pflichtfach
Lehrsprache Deutsch

Studieninhalte

Die Lehrveranstaltung erarbeitet den aktuellen Stand der professionellen, vorwiegend monetäre Konzernsteuerung mit Hilfe von Theorie und Anwendungsbeispielen.

Exemplarische Inhalte mit variabler Schwerpunktsetzung können sein:

- Zahlungsstromerfassung und -gestaltung im Konzern
- Ausbau und Analyse von Erfolgsrechnungen bei konzernweiter Leistungsbeteiligung (unterschiedliche Leistungsprogramme und Branchen/Märkte)
- Verwendung unterschiedlicher Kennzahlensysteme und deren Einsatzvoraussetzungen, auch in wertorientierter Sicht
- Wirksamkeit der Steuerungssysteme auch im Kontext von Hochinflation und Währungsproblematiken
- Nicht-monetäre Entscheidungsgegenstände im Konzern
- Spezifische Aufgabenzuordnung auf Zentrale/Gesellschaften

Empfohlene Literatur

- Behringer, Stefan: Konzerncontrolling. SpringerGabler 2018.
- Gleich, Ronald; Grönke, Kai et al.: Konzerncontrolling 2020: Zukünftige Herausforderungen der Konzernsteuerung meistern, Haufe 2016.
- Graf, Sabrina: Standardisierung im Konzerncontrolling. SpringerGabler 2017.
- Möller, Hans Peter; Hüfner, Bernd: Konzern-Finanzberichte, SpringerGabler 2018.
- Paul, Joachim: Beteiligungscontrolling und Konzerncontrolling. SpringerGabler 2013.
- Rieg, Robert: Internationales Controlling. Vahlen 2020.

Anmerkungen

-

Lehrveranstaltung: Internationale Wertschöpfungsketten

EDV-Bezeichnung	BWLM212K
Dozent/in	Benjamin Kern
Umfang (SWS)	2 SWS
Turnus	Sommer- und Wintersemester
Art / Modus	V - Vorlesung / Pflichtfach
Lehrsprache	Deutsch oder Englisch

Studieninhalte

- Einführung in die Verrechnungspreise
- Das F&R-Profil und die Auswahl und Anwendung von Verrechnungspreismethoden
- Analyse von typischen konzerninternen Transaktionen (Warentransaktionen, Dienstleistungen, Lizenzierung von IWGs, Finanzierung)
- Steuervermeidungspraktiken multinationaler Konzerne und das OECD BEPS-Projekt
- Analyse und Verortung von Wertschöpfung und Risikotragung in internationalen Wertschöpfungsketten
- Analyse ausgewählter Geschäftsmodelle und Verrechnungspreissysteme
 - zentralistische Geschäftsmodelle und Prinzipal Agenten Strukturen
 - dezentrale Geschäftsmodelle
 - Zuliefererindustrie, fehlende Warenströme und „Absauglizenzen“
 - Projektgeschäft und Anlagenbau
 - Digitale Geschäftsmodelle
- Die Verrechnungsdokumentation und Tax Compliance Management Systeme
- Die Betriebsprüfung, Verständigungsverfahren und APAs

Empfohlene Literatur

- Kroppen/Rasch, Handbuch Internationale Verrechnungspreise, Verlag Dr. Otto Schmidt.
- OECD Transfer Pricing Guidelines for Multinational Enterprises and Tax Administrations.
- Renz/Wilmanns, Internationale Verrechnungspreise, Handbuch für Praktiker, Wiley-VCH.
- Vögele/Borstel/Bernhard, Verrechnungspreise, C.H.Beck.

(Jeweils in der aktuellen Auflage)

Anmerkungen

-

BWLM220K Unternehmensbewertung, Risiko & Rechnungslegung

Modulname: Unternehmensbewertung, Risiko & Rechnungslegung

Modulbezeichnung	Unternehmensbewertung, Risiko & Rechnungslegung
EDV-Bezeichnung	BWLM220K
Modulverantwortliche(r)	Jörg Wöltje, Holger Perlwitz, Özlem Gutekunst
Modulumfang (ECTS)	6 CP
Einordnung (Semester)	2. Semester

Inhaltliche Voraussetzungen

Finanzierung und Investition.

