Bayerisches Staatsministerium
für Unterricht und Kultus

Lehrplan für die Fachakademie

Fachakademie für Wirtschaft

1. und 2. Studienjahr

Juli 2025

BAYERISCHES STAATSMINISTERIUM FÜR UNTERRICHT UND KULTUS

Lehrplan für die Fachakademie

Fachakademie für Wirtschaft

1. und 2. Studienjahr

Juli 2025

Der Lehrplan wurde mit Verfügung vom … (…) genehmigt und gilt mit Beginn des Schuljahres …/….

Herausgeber:
Staatsinstitut für Schulqualität und Bildungsforschung, Schellingstr. 155, 80797 München
Telefon 089 2170-2211, Telefax 089 2170-2215
Internet: www.isb.bayern.de

Inhaltsverzeichnis

Einführung 4

1. Bildungs- und Erziehungsauftrag der Fachakademie 4
2. Leitgedanken für den Unterricht an der Fachakademie für Wirtschaft 5
3. Verbindlichkeit der Lehrpläne 6
4. Ordnungsmittel und Stundentafeln 7

5.1 Lehrpläne: Pflichtfächer 8

Betriebswirtschaft 8
Betriebliches Management 16
Volkswirtschaft 26
Angewandte Volkswirtschaft 31
Betriebliches Rechnungswesen 38
Wirtschaftsrecht 40
Wirtschaftsinformatik 46
Betriebliche Kommunikation 52
Projektarbeit 57
Wirtschaftsmathematik und Statistik 59
Business English 62
Deutsch 65
Mathematik 66
Englisch 67
Politik und Gesellschaft 69

5.2 Lehrpläne: Wahlpflichtfächer 70

Investition, Finanzierung und Kapitalmarkt 70
Rechnungslegung, Berichterstattung und Steuern 74
Internationale Wirtschaft und Außenhandel 78
Advanced Business English 89
Marketing, Kommunikation und Wirtschaftspsychologie 93
Personalmanagement und -controlling 104

5.3 Lehrpläne: Zusatzfächer für den Erwerb der Fachhochschulreife 114

Englisch 114
Mathematik 115
Naturwissenschaftliche Grundlagen 116

Anhang 120

Einführung

1. Bildungs- und Erziehungsauftrag der Fachakademie

Durch das Fachstudium an der Fachakademie für Wirtschaft werden die Studierenden auf den Eintritt in eine gehobene Berufslaufbahn vorbereitet. Bei erfolgreichem Abschluss wird die Berufsbezeichnung „Staatlich geprüfter Betriebswirt/Staatlich geprüfte Betriebswirtin“ verliehen.

Das Fachstudium an der Fachakademie für Wirtschaft dauert zwei Jahre in Vollzeitform und ist auch in Teilzeitform möglich. Es setzt den mittleren Schulabschluss und eine abgeschlossene kaufmännische Berufsausbildung in einem staatlich anerkannten Ausbildungsberuf mit einer Regelausbildung von mindestens zwei Jahren oder eine abgeschlossene Berufsausbildung zum Staatlich geprüften kaufmännischen Assistenten voraus. Bis zum Abschluss ist eine kaufmännische berufliche Erfahrung von mindestens einem Jahr oder es sind, im Falle eines fehlenden einschlägigen Berufsabschlusses, fünf Jahre Berufserfahrung zu erbringen.

Ziel des Fachstudiums an der Fachakademie ist es, Fachkräfte auf eine gehobene Berufslaufbahn vorzubereiten. Mit dem Abschluss zur Staatlich geprüften Betriebswirtin bzw. zum Staatlich geprüften Betriebswirt wird der allgemeine Hochschulzugang erlangt und es besteht die Möglichkeit, ein Studium an einer wissenschaftlichen Hochschule oder Universität aufzunehmen. Zugleich können die Absolventinnen und Absolventen nach erfolgreicher Teilnahme an der Ergänzungsprüfung die allgemeine Fachhochschulreife und unter bestimmten Voraussetzungen auch die fachgebundene Hochschulreife erlangen.

Die Lehrpläne bauen deshalb auf den Kenntnissen und Fähigkeiten der Regelschulen der Sekundarstufe II bzw. der schulischen (Mittlere Reife) und beruflichen Erstausbildung auf und orientieren sich eng sowohl an der beruflichen Leitungspraxis als auch den grundlegenden wissenschaftlichen Inhalten eines einschlägigen Hochschulstudiums.

Das Fachstudium an der Fachakademie vermittelt Fachkompetenz (Wissen und Fertigkeiten) sowie Personale Kompetenz (Sozialkompetenz und Selbstständigkeit), die die Studierenden befähigen, komplexen Anforderungen in einem leitenden beruflichen Tätigkeitsfeld gerecht zu werden. Neben einem umfassenden und integrierten beruflichen Fach- und Leitungswissen und einem sehr breiten Spektrum an Methoden zur Bearbeitung komplexer Entscheidungsprobleme und grundlegendem akademischen Wissen werden auch vertiefte Kompetenzen in den Bereichen Interkulturalität, Teamfähigkeit, Mitgestaltung und Kommunikation von Prozessen erworben. Eigenständigkeit und Verantwortung, Reflexivität und Lernkompetenz sowie Methoden- und Medienkompetenz werden während des Fachstudiums geschult.

