

Modul BB01: Grundlagen der BWL, Absatz und Beschaffung				Studiengang:	B
Modultyp:	ECTS-Punkte:	Workload:	Studiensemester:	Dauer des Moduls:	
Pflicht	12	360	1.	Ein Semester	
Lehrveranstaltungen:			Kontakt-zeit:	Selbst-studium:	Geplante Gruppen-größe:
Kurs 1: Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre I (2 SWS)			30 h	60 h	390
Kurs 2: Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre II (2 SWS)			30 h	60 h	390
Kurs 3: Absatz und Beschaffung I (2 SWS)			30 h	60 h	390
Kurs 4: Absatz und Beschaffung II (2 SWS)			30 h	60 h	390
Lernziele und Kompetenzen:					
<p>Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre: Im ersten Teil der Veranstaltung erlangen die Studenten Grundlagenwissen zur finanz- und erfolgswirtschaftlichen Unternehmenssteuerung. Zu diesem Zweck werden sie über einen idealtypischen Managementprozess zur zielgerichteten Steuerung des Unternehmens in Kenntnis gesetzt und lernen den unternehmerischen Finanz- und Leistungsprozess sowie dessen Abbildung im Jahresabschluss kennen. Die Studenten sollen in die Lage versetzt werden, eine erste Abgrenzung finanz- und erfolgswirtschaftlicher Grundbegriffe vorzunehmen, und Wissen über die verschiedenen Teilbereiche der Unternehmensrechnung gewinnen. Durch eine Einführung in das System der doppelten Buchführung werden die Studenten befähigt, selbstständig standardmäßige Geschäftsvorfälle zu verbuchen und eine Bilanz sowie die zugehörige GuV aufzustellen.</p> <p>Im zweiten Teil der Veranstaltung sollen die Teilnehmer Spezifika betriebswirtschaftlichen Denkens und Handelns kennenlernen. Dazu werden neben grundlegenden betriebswirtschaftlichen Begriffen Grundlagen zu betriebswirtschaftlichen Handlungsfeldern (z. B. Organisation, strategische Planung) vermittelt. Zudem erfolgt eine übersichtsartige Beschreibung alternativer Rechtsformen sowie konstitutiver Entscheidungen in Unternehmen.</p> <p>Absatz und Beschaffung: Die Teilnehmer sollen aus einer betriebswirtschaftlichen Perspektive die Verflechtung von Unternehmen mit Märkten erkennen, analysieren und gestalten lernen. Dazu gehört zunächst die Kenntnis der verschiedenen Varianten des Marketing-Verständnisses, des Marketing-Denkens und -Handelns in unterschiedlichen Sektoren, nicht nur im „kommerziellen Marketing“ und stets Vertrieb einschließend. Im zweiten Schritt werden die Teilnehmer an zentrale Bausteine der Absatzpolitik wie Wettbewerbsvorteile, Kundenorientierung, Handlungsebenen und Strategien theoretisch wie anwendungsbezogen herangeführt. Im dritten Schritt sollen die Teilnehmer die Bedeutung der Informationsgewinnung und -aufbereitung, etwa durch Marktforschung für betriebliche Entscheidungen, erkennen und verstehen. Ausgewählte grundlegende Marketingstrategien verdeutlichen den Teilnehmern Zielgruppenorientierung und Konzentration auf „Stoßrichtungen“ - in Zusammenhang mit angestrebten Positionierungen und Wettbewerbsvorteilen. Schließlich sollen den Teilnehmern in mehreren umfassenden Abschnitten Basics der Marketing-Instrumente, der Marketing-Organisation und des Marketing-Controlling vermittelt werden. Damit soll die Fähigkeit erworben werden, marktbezogene Entscheidungen zu treffen.</p>					
Inhalte:					
<p>Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre: Teil I der Veranstaltung</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Finanz- und erfolgswirtschaftliche Steuerung von Unternehmen im Überblick <ol style="list-style-type: none"> a. Gründung eines Unternehmens und Kapitalbedarf 					