Kenntnisse aus dem externen und internen Rechnungswesen sowie aus den Bereichen Finanzierung und Investition, die in den einschlägigen Bachelorstudiengängen vermittelt werden.

Voraussetzungen nach SPO

-

Lernergebnisse und Kompetenzen

Die Studierenden analysieren komplexe Bewertungssituationen und wenden theoriegeleitete Modelle an. Sie entwickeln eigenständig Strategien zur Risikoidentifikation, -bewertung und -steuerung sowie zur Bestimmung von Unternehmenswerten. Praxisnahe Anwendungsbeispiele verdeutlichen die Verbindung von Risikomanagement und Unternehmensbewertung – insbesondere bei der Absicherung durch Hedging-Strategien, der Risikopreisbildung und der Ableitung von Kapitalisierungszinssätzen.

Die erworbenen Kompetenzen ermöglichen es den Studierenden, Bewertungs- und Risikomodelle kritisch zu reflektieren, flexibel anzuwenden und zu integrieren. Sie können den Unternehmenswert fundiert analysieren und wertorientierte Entscheidungen in unterschiedlichen Marktumfeldern treffen.

Die Studierenden erwerben vertiefte Kenntnisse und Fähigkeiten in der Internationalen Rechnungslegung nach IFRS – von der Erstellung bis zur Analyse eines vollständigen Jahresabschlusses. Sie entwickeln ein methodisches Verständnis für die Denk- und Vorgehensweise der IFRS und können dieses auf praxisnahe Fragestellungen übertragen.

Sie sind in der Lage,

- die wesentlichen Unterschiede zwischen der Rechnungslegung nach IFRS und nach HGB anhand konkreter Beispiele zu erläutern,
- Bilanzierungsprobleme zu identifizieren, zu analysieren und unter Rückgriff auf die einschlägigen IFRS-Standards sachgerechte Lösungen zu entwickeln,

- internationale Normen kritisch zu interpretieren und auf spezifische Bilanzierungssachverhalte anzuwenden.

Darüber hinaus können sie die unterschiedlichen Zielsetzungen und „Philosophien“ von IFRS und HGB im Einzel- und Konzernabschluss erläutern, die adressatenspezifischen Ausrichtungen vergleichen und die Konzepte im Hinblick auf ihre Zielerreichung kritisch würdigen – auch im Kontext aktueller wissenschaftlicher und praxisorientierter Diskussionen zur Weiterentwicklung der Rechnungslegungsnormen.

Prüfungsleistung	Klausur / 90 Minuten oder Klausur / 45 Minuten + Studienarbeit / 4 Woche(n) oder Klausur / 45 Minuten + Referat / 20 Minuten oder Studienarbeit / 1 Semester oder Studienarbeit / 4 Woche(n) + Referat / 20 Minuten oder Mündliche Prüfung / 20 Minuten
-------------------------	--

Lehrveranstaltung: Unternehmensbewertung & Risikomanagement

EDV-Bezeichnung	BWLM221K
Dozent/in	Holger Perlwitz, Jörg Wöltje
Umfang (SWS)	2 SWS
Turnus	Sommer- und Wintersemester
Art / Modus	V+Ü – Vorlesung mit integrierter Übung / Pflichtfach
Lehrsprache	Deutsch oder Englisch

Studieninhalte

Im Rahmen der Vorlesung können beispielsweise folgende Inhalte behandelt werden. Die Auswahl und Gewichtung kann je nach Schwerpunktsetzung variieren.

Die Vorlesung vermittelt Kenntnisse zur Analyse, Bewertung und Steuerung von Risiken in Unternehmen und Märkten. Die Studierenden lernen, Risikoarten mithilfe quantitativer und qualitativer Modelle zu identifizieren, zu bewerten und gezielt zu managen. Behandelt werden Markt-, Kredit- und operationelle Risiken. Schwerpunkte sind zudem der Handel und die Absicherung von Risiken mit standardisierten und nicht standardisierten Derivaten sowie Strategien des Hedgings, der Risikobepreisung und der modellgestützten Risikoanalyse.