2. Leitgedanken für den Unterricht an der Fachakademie für Wirtschaft

Die Umsetzung kompetenz- und lernbereichsorientierter Lehrpläne fördert die Handlungskompetenz der Studierenden. Unter Handlungskompetenz wird hier die Bereitschaft und Befähigung des Einzelnen verstanden, sich in beruflichen, gesellschaftlichen und privaten Situationen sachgerecht reflektiert sowie individuell und sozial verantwortungsbewusst zu verhalten.

Ziel eines auf Handlungskompetenz ausgerichteten Unterrichts ist es, dass die Studierenden die Bereitschaft und Befähigung entwickeln, auf der Grundlage vertieften fachlichen Wissens und Könnens komplexe Aufgaben und Probleme professionell, zielorientiert, sachgerecht, methodengeleitet und selbstständig zu lösen und das Ergebnis fachgerecht zu beurteilen, sodass sie Kenntnisse zur Weiterentwicklung des eigenen beruflichen Tätigkeitsfeldes besitzen (Fachkompetenz).

Des Weiteren stehen stets die Entwicklung der Persönlichkeit der Studierenden sowie die Entfaltung ihrer individuellen Begabungen und Lebenspläne im Fokus des Unterrichts. Dabei werden Wertvorstellungen wie Selbstständigkeit, Kritikfähigkeit, Selbstvertrauen, Zuverlässigkeit, Verantwortungs- und Pflichtbewusstsein vermittelt und entsprechende Eigenschaften entwickelt, um Lern- und Arbeitsprozesse zu reflektieren, zu optimieren und nachhaltig zu gestalten (Selbstkompetenz).

Die Bereitschaft und Fähigkeit, soziale, internationale und interkulturelle Beziehungen zu leben und zu gestalten, Zuwendung und Spannungen zu erfassen und zu verstehen, sich mit anderen rational und verantwortungsbewusst auseinanderzusetzen und zu verständigen, werden ebenfalls im Unterricht gefördert und unterstützt. Darüber hinaus wird das Arbeiten in und Leiten von Expertenteams sowie die Entwicklung und argumentative Darlegung von geeigneten Lösungsansätzen ausgebildet (Sozialkompetenz).

Der Erwerb beruflicher Handlungskompetenz als maßgebende Zielsetzung beruflicher Bildung bedingt auch, die mittelbaren Auswirkungen der weiter voranschreitenden Digitalisierung zu berücksichtigen. Dabei sind die Kompetenzen im Umgang mit digitalen Medien und künstlicher Intelligenz (KI) als Querschnittskompetenzen zu verstehen, die an der Fachakademie für Wirtschaft als integraler Bestandteil einer umfassenden Handlungskompetenz erworben werden.

Für die Kompetenzvermittlung ist es notwendig, Wissen und Fertigkeiten zu vernetzen und dafür Unterrichtskonzepte zu entwickeln, die die Studierenden individuell fördern und sie im Prozess des selbstregulierten, eigenständigen und eigenverantwortlichen Lernens unterstützen.

3. Verbindlichkeit der Lehrpläne

Die Ziele und Inhalte der Lehrpläne bilden zusammen mit den Prinzipien des Grundgesetzes für die Bundesrepublik Deutschland, der Verfassung des Freistaates Bayern und des Bayerischen Gesetzes über das Erziehungs- und Unterrichtswesen die verbindliche Grundlage für den Unterricht und die Erziehungsarbeit. Im Rahmen dieser Bindung trifft die Lehrkraft oder das Lehrkräfteteam Entscheidungen in pädagogischer Verantwortung.

Die im Folgenden beschriebenen Fächer beinhalten verschiedene Lernbereiche, die sowohl die Kompetenzerwartungen als auch die damit unabdingbar verbundenen Inhalte aufführen.

Die in den Lernbereichen formulierten Kompetenzen beschreiben den Qualifikationsstand am Ende des Lernprozesses und stellen die Grundkompetenzen dar. Die Reihenfolge der Lernbereiche in den Lehrplänen innerhalb einer Jahrgangsstufe ist i. d. R. nicht verbindlich; sie ergibt sich u. a. aus der fächerübergreifenden Absprache der Lehrkräfte zur Abstimmung der Unterrichtsplanung. Die angegebenen Zeitrichtwerte der Lernbereiche (v. a. für neue bzw. neu zugeschnittene Fächer) sind als Orientierungshilfe gedacht.