- b. Abgrenzung finanzieller Grundbegriffe
 - c. Grundzüge der Periodenerfolgsrechnung (GuV-Rechnung) und der Bilanz
 - d. Der Finanz- und Leistungsprozess des Unternehmens
 - e. Der Managementprozess (Steuerungsprozess) des Unternehmens
 - f. Der Informationsprozess und seine Unterstützung durch die Unternehmensrechnung
2. Das System doppelter Buchführung
- a. Grundregeln des Buchens und Entwicklung von Buchungssätzen
 - b. Aktive und passive Bestandskonten und Grundtypen von Bestandsbuchungen
 - c. Erfolgsbuchungen
 - d. Rechtliche Grundlagen der Buchführung
 - e. Kontenrahmen und Kontenplan
 - f. Eröffnungs- und Schlussbilanzkonto
 - g. Privateinlagen und Privatentnahmen
 - h. Buchungen im Handels- und im Industriebetrieb
 - i. Buchungen der Umsatzsteuer

Teil II der Veranstaltung

1. Ausgangsbedingungen des Wirtschaftens und Voraussetzungen betriebswirtschaftlichen Handelns
2. Elemente betriebswirtschaftlicher Aktivitäten
3. Ebenen wirtschaftlichen Handelns
4. Strukturierung des Unternehmens
5. Corporate Governance
6. Leistungsstrom des Betriebes
7. Finanzströme des Unternehmens
8. Planung und Entscheidung

Absatz und Beschaffung:

1. Absatz- und Beschaffungswirtschaft im Rahmen der Betriebswirtschaftslehre und Unternehmenspolitik
2. Wettbewerbsvorteile und Kundenorientierung
3. Handlungsebenen in Absatz und Beschaffung
4. Grundlagen der Beschaffung
5. Elemente der Absatzmarketing-Konzeption
 - a. Informatorische Grundlagen und Analysefelder der Absatzwirtschaft
 - b. Marketing-Ziele und Marketing-Strategien
 - c. Marketing-Mix: Instrumentalentscheidungen im Marketing
6. Fallstudien

Lehrformen:

Plenum, Gruppenarbeit

Verwendbarkeit des Moduls:

B.Sc. BWL; B.Sc. VWL; B.Sc. Wirtschaftschemie; im Nebenfach des Diplom- und Bachelor-Studiengangs Mathematik; als Wahlmodul für Studierende des Faches Psychologie mit Nebenfach BWL; M.A. Kunstgeschichte mit Schwerpunkt Kunstvermittlung

Teilnahmevoraussetzungen:

Erfüllung der Eingangsbedingungen gemäß Prüfungsordnung für die Bachelor-Studiengänge „Betriebswirtschaftslehre“, Volkswirtschaftslehre und Wirtschaftschemie.

Prüfungsformen:

Die Modulabschlussprüfung erfolgt schriftlich in Form einer Klausur (120 Minuten).

Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Punkten:

Erfolgreich abgelegte Modulabschlussklausur.

Häufigkeit des Angebots:

Je Studienjahr im Wintersemester.

Stellenwert der Note für die Endnote:
Die Gesamtnote der Bachelorprüfung errechnet sich als gewichtetes arithmetisches Mittel aus den Noten der Modulabschlussprüfungen, der Zusatzleistungen und der Bachelorarbeit. Dabei wird die Bachelorarbeit dreifach gewichtet.
Modulbeauftragte und hauptamtlich Lehrende:
Prof. Dr. Klaus-Peter Franz und Wissenschaftliche Mitarbeiter des Lehrstuhls. Prof. Dr. Stefan Süß und Wissenschaftliche Mitarbeiter des Lehrstuhls. Prof. Dr. Bernd Günter und Wissenschaftliche Mitarbeiter des Lehrstuhls.
Sonstige Informationen:
Aktuelle Informationen jeweils auf den Internetseiten der Modulbeauftragten sowie im Ilias und HIS-LSF.

Stand: 10.07.2011