Im Themenfeld der Unternehmensbewertung werden grundlegende Wertbegriffe, Bewertungsfunktionen und typische Bewertungsanlässe im Unternehmenszyklus erläutert. Zu den methodischen Grundlagen zählen Gesamt- und Einzelbewertungsverfahren, die Bestimmung relevanter Überschüsse und die Ermittlung kapitalisierungsrelevanter Zinssätze. Behandelt werden unter anderem die folgenden Verfahren der Unternehmensbewertung:

- Einzelbewertungsverfahren: Reproduktionswertverfahren, Liquidationswertverfahren

- Gesamtbewertungsverfahren: Ertragswertverfahren, DCF-Verfahren: Entity-Methode, APV-Methode, Equity-Methode
- Marktorientierte Verfahren: Multiplikator-Methode

Empfohlene Literatur

Bösch, M.: Finanzwirtschaft: Investition, Finanzierung, Finanzmärkte und Steuerung, 5. Aufl., München, 2022.

Ernst, D.; Schneider, S.; Thielen, B.: Unternehmensbewertungen erstellen und verstehen, 6. Aufl., 2018.

Hull, J. C.: Options, Futures, and Other Derivatives, 11. Aufl., Harlow: Pearson Education Limited, 2022.

Matschke, M. J.; Brösel, G.: Unternehmensbewertung: Funktionen - Methoden - Grundsätze, 5. Aufl., 2024.

Müsgens, F. & Bade, A.: Energy Trading and Risk Management, Cham: Springer Nature Switzerland, 2024.

Peemöller, V. H. (Hrsg.): Praxishandbuch der Unternehmensbewertung, 8. Aufl., Herne, 2023.

Seppelfricke, P.: Unternehmensbewertungen: Methoden, Übersichten und Fakten für die Praxis, 2. Auflage, Stuttgart, 2026.

Vanini, U.; Rieg, R.: Risikomanagement: Grundlagen - Instrumente - Unternehmenspraxis, 3. Aufl., Stuttgart, 2026.

Wöltje, J.: Investition und Finanzierung, 3. Aufl., Freiburg: Haufe Group, 2022.

Wöltje, J.: Unternehmensbewertung und Finanzkennzahlen, Freiburg, München, Stuttgart: Haufe Group, 2020.

Weitere Hinweise zur Literatur werden in der Vorlesung bekannt gegeben.

Anmerkungen

-

Lehrveranstaltung: Internationale Rechnungslegung

EDV-Bezeichnung	BWLM222K
Dozent/in	Özlem Gutekunst, Jörg Wöltje
Umfang (SWS)	2 SWS
Turnus	Sommer- und Wintersemester
Art / Modus	V+Ü – Vorlesung mit integrierter Übung / Pflichtfach
Lehrsprache	Deutsch oder Englisch

Studieninhalte

In der Lehrveranstaltung „Internationale Rechnungslegung“ wird der aktuelle Stand der Rechnungslegung nach den International Financial Reporting Standards (IFRS) vermittelt und systematisch mit den Regelungen des Handelsgesetzbuches (HGB) verglichen. Ziel des Moduls ist es, den Studierenden ein fundiertes Verständnis der internationalen Rechnungslegungsvorschriften und ihrer praktischen Anwendung zu vermitteln. Theoretische Grundlagen werden durch Beispiele und praxisnahe Übungen vertieft. Die inhaltlichen Schwerpunkte können je nach Bedarf variieren und beinhalten unter anderem:

- Einführung und Grundlagen; Aufbau des IFRS-Regelwerks und Grundprinzipien der IFRS, Ansatz- und Bewertungsvorschriften der wesentlichen Bilanzposten nach HGB und IFRS
- Bestandteile des IFRS-Jahresabschlusses: Bilanz, Gesamtergebnisrechnung, Eigenkapitalveränderungsrechnung, Kapitalflussrechnung, Anhang, Segmentberichterstattung, Vergleichsinformationen
- Vergleich und Analyse: Systematische Gegenüberstellung der Bilanzierungs- und Bewertungsregeln nach IFRS und HGB. Behandlung und Diskussion bilanzspezifischer Sonderthemen
- Wesentliche Bilanzierungs- und Bewertungsfragen beispielsweise bei immateriellen Vermögenswerten, Sachanlagevermögen, Finanzinstrumenten, Vorräten, Erlösen aus Verträgen mit Kunden, Eigenkapital und Schulden, Leasingverhältnisse, latenten Steuern etc., nach IFRS und HGB
- Gestaltungsspielraum und Analyse: Instrumente der Jahresabschlusspolitik nach HGB und IFRS. Analyse und Interpretation eines Geschäftsberichts