4. Ordnungsmittel und Stundentafeln

Stundentafel für die Fachakademie für Wirtschaft

Fächer	Wochenstunden	
	1. Studienjahr	2. Studienjahr
Pflichtfächer	–	–
Betriebswirtschaft	6	–
Betriebliches Management	–	6
Volkswirtschaft	3	–
Angewandte Volkswirtschaft	–	4
Betriebliches Rechnungswesen	3	–
Wirtschaftsrecht	4	–
Wirtschaftsinformatik	4	–
Betriebliche Kommunikation	2	–
Projektarbeit	–	2
Wirtschaftsmathematik und Statistik	–	2
Business English	2	–
Deutsch[1)]	2	–
Mathematik[1)]	4	–
Englisch[1), 2)]	2	2
Politik und Gesellschaft[1)]	2	–
Zwischensumme	**34**	**16**
		+ 16 Wochenstunden Wahlpflichtfächer[3]
Gesamtsumme	**34**	**32**
Wahlpflichtfächer		
Investition, Finanzierung und Kapitalmarkt	–	8
Rechnungslegung, Berichterstattung und Steuern	–	8
Internationale Wirtschaft und Außenhandel	–	8
Advanced Business English	–	8
Marketing, Kommunikation und Wirtschaftspsychologie	–	8
Personalmanagement und -controlling	–	8
Zusatzfächer für den Erwerb der Fachhochschulreife		
Englisch[1)]	–	2
Mathematik[1)]	–	2
Naturwissenschaftliche Grundlagen[1)]	2	–

1 Das Fach ist in die Ergänzungsprüfung zum Erwerb der Fachhochschulreife einzubringen.

2 In diesem Fach ist die schriftliche Ergänzungsprüfung abzulegen.

3 Die Studierenden wählen Fächer im vorgeschriebenen Umfang spätestens zum Ende des 1. Studienjahres aus den von der Schule angebotenen Wahlpflichtfächern. Bei der Auswahl der Wahlpflichtfächer kann maximal eine Sprache gewählt werden.

5.1 Lehrpläne: Pflichtfächer

1. Studienjahr

Betriebswirtschaft **240 Std.**

Lernbereich 1	**20 Std.**
Einführung in die Betriebswirtschaftslehre Orientierung im Unternehmen, Überprüfung betrieblicher Zielsetzungen und betrieblicher Veränderungsprozesse	
Kompetenzerwartungen Die Studierenden arbeiten die Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre sowie die zentralen betriebswirtschaftlichen Funktionen von Unternehmen heraus. Daraus entwickeln sie einen Bezugsrahmen für die Einordnung betriebswirtschaftlicher Problem- und Funktionsfelder. Des Weiteren leiten sie daraus Unternehmensziele auf allen Unternehmensebenen anhand eines Zielsystems ab. Die Studierenden berücksichtigen dabei insbesondere die ESG-Kriterien (Environmental Social Governance). Sie diskutieren die Möglichkeiten der Zielerreichung auch unter Berücksichtigung von Ressourcenknappheit. Die Studierenden ermitteln und bewerten Veränderungsprozesse in Unternehmen anhand grundlegender Modelle (Methoden) und Instrumente. Dabei untersuchen sie Veränderungen in Unternehmen unter den Aspekten der Diagnose von Veränderungsbedarfen, der Entwicklung von Veränderungsstrategien und der Kommunikation mit allen Anspruchsgruppen. Sie bewerten, ob und unter welchen Bedingungen Veränderungsprozesse erfolgreich sind.	
Inhalte Grund- und Querschnittsfunktionen von Unternehmen Unternehmensziele, u. a. ökonomisch, ökologisch und sozial Zielsysteme: Zielhierarchie, Zielbedeutung, Zielbeziehung, Zielformulierung Veränderungsprozesse: Modelle und Methoden	

1. Studienjahr

Betriebswirtschaft 240 Std.

Lernbereich 2 **40 Std.** **Rechtliche und organisatorische Grundlagen des Unternehmens** Wahl der Rechtsform, des Standorts sowie des Unternehmensaufbaus und -ablaufs
Kompetenzerwartungen Die Studierenden diskutieren die Wahl der geeigneten Rechtsform für ein Unternehmen unter Berücksichtigung von betriebswirtschaftlichen und rechtlichen Kriterien. Des Weiteren analysieren sie geeignete Standorte auch mithilfe von IT- und KI-gestützten Scoringmodellen, innerhalb und außerhalb der Europäischen Union, unter ökonomischen, ökologischen, rechtlichen und soziografischen Faktoren. Die Studierenden bewerten und diskutieren die Aufbau- und Ablauforganisation eines Unternehmens unter Berücksichtigung organisatorischer und digitaler Rahmenbedingungen, um die Effizienz, Qualität und Kundenzufriedenheit zu steigern.
Inhalte grundlegende nationale und internationale Rechtsformen harte und weiche Standortfaktoren Standortanalyse Aufbauorganisation, u. a. Einlinien- und Mehrliniensystem, Matrixorganisation, divisionale und funktionale Organisation Ablauforganisation, u. a. Aufgaben, Ziele, Einflussgrößen, Konzepte: Arbeitsorganisation, Ablaufplan, Prozessorganisation

1. Studienjahr

Betriebswirtschaft 240 Std.

Lernbereich 3	**40 Std.**
Grundlagen des Personalmanagements zukunftsorientierte Beschaffung, Verwaltung und Entwicklung von Personal	

Kompetenzerwartungen

Die Studierenden arbeiten heraus, dass Mitarbeitende eine wichtige Ressource des Unternehmens sind. Sie ermitteln den Personalbedarf, vergleichen Möglichkeiten der Beschaffung und treffen begründete Entscheidungen anhand adäquater Auswahlverfahren.