Empfohlene Literatur

- IDW Textausgabe: International Financial Reporting Standards IFRS, Düsseldorf, 18. Auflage, 2026.
- Pellens, B. et al.: Internationale Rechnungslegung, 11. Auflage, Stuttgart, 2021.
- Dr. Kleeberg & Partner GmbH (Hrsg.), BANSBACH GmbH (Hrsg.), F.; Dornbach, E. (Hrsg.), KLS Accounting & Valuation GmbH (Hrsg.): IFRS Praxishandbuch, 16. Auflage, München, 2026.
- Ruhnke, K. u. Simons, D.: Rechnungslegung nach IFRS und HGB, 5. Auflage, Stuttgart, 2023.
- Theile, C. u. Dittmar, P.: IFRS Handbuch, 7. Auflage, Köln, 2024.
- Wöltje, J.: Bilanzen – lesen, verstehen und gestalten, 16. Auflage Freiburg, 2026.
- Wöltje, J.: Jahresabschluss Schritt für Schritt, 7. Auflage, München, 2025.
- Wöltje, J.: IFRS-Rechnungslegung Schritt für Schritt, München, 2025.
- Wöltje, J.: Übungsbuch IFRS-Rechnungslegung, München, 2025.
- Wöltje, J.: Fit für die Prüfung: IFRS, 2. Auflage, Konstanz, 2022.
- IRZ – Zeitschrift für Internationale Rechnungslegung
- KoR IFRS – Internationale und kapitalmarktorientierte Rechnungslegung
- PiR – Praxis der Internationalen Rechnungslegung

Anmerkungen

–

BWLM230K Corporate Funding & Investor Relations

Modulname: Corporate Funding & Investor Relations

Modulbezeichnung Corporate Funding & Investor Relations

EDV-Bezeichnung BWLM230K

Modulverantwortliche(r) Holger Perlwitz

Modulumfang (ECTS) 3 CP

Einordnung (Semester) 2. Semester

Inhaltliche Voraussetzungen

Betriebliches Rechnungswesen (intern, extern), Finanzierung und Investition.

Voraussetzungen nach SPO

-

Lernergebnisse und Kompetenzen

Nach erfolgreichem Abschluss der Vorlesung Global Funding und Investor Relations sind die Studierenden in der Lage, komplexe finanzwirtschaftliche Fragestellungen der Kapitalaufnahme und Kapitalmarktkommunikation auf globalen Märkten fundiert zu analysieren und zu bewerten. Im Fokus stehen Finanzierungsinstrumente wie Anleihen, Aktien und deren Emissionsprozesse (z. B. IPO) sowie die Anforderungen unterschiedlicher Kapitalmarktakteure (z. B. Sell-Side-Analysten, institutionelle Investoren, Ratingagenturen, Banken).

Die Studierenden entwickeln ein tiefgehendes Verständnis für den Aufbau und die zielgerichtete Kommunikation von Equity- und Fixed-Income-Stories im Rahmen von Roadshows und Investor Relations. Sie analysieren eigenständig Finanzierungsentscheidungen unter Berücksichtigung von Kapitalkosten, Nachhaltigkeitskriterien, regulatorischen Vorgaben und externen Kredit- und ESG-Ratings.

Auf Basis entscheidungstheoretischer und finanzwirtschaftlicher Modelle erarbeiten sie fundierte Strategien zur Kapitalmarktkommunikation, identifizieren Informationsasymmetrien und steuern gezielt die Erwartungen der Kapitalmarktakteure.

Prüfungsleistung Klausur / 45 Minuten
oder Mündliche Prüfung / 20 Minuten
oder Referat / 15 Minuten

Lehrveranstaltung: Corporate Funding & Investor Relations

EDV-Bezeichnung BWLM231K

Dozent/in	Holger Perlwitz
Umfang (SWS)	2 SWS
Turnus	Sommer- und Wintersemester
Art / Modus	V – Vorlesung / Pflichtfach
Lehrsprache	Deutsch oder Englisch

Studieninhalte

Die Vorlesung vermittelt vertiefte Kenntnisse der Unternehmensfinanzierung und des Investor-Relations-Managements im globalen Kapitalmarktumfeld. Behandelt werden insbesondere Strukturierung, Platzierung und Vermarktung von Aktien-, (nachhaltigen) Anleihe- und Hybridbond-Finanzierungen sowie ausgewählte Projektfinanzierungsstrukturen. Weitere Inhalte umfassen ESG-Anforderungen und regulatorische Rahmenbedingungen. Zudem werden Kredit- und ESG-Ratings behandelt, einschließlich Zielratinglogik und zentraler Kennzahlen. Im Themenfeld Investor Relations werden Ziele, Aufgaben und Schnittstellen zu externen und internen Stakeholdern vermittelt. Ergänzend werden zentrale Instrumente der Kapitalmarktkommunikation behandelt, darunter Equity-/Fixed-Income-Story, Roadshows, Capital Markets Day, Reporting/Disclosure, KPIs, Guidance und Stakeholder-Management, insbesondere gegenüber institutionellen Investoren. Die Inhalte werden praxisorientiert anhand ausgewählter Beispiele, u. a. aus der Energiewirtschaft, vermittelt.

Empfohlene Literatur

- Gräfer, H., Schiller, B., & Rösner, S. (2025). Finanzierung: Grundlagen, Institutionen, Instrumente und Kapitalmarkttheorie (9., völlig neu bearb. Aufl.). Erich Schmidt Verlag.
- Hoffmann, C. P., Schiereck, D., & Zerfaß, A. (Hrsg.). (2022). Handbuch Investor Relations und Finanzkommunikation. Springer Gabler.
- Lowis, S., Streuer, O., Perlwitz, H., & Walchshofer, M. (2016). Fixed Income Investor Relations (DIRK IR Guide XII). Frankfurt am Main: DIRK – Deutscher Investor Relations Verband e.V.

Institutionelle Veröffentlichungen und Websites:

- International Capital Market Association (ICMA): <https://www.icmagroup.org/About-ICMA/>
- Deutscher Investor Relations Verband (DIRK): <https://www.dirk.org/>
- Deutsche Vereinigung für Finanzanalyse und Asset Management (DVFA): <https://dvfa.de/>

Weitere Literatur wird im Rahmen der Vorlesung bekannt gegeben. Zudem werden aktuelle Unternehmensveröffentlichungen genutzt.

Anmerkungen

–

BWLM240K Corporate Governance

Modulname: Corporate Governance

Modulbezeichnung Corporate Governance

EDV-Bezeichnung BWLM240K

Modulverantwortliche(r) Özlem Gutekunst

Modulumfang (ECTS) 3 CP

Einordnung (Semester) 2. Semester

Inhaltliche Voraussetzungen

Grundlagen des externen und internen Rechnungswesens, des Controlling und der Steuerlehre, wie sie in den einschlägigen Bachelorstudiengängen vermittelt werden.

Voraussetzungen nach SPO

-

Lernergebnisse und Kompetenzen

Die Studierende erwerben vertiefte Kenntnisse zum Thema Corporate Governance. Ziel ist es, sie zu befähigen, Corporate Governance sowie deren Systeme in den Kontext der Betriebswirtschaftslehre einordnen, erklären und beurteilen zu können sowie die regulatorischen Entwicklungen aus deutscher und internationaler Sicht darstellen und anwenden zu können.

Nach Abschluss des Moduls sind die Studierende in der Lage, die verschiedenen Konzepte, Mechanismen und Akteure der Corporate Governance zu erläutern und kritisch zu diskutieren. Mögliche Problembereiche in der Corporate Governance werden identifiziert und Lösungswege, auch vor dem Hintergrund aktueller Entwicklungen, aufgezeigt. Die Studierenden sind zudem in der Lage, sich kritisch mit der Ausgestaltung einer guten Unternehmensführung und Unternehmensüberwachung in der Praxis auseinanderzusetzen.