Sie vergleichen grundlegende Arbeitszeit- und Vergütungsmodelle. Die Studierenden analysieren Mitarbeitende hinsichtlich deren Leistung und Potenzial, um daraus passgenaue Strategien zur Förderung und Weiterqualifizierung abzuleiten bzw. möglichen Fähigkeitsdefiziten entgegenzuwirken.

Die Studierenden untersuchen primäre Wechselmotive und belegen, dass ein entsprechend gestaltetes Arbeitsumfeld sowie entsprechende Zusatzleistungen zur langfristigen Mitarbeiterbindung beitragen. Die Studierenden arbeiten grundlegende Funktionen sowie den Nutzen einer Personalsoftware heraus.

Die Studierenden berechnen die wichtigsten Kennzahlen des Personalcontrollings, werten diese aus und leiten daraus entsprechende Maßnahmen ab.

Inhalte

Personalbedarfsermittlung
Personalbeschaffung
Methoden der Personalauswahl, u. a. Erstellung eines Anforderungsprofils, Vorstellungsgespräch, Tests

Personalverwaltung, u. a. Arbeitszeit- und Vergütungsmodelle, Anreizsysteme

Personalsoftwaresysteme

Personalcontrolling

1. Studienjahr

Betriebswirtschaft 240 Std.

Lernbereich 4 **40 Std.**

Grundlagen der Material- und Leistungserstellung

Analyse, Planung, Steuerung und Kontrolle von Material- und Leistungserstellungsprozessen im Unternehmen

Kompetenzerwartungen

Die Studierenden analysieren die Logistik als Querschnittsfunktion in der betrieblichen Wertschöpfung, auch im Hinblick auf ein optimiertes Lieferkettenmanagement.
Sie beschreiben die strategische und operative Produktionsplanung in ihren Grundzügen. Aufgrund unternehmensspezifischer Gegebenheiten entscheiden sie sich begründet für adäquate Produktionsorganisationstypen.

Sie arbeiten Optimierungspotenziale im Bereich der operativen Produktionsplanung unter Berücksichtigung der vorhandenen Produktionskapazitäten, des Ressourcenverbrauchs und unter Zuhilfenahme digitaler Systeme heraus. Sie berechnen und bewerten aussagekräftige Kennzahlen zur Analyse und Optimierung des Produktions- und Leistungserstellungsprozesses.

Die Studierenden erklären Begriffe der Beschaffung sowie Ziele und Schwerpunkte des Lieferkettenmanagements. Sie arbeiten Konzepte, Entscheidungsmethoden und Prozesse im strategischen Einkauf und der Beschaffungslogistik von Industrie- und Dienstleistungsunternehmen sowie im Handel heraus. Sie vergleichen Lieferanten anhand quantitativer und qualitativer Bewertungskriterien auch mithilfe von IT- und KI-gestützten Scoringmodellen. Sie analysieren unternehmensadäquate Beschaffungsstrategien und treffen für vorliegende Situationen eine begründete Entscheidung.

Die Studierenden erklären Aufgaben, Ziele und deren Beziehungen im Bereich der Materialwirtschaft. Sie ermitteln den zukünftig auftretenden Materialbedarf nach Art, Zeit und Menge und wenden verschiedene Methoden der Bedarfsermittlung an. Sie erläutern verschiedene Bestellverfahren sowie moderne Lagerformen für ein optimales Lagermanagement und berechnen Lagerkennzahlen.

Die Studierenden erklären Systeme des Recycling- und Entsorgungsmanagements und arbeiten Maßnahmen zur Ergebnisverbesserung heraus.

Inhalte:

strategische Produktionsplanung, u. a. Marktanalyse, Kapazitätsplanung, Technologieplanung, Ressourcenallokation

operative Produktionsplanung, u. a. Bestandsmanagement, Ablaufproduktion, Auftragsplanung, Qualitätskontrolle
Fertigungsverfahren, u. a. Werkstätten-, Reihen- und Fließfertigung
Digitalisierung der Produktion, z. B. Industrie 4.0, Smart Factory, Industrial Internet of Things (IIoT)
Kennzahlen zur Optimierung der Produktion, z. B. Fehlerquote, Produktivität,

Durchlaufzeit, Recyclingquote, CO_2-Einsparquote, Anteil erneuerbarer Energien am Gesamtstromverbrauch

Bereitstellungsprinzipien, u. a. Einzel- und Vorratsbeschaffung, just-in-time, Sequence-Beschaffung
Grundlagen des Lieferkettensorgfaltspflichtengesetzes, u. a. Sorgfaltspflichten, Sanktionen
Optimierungsmaßnahmen, u. a. ABC-/XYZ-Analyse, optimales Produktionsprogramm
Lieferantenauswahl, u. a. quantitative und qualitative Kriterien zur Lieferantenauswahl, Lieferantenmatrix
Beschaffungsstrategien, u. a. Global-, Multiple-, Dual-, Single-Sourcing
Zeit- und Mengenplanung der Beschaffung, u. a. optimale Bestellmenge

Lagerarten, Lagerorganisation
Lagerkennzahlen, u. a. durchschnittlicher Lagerbestand, Lagerdauer, Lagerumschlag, Lagerzinssatz, durchschnittliche Kapitalbindung

Grundbegriffe, u. a. Recycling, Entsorgung, Kreislaufwirtschaft
Ziele des Recycling- und Entsorgungsmanagements

1. Studienjahr

Betriebswirtschaft 240 Std.