Prüfungsleistung Klausur / 45 Minuten
oder Studienarbeit / 6 Woche(n)
oder Studienarbeit / 2 Woche(n) + Referat / 10 Minuten

Lehrveranstaltung: Corporate Governance

EDV-Bezeichnung BWLM241K

Dozent/in Özlem Gutekunst

Umfang (SWS) 2 SWS

Turnus Sommer- und Wintersemester

Art / Modus V – Vorlesung / Pflichtfach

Lehrsprache Deutsch

Studieninhalte

In der Lehrveranstaltung wird der aktuelle Stand zur Corporate Governance vermittelt. Die theoretischen Grundlagen werden durch praxisnahe Beispiele und Übungen vertieft. Die inhaltlichen Schwerpunkte können je nach Bedarf variieren; beispielsweise sind folgende Inhalte möglich:

- Begriff und Bedeutung der Corporate Governance
 - Theoretische Fundierung der Corporate Governance
 - Corporate Governance-Systeme
 - Regulatorische Entwicklungen und Rahmenbedingungen aus internationaler und deutscher Sicht zur Corporate Governance
 - Wesentliche Elemente der Corporate Governance
 - Der Deutsche Corporate Governance Kodex (DCGK)
 - Rolle der Rechnungslegung in der Corporate Governance und Jahresabschlussprüfung als Gegenstand der Corporate Governance
 - Ausgewählte Steuerungssysteme einer guten Corporate Governance
 - Aktuelle Themen und Entwicklungen im Kontext Nachhaltigkeit, Digitale Transformation, etc.
-

Empfohlene Literatur

- Freidank, C.-C.: Unternehmensüberwachung: Die Grundlagen betriebswirtschaftlicher Kontrolle, Prüfung und Aufsicht. 1. Aufl. 2013, München.
 - Kreipl, C.: Verantwortungsvolle Unternehmensführung, 1. Aufl. 2020, Wiesbaden.
 - Lutter, M., Krieger, G., Verse, D. A.: Rechte und Pflichten des Aufsichtsrats, 7. Aufl. 2020, Köln.
-

Anmerkungen

–

3. Semester

BWLM310 Master-Seminar

BWLM320 Master-Thesis

BWLM330 Kolloquium zur Master-Thesis

BWLM310 Master-Seminar

Modulname: Master-Seminar

Modulbezeichnung	Master-Seminar
EDV-Bezeichnung	BWLM310
Modulverantwortliche(r)	Jens Nimis
Modulumfang (ECTS)	2 CP
Einordnung (Semester)	3. Semester

Inhaltliche Voraussetzungen

Hochschulabschluss Bachelor oder höher

Voraussetzungen nach SPO

-

Lernergebnisse und Kompetenzen

Die Studierenden sind in der Lage, ein abgegrenztes wirtschaftswissenschaftliches Thema bzw. ein Thema aus angrenzenden Fachgebieten eigenständig, ergebnisorientiert und sachgerecht nach dem aktuellen Stand der wissenschaftlichen Erkenntnis zu bearbeiten, kompakt zu präsentieren und zu verteidigen. Sie eignen sich das relevante Fachwissen selbstständig an und übertragen bestehende Erkenntnisse auf die Fragestellung der Master-Thesis. Darüber hinaus leistet die Master-Thesis einen Erkenntnisfortschritt. Die Studierenden kennen und nutzen die relevanten Forschungsmethoden und setzen sich kritisch mit den für das Thema relevanten Lehrmeinungen auseinander. Die Studierenden formulieren die Inhalte ihrer MasterThesis nach wissenschaftlichen Vorgehensweisen und für das Fachpublikum verständlich. Ziel ist die Publikation der Master-Thesis oder eines Auszuges davon.

Studienleistung	Studienarbeit / 4 Woche(n) + Referat / 30 Minuten
------------------------	---

Lehrveranstaltung: Master-Seminar

EDV-Bezeichnung	BWLM311
Dozent/in	Hagen Krämer
Umfang (SWS)	2 SWS
Turnus	Sommer- und Wintersemester
Art / Modus	S – Seminar / Pflichtfach
Lehrsprache	Deutsch oder Englisch

Studieninhalte

Das Master-Seminar ist ein wissenschaftliches Kolloquium bei dem die Problemstellung, Ziele und Vorgehensweise der eigenen Master-Thesis vorgestellt und diskutiert werden. Hierzu führen die Studierenden im begleitenden Selbststudium entsprechende Analysen und Recherchen durch, die in einen schriftlichen Bericht und ein Referat einfließen. Es dient sowohl dem Informationsaustausch als auch zur Vorbereitung auf das Abschlusskolloquium. Darüber hinaus gibt die Lehrveranstaltung einen Überblick über gängige wissenschaftliche Methoden. Die Recherche aktueller wissenschaftlicher Veröffentlichungen wird besprochen.

Empfohlene Literatur

H. Balzert, M. Schröder, C. Schäfer (2011): Wissenschaftliches Arbeiten 2. Auflage, W3L, Herdecke – Witten.

M. Stoetzer (2012): Erfolgreich recherchieren, Pearson.

Anmerkungen

Das Master-Seminar versteht sich als fächerübergreifende Lehrveranstaltung, in der Kenntnisse über wissenschaftliche Methodik und Recherche vermittelt werden. Kenntnisse aus den Fächern des Bachelor- und Masterstudiums, insbesondere jedoch aus dem Themengebiet, in welchem die Master-Thesis erstellt wird, sind für eine erfolgreiche Teilnahme unabdingbar.

BWLM320 Master-Thesis

Modulname: Master-Thesis

Modulbezeichnung	Master-Thesis
EDV-Bezeichnung	BWLM320
Modulverantwortliche(r)	Jens Nimis Studiendekan/-in BWLM
Modulumfang (ECTS)	25 CP
Einordnung (Semester)	3. Semester

Inhaltliche Voraussetzungen

Hochschulabschluss Bachelor oder höher

Voraussetzungen nach SPO

Die Master-Thesis kann nur begonnen werden, wenn außer der Master-Thesis und den dazugehörigen Modulen Master-Seminar und Master-Kolloquium noch maximal 12 ECTS des Masterstudiums fehlen.

Lernergebnisse und Kompetenzen

Die Studierenden sind in der Lage, ein abgegrenztes wirtschaftswissenschaftliches Thema bzw. ein Thema aus angrenzenden Fachgebieten eigenständig, ergebnisorientiert und sachgerecht nach dem aktuellen Stand der wissenschaftlichen Erkenntnis zu bearbeiten, kompakt zu präsentieren und zu verteidigen. Sie eignen sich das relevante Fachwissen selbstständig an und übertragen bestehende Erkenntnisse auf die Fragestellung der Master-Thesis. Darüber hinaus leistet die Master-Thesis einen Erkenntnisfortschritt. Die Studierenden kennen und nutzen die relevanten Forschungsmethoden und setzen sich kritisch mit den für das Thema relevanten Lehrmeinungen auseinander. Die Studierenden formulieren die Inhalte ihrer MasterThesis nach wissenschaftlichen Vorgehensweisen und für das Fachpublikum verständlich. Ziel ist die Publikation der Master-Thesis oder eines Auszuges davon.

Prüfungsleistung Master-Thesis / 1 Semester

Lehrveranstaltung: Master-Thesis

EDV-Bezeichnung	BWLM321
Dozent/in	Professorinnen und Professoren der Fakultät W
Umfang (SWS)	-
Turnus	Sommer- und Wintersemester

Art / Modus

Selbststudium Ausarbeitung Masterthesis / Pflichtfach

Lehrsprache

Deutsch oder Englisch

Studieninhalte

Themen für Master-Thesen werden von den Professorinnen und Professoren der Fakultät für Wirtschaftswissenschaften als forschungsorientierte, theoretische und/oder empirische Arbeiten ausgegeben. Unter Hilfestellung des betreuenden Dozierenden bearbeiten die Studierenden das Forschungsthema eigenständig. Begleitend zur Erstellung der Master-Thesis ist die Teilnahme am Master-Seminar (und den zugehörigen Zwischenkolloquien) verpflichtend.