Lernbereich 5 **Marketing** Analyse, Planung, Steuerung und Kontrolle von Marketingprozessen im Unternehmen	**40 Std.**

Kompetenzerwartungen

Die Studierenden erläutern den strategischen Marketingprozess und untersuchen dessen Bedeutung und Auswirkung für alle Bereiche eines Unternehmens. Die Studierenden fassen die Grundlagen des Marketings sowie die dazugehörige Rolle der Marktforschung zusammen und wenden entsprechende Planungstechniken an.

Ausgehend von den Ergebnissen der Situationsanalyse arbeiten die Studierenden strategische Ziele heraus. Dabei entscheiden sie sich anhand von gewählten Kriterien für eine sinnvolle unternehmensspezifische Segmentierung des relevanten Marktes.

Sie treffen und beurteilen adäquate und zielgruppenorientierte Marketingmixentscheidungen und bewerten deren Umsetzung unter Einbezug aktueller Entwicklungen. Dabei beschreiben sie relevante Kontrollsysteme sowie deren Stärken und Schwächen und wenden diese situationsbezogen auch mithilfe digitaler Instrumente an. Die Studierenden beurteilen aktuelle Trends und zukünftige Herausforderungen des Marketings im Hinblick auf Zielgruppen, Werbewirksamkeit und Umsetzung. Die Studierenden werten die Ergebnisse des strategischen Marketingprozesses hinsichtlich der Effektivität und Effizienz aus.

Inhalte

Methoden der Marktforschung

Methoden der externen und internen Situationsanalyse
Kriterien zur Marktsegmentierung

Instrumente des Marketingmixes, u. a. Produkt-, Preis-, Distributions- und Kommunikationspolitik

1. Studienjahr

Betriebswirtschaft 240 Std.

Lernbereich 6 **Treffen von Investitionsentscheidungen** Planung, Begründung und Bewertung von Investitionsentscheidungen im Unternehmen	**30 Std.**
Kompetenzerwartungen Die Studierenden nehmen Stellung zu verschiedenen Investitionsentscheidungen und vergleichen dabei die entsprechenden Investitionsarten, die einem Unternehmen zur Verfügung stehen. Sie vergleichen die charakteristischen Merkmale und die damit einhergehenden Vor- und Nachteile der statischen sowie dynamischen Investitionsrechnung. Ausgehend davon berechnen und bewerten sie die Ergebnisse dieser beiden Verfahren der Investitionsrechnung. Auf Basis dieser Ergebnisse diskutieren sie unterschiedliche Investitionsalternativen. Dabei wenden sie einschlägige Software an, um die investitionstheoretischen Kennzahlen zu ermitteln. Die Studierenden arbeiten das Risiko von Investitionsentscheidungen für Unternehmen heraus und diskutieren mögliche Folgen.	
Inhalte Investitionsarten, u. a. Ersatz-, Rationalisierungs- und Erweiterungsinvestition statische Investitionsrechnung, u. a. Kostenvergleichs-, Gewinnvergleichs-, Rentabilitäts- und Amortisationsrechnung dynamische Investitionsrechnung, u. a. Kapitalwertmethode Risikobewertung, u. a. Rechnen mit Unsicherheiten, Sensitivitätsanalyse	

1. Studienjahr

Betriebswirtschaft 240 Std.

Lernbereich 7 **Treffen von Finanzierungsentscheidungen** Begründung und Bewertung von Finanzierungsentscheidungen im Unternehmen	**30 Std.**
Kompetenzerwartungen Die Studierenden berechnen den Kapitalbedarf für unterschiedliche Investitionsalternativen. Sie entwickeln selbstständig auf Basis prognostizierter Ein- und Auszahlungsströme eine angepasste Liquiditäts- und Finanzplanung. Die Studierenden beschreiben charakteristische Merkmale der wichtigsten Finanzierungsalternativen. Dabei berechnen und analysieren sie rechtsformabhängig verschiedene Möglichkeiten der Eigenfinanzierung. Die Studierenden berechnen und bewerten passende Kreditarten im Rahmen der Fremdfinanzierung, auch unter Anwendung einschlägiger Software. Sie untersuchen dabei auch die geforderten Kreditsicherheiten hinsichtlich der Auswirkungen für das Unternehmen. Des Weiteren berechnen und vergleichen sie die wichtigsten Finanzsurrogate und diskutieren diese mit anderen Formen der Fremdfinanzierung. Die Studierenden beschreiben die Auswirkungen der Finanzierungsentscheidungen auf die Bonität und das Rating der Unternehmen. Sie arbeiten innovative, aktuelle Finanzierungsinstrumente heraus und vergleichen diese bezüglich ihrer Risiken und Chancen für das Unternehmen.	
Inhalte Kapitalbedarfsrechnung Finanzierungsarten nach der Kapitalherkunft, u. a. Außen- und Innenfinanzierung Finanzierungsarten nach Rechtsstellung der Kapitalgeber, u. a. Eigen- und Fremdfinanzierung Kreditsicherheiten Finanzsurrogate, u. a. Leasing, Factoring Rating	

2. Studienjahr

Betriebliches Management 240 Std.

Lernbereich 1 **50 Std.**

Normative Unternehmensführung

Analyse, Entwicklung und Umsetzung von normativen Rahmenbedingungen auf der Ebene der Unternehmensführung

Kompetenzerwartungen

Die Studierenden beschreiben die Grundlagen und Prinzipien der normativen Unternehmensführung sowie deren Bedeutung für die Erreichung langfristiger Unternehmensziele.

Sie analysieren Unternehmenswerte, -vision, -kultur, -verfassung und -leitbild und untersuchen deren Rolle in der strategischen und operativen Umsetzung, insbesondere im Kontext der Unternehmensethik. Sie entwickeln ein eigenes Unternehmensleitbild, das die ethischen Prinzipien und Werte reflektiert. Die Studierenden untersuchen die Bedeutung ethischer Verantwortung und gesellschaftlicher Erwartungen für den Erfolg eines beispielhaften Betriebes, insbesondere im Kontext der Unternehmensethik. Sie erläutern die Rolle von Corporate Governance und Corporate Social Responsibility (CSR) und gestalten Konzepte, wie diese Prinzipien in die Unternehmensführung integriert werden können, um eine starke ethische Grundlage zu gewährleisten.

Im Bereich der Unternehmenskultur beschreiben die Studierenden die verschiedenen Ebenen und bewerten diese, um sicherzustellen, dass sie im Einklang mit den definierten Werten, Normen und Zielen stehen, einschließlich der Unternehmensethik. Sie diskutieren Lösungsansätze für moralische Dilemmata, die rechtliche und ethische Standards berücksichtigen und zur Erreichung der Unternehmensziele beitragen. Die Studierenden stellen die Implementierung von Compliance-Systemen dar und untersuchen deren Einhaltung, um Regelverstöße zu vermeiden und das Vertrauen der Stakeholder zu stärken. Sie geben die Bedeutung von Compliance für die Sicherung der Unternehmensziele wieder und wenden entsprechende Maßnahmen an. Sie arbeiten eine werteorientierte Führungskultur innerhalb eines beispielhaften Betriebes heraus und erörtern Strategien zur Sensibilisierung von Führungskräften und Mitarbeitenden für die Bedeutung von Unternehmenswerten, einschließlich der Unternehmensethik. Die Studierenden nehmen Stellung zu den Bedürfnissen und Erwartungen verschiedener Anspruchsgruppen und entwickeln Strategien zur Schaffung eines konstruktiven Dialogs mit Stakeholdern, um langfristige Beziehungen zu fördern und die Unternehmensziele nachhaltig zu erreichen.

Inhalte

Abgrenzung normative und strategische Unternehmensführung

Unternehmenswerte, u. a. wertorientierte Unternehmensführung, Shareholder- und Stakeholder Value, CSR, UN Global Compact, Corporate Governance, Compliance
Unternehmensethik, u. a. ethisches und nicht ethisches Verhalten
Unternehmensziele, u. a. normative, strategische, operative Ebene
Unternehmensleitbild, u. a. Inhalte, Funktionen

Unternehmenskultur, u. a. Modell nach Hofstede, Denison’s Organizational Culture Model Unternehmensvision, u. a. Anforderungskriterien, Kategorien, Funktionen Unternehmensmission, u. a. Anforderungskriterien

2. Studienjahr

Betriebliches Management 240 Std.

Lernbereich 2 **80 Std.**

Strategische und operative Unternehmensführung

Planung und Beurteilung strategischer Prozesse und deren Umsetzung mithilfe von operativen Steuerungsinstrumenten

Kompetenzerwartungen

Die Studierenden entwickeln einen Management-Regelkreis anhand der Komponenten des Managementprozesses. Dabei erkennen und beurteilen sie mögliche Interdependenzen.

Die Studierenden wenden Methoden und Instrumente der strategischen Unternehmensführung an, analysieren und bewerten ökonomische, ökologische und soziale Problemstellungen eines Unternehmens, um daraus problembezogene Lösungsalternativen zu entwickeln. Sie berücksichtigen hierbei entsprechende digitale und KI-basierte Softwareanwendungen. Darauf aufbauend entwickeln die Studierenden zukunftssichernde und nachhaltige Unternehmensstrategien und diskutieren eine situationsadäquate Umsetzung der Strategie. Vor dem Hintergrund einer volatilen Umwelt beurteilen sie die Relevanz eines Risikomanagement-Systems.

Die Studierenden unterscheiden strategische und operative Unternehmensführung anhand geeigneter Kriterien. Darauf aufbauend entwickeln die Studierenden unter Einsatz operativer Entscheidungswerkzeuge Konzepte zur reibungslosen Umsetzung unter Berücksichtigung der strategischen Rahmenbedingungen. Sie bewerten den Einsatz der entsprechenden operativen Instrumente im Hinblick auf die Realisierung der Unternehmensziele. Dabei wenden sie aktuelle Methoden der Budgetierung, der Finanzplanung, der Qualitätskontrolle, des Change-Managements und der Prozesssteuerung an.

Die Studierenden belegen, dass Controlling ein zentraler Bereich der Unternehmensführung ist, und arbeiten Bedeutung und Ziele für alle Ebenen eines Unternehmens heraus. Sie wenden den Controllingkreislauf, bestehend aus Planung, Information, Kontrolle/Analyse und Steuerung, an, bewerten die Ergebnisse und fassen sie gemäß des Berichtswesens zusammen.

Die Studierenden wenden die Instrumente der strategischen und operativen Unternehmensführung auf komplexe Fallstudien an.

Inhalte

Management-Regelkreis

Umwelt-, Umfeld- und Unternehmensanalyse, u. a. SWOT-, Portfolio- und Pestel-Analyse
Entscheidungstheorie inkl. Risikomanagement

Instrumente der operativen Unternehmensführung, u. a. Soll-Ist-Vergleich, Budgetierung, Finanzplanung, Qualitätskontrolle, Prozessoptimierung

Controlling-Instrumente, u. a. Gap-Analyse, Balanced Scorecard, Kennzahlensysteme Change-Management

2. Studienjahr

Betriebliches Management 240 Std.

Lernbereich 3 **Grundlagen der Unternehmensführung** Einführung in die Führungsgrundlagen für den Unternehmenserfolg	**12 Std.**
Kompetenzerwartungen Die Studierenden diskutieren die Bedeutung der Mitarbeiterführung im Rahmen der betrieblichen Unternehmensführung, erläutern die grundlegenden Aufgaben und Ziele der Mitarbeiterführung und stellen deren Bedeutung für den betrieblichen Erfolg dar. Sie erklären die Bedeutung von Leadership als zentrale Managementfunktion und stellen Determinanten der Führungssituation und des Führungserfolgs im Unternehmen dar. Die Studierenden beschreiben klassische und moderne Führungstheorien und beurteilen diese hinsichtlich ihrer praktischen Anwendbarkeit und wissenschaftlichen Gültigkeit. Die Studierenden erläutern die Auswirkungen negativer Führungsstile und potenzielle Konsequenzen für das Unternehmen.	
Inhalte Aufgaben und Ziele der Mitarbeiterführung Leadership, Führungsdeterminanten und Führungserfolg Führungstheorien und Führungsverhalten, u. a. klassische Ansätze der Eigenschafts- und Verhaltenstheorien, moderne Ansätze der transaktionalen und transformativen Führungstheorien	

2. Studienjahr

Betriebliches Management 240 Std.

Lernbereich 4 **Umgang mit Mitarbeitenden** Erfolg mit kompetenten und motivierten Mitarbeitenden	**16 Std.**

Kompetenzerwartungen

Die Studierenden erläutern die Faktoren der Leistungsfähigkeit und Leistungsbereitschaft von Mitarbeitenden. Sie kennen Motivationsinhalts- und Motivationsprozesstheorien und können diese anhand betrieblicher Fallbeschreibungen anwenden.

Die Studierenden erklären den Stellenwert von Mitarbeiterbeurteilungssystemen für die Motivation und Mitarbeiterbindung in Unternehmen unter Berücksichtigung der Bedeutung einer kontinuierlichen Feedbackkultur. Sie arbeiten Möglichkeiten heraus, Beurteilungsergebnisse konstruktiv zu kommunizieren, um die individuelle als auch die organisatorische Entwicklung zu fördern. Dabei berücksichtigen sie mögliche Beurteilungsfehler.

Die Studierenden beurteilen jeweils für die Mitarbeiter- und Leitungsebenen traditionelle Performance-Managementsysteme, die ausschließlich auf einer individuellen Ziel- und Vergütungsorientierung basieren, sowie alternative Gestaltungsmöglichkeiten, die Gruppenziele, Arbeitsfähigkeit, Arbeitsverhalten und häufige Feedbackgespräche in den Mittelpunkt stellen. Sie erörtern in diesem Zusammenhang die finanzielle Beteiligung am Erfolg ohne Leistungsbeurteilung.

Inhalte

Leistungsfähigkeit und Leistungsbereitschaft, z. B. fluide und kristalline Intelligenz, Kompetenzarten, Determinanten der Mitarbeiterleistung
Motivationstheorien: Inhalts- und Prozesstheorien

Mitarbeiterbeurteilung: Anlässe, Potenzial-, Verhaltens- und Leistungsbeurteilung, 360-Grad- bzw. Multirate-Beurteilung, Beurteilungskriterien, Skalierung Beurteilungsverzerrungen und -fehler

Auswirkungen von Beurteilungssystemen auf die erfolgreiche Zusammenarbeit

2. Studienjahr

Betriebliches Management 240 Std.

Lernbereich 5 **Bedeutung der Kommunikation mit Mitarbeitenden** Mitarbeiterführung durch effektive Kommunikation	**18 Std.**

Kompetenzerwartungen

Die Studierenden erläutern Grundlagen der zwischenmenschlichen Kommunikation. Sie beschreiben anhand zentraler Kommunikationsmodelle relevante Aspekte effektiver Führungskommunikation, um positive Mitarbeiterbeziehungen zu gestalten. Sie stellen dar, dass kommunikative Kompetenzen, wie Empathie und die Deutung von Körpersprache sowie soziale Fertigkeiten, emotional intelligent und effektiv eingesetzt werden können, um Führungsaufgaben zu unterstützen und einen Beitrag zum Unternehmenserfolg zu leisten.

Die Studierenden erklären die verschiedenen Dimensionen und Formen der Kommunikation und deren Anwendung im Kontext der Mitarbeiterführung. Sie verstehen die Struktur und Funktion betrieblicher Kommunikationsprozesse sowie deren Einfluss auf die Unternehmenskultur. Sie erklären, wie eine produktive Arbeitsumgebung gefördert werden kann.

Die Studierenden wenden effektive Techniken zur Gestaltung von Mitarbeitergesprächen an, insbesondere konstruktive Feedbackgespräche immer unter Berücksichtigung der Prinzipien gewaltfreier Kommunikation.

Inhalte

Grundlagen der Kommunikation, u. a. Eisbergmodell nach Ruch/Zimbardo, Selbstwertgefühl, emotionale Intelligenz
Kommunikationsmodelle, u. a. Axiome nach Watzlawick, 4-Seiten-Modell nach Schulz von Thun
Transaktionsanalyse, z. B. Harris, Berne

Dimensionen und Formen betrieblicher Kommunikation, z. B. formell/informell, verbal/nonverbal, Einzelgespräch/Gruppengespräch, intern/extern, mündlich, schriftlich, audiovisuell

Gesprächstechniken, z. B. Leitfaden für Feedbackgespräche, Feedbackregeln, aktives Zuhören mit Paraphrasieren und Verbalisieren von Gesagtem, Perspektivwechsel, Coaching

2. Studienjahr

Betriebliches Management 240 Std.

Lernbereich 6 **18 Std.**

Umgang mit Gruppen

erfolgreiche Teamführung

Kompetenzerwartungen

Die Studierenden beschreiben die Grundlagen, Merkmale und Funktionen von Teams sowie die Dynamiken innerhalb von Teams. Sie erläutern die Phasen der Teamentwicklung und die Bedeutung verschiedener Rollen sowie den sozialen Status und die Beziehungsstrukturen innerhalb eines Teams.

Die Studierenden nennen die Einflussfaktoren auf die Teamleistung und beschreiben Strategien zur Steigerung der Teamleistung, Teamidentität und des Teamgeistes. Sie stellen im Überblick Teamdiagnoseinstrumente zur Analyse und Verbesserung der Teamdynamik dar. Sie beurteilen geeignete Methoden der Konfliktbewältigung und -prävention.

Für das Management virtueller Teams wenden sie technologische Tools für die virtuelle Zusammenarbeit an und erläutern Herausforderungen sowie Lösungen für die effektive Führung virtueller Teams.

Sie beschreiben die Bedeutung der Gesundheits- und Resilienzförderung im Teamkontext und lernen Strategien zur Förderung des physischen und psychischen Wohlbefindens der Teammitglieder kennen.

Inhalte

Gruppenarten, Gruppenphänomene
Phasen der Teamentwicklung, soziale Rollen

Konfliktbewältigung, z. B. Konfliktarten erkennen, Eskalationsstufen, Harvard-Methode, Leitfaden kooperative Lösungsfindung bzw. Konfliktmoderation
Bestimmungsfaktoren der Gruppenkohäsion

virtuelle Teams

Gesundheits- und Resilienzförderung im Team

2. Studienjahr

Betriebliches Management 240 Std.

Lernbereich 7 **Instrumente effektiver Führung** Selbstmanagement, Führungsmethoden und Empowerment-Strategien	**16 Std.**
Kompetenzerwartungen Die Studierenden erläutern Konzepte der Resilienz in der Führung, einschließlich Techniken zur Stress- und Druckbewältigung. Sie entwickeln selbstständig Strategien im effektiven Selbst- und Zeitmanagement, gestalten klare Ziele und motivieren sich selbst. Die Studierenden wenden die effektive Delegation von Aufgaben und Kompetenzen an, sie erläutern die Vorgehensweise sowie die Steuerung und Kontrolle der Delegation. Sie stellen die Bedeutung von zielorientierter Führung dar und erläutern Methoden, wie Teams durch das Setzen und Verfolgen von Zielen effektiv geführt werden. Sie erklären Ansätze des Empowerments von Mitarbeitenden und erläutern den Einsatz von Tools zur Stärkung der Autonomie und Eigenverantwortung der Mitarbeitenden. Die Studierenden beschreiben Instrumente des Unternehmens zur Optimierung des Führungsverhaltens, wie Führungsgrundsätze, die Beurteilung der Vorgesetzten und Feedbacksysteme.	
Inhalte Selbst- und Zeitmanagement Delegation