Empfohlene Literatur

H. Balzert, M. Schröder, C. Schäfer (2011): Wissenschaftliches Arbeiten 2. Auflage, W3L, Herdecke – Witten.

M. Stoetzer (2012): Erfolgreich recherchieren, Pearson.

Anmerkungen

Bezug zu Vorlesungen aus dem Bachelorstudium bzw. Zusammenhang mit anderen Fächern aus dem Masterstudium: Kenntnisse aus den Fächern des Bachelor- und Masterstudiums, insbesondere jedoch aus dem Themengebiet, in welchem die Master-Thesis erstellt wird, sind für eine erfolgreiche Anfertigung der Master-Thesis unabdingbar.

BWLM330 Kolloquium zur Master-Thesis

Modulname: Kolloquium zur Master-Thesis

Modulbezeichnung Kolloquium zur Master-Thesis

EDV-Bezeichnung BWLM330

Modulverantwortliche(r) Jens Nimis

Modulumfang (ECTS) 3 CP

Einordnung (Semester) 3. Semester

Inhaltliche Voraussetzungen

Hochschulabschluss Bachelor oder höher

Voraussetzungen nach SPO

-

Lernergebnisse und Kompetenzen

Die Studierenden sind in der Lage, ein abgegrenztes wirtschaftswissenschaftliches Thema bzw. ein Thema aus angrenzenden Fachgebieten eigenständig, ergebnisorientiert und sachgerecht nach dem aktuellen Stand der wissenschaftlichen Erkenntnis zu bearbeiten, kompakt zu präsentieren und zu verteidigen. Sie eignen sich das relevante Fachwissen selbstständig an und übertragen bestehende Erkenntnisse auf die Fragestellung der Master-Thesis. Darüber hinaus leistet die Master-Thesis einen Erkenntnisfortschritt. Die Studierenden kennen und nutzen die relevanten Forschungsmethoden und setzen sich kritisch mit den für das Thema relevanten Lehrmeinungen auseinander. Die Studierenden formulieren die Inhalte ihrer MasterThesis nach wissenschaftlichen Vorgehensweisen und für das Fachpublikum verständlich. Ziel ist die Publikation der Master-Thesis oder eines Auszuges davon.

Prüfungsleistung Referat / 15 Minuten + Mündliche Prüfung / 30 Minuten

Lehrveranstaltung: Kolloquium zur Master-Thesis

EDV-Bezeichnung BWLM331

Dozent/in

Professorinnen und Professoren der Fakultät W

Umfang (SWS)

-

Turnus

Sommer- und Wintersemester

Art / Modus

S – Seminar / Pflichtfach

Lehrsprache

Deutsch oder Englisch

Studieninhalte

Die Studierenden erläutern in einem freien Kurzvortrag Ziele, Methoden, Inhalte und Ergebnisse ihrer Master-Thesis. In einer sich daran anschließenden Befragung werden von den Prüferinnen und Prüfern und anderen Zuhörerinnen und Zuhörern kritische Fragen zu Thesen, Inhalten, Methoden und Theorien der Master-Thesis gestellt. Darüber hinaus können in der Befragung auch Themengebiete des Studiums zur Ansprache kommen. Der Vortrag und die Beantwortung der Fragen werden von den Prüferinnen und Prüfern mit einer Note bewertet. Zusätzlich ist von den Studierenden ein zur Veröffentlichung geeignetes Manuskript einzureichen.

Empfohlene Literatur

H. Balzert, M. Schröder, C. Schäfer (2011): Wissenschaftliches Arbeiten 2. Auflage, W3L, Herdecke – Witten.

M. Stoetzer (2012): Erfolgreich recherchieren, Pearson.

Anmerkungen

Bezug zu Vorlesungen aus dem Bachelorstudium bzw. Zusammenhang mit anderen Fächern aus dem Masterstudium: Kenntnisse aus den Fächern des Bachelor- und Masterstudiums, insbesondere jedoch aus dem Themengebiet, in welchem die Master-Thesis erstellt wird, sind für eine erfolgreiche Teilnahme am Abschlusskolloquium unabdingbar.

Hochschule Karlsruhe
University of
Applied Sciences

+IKA

Fakultät für
Wirtschafts-
wissenschaften

www.h-ka.de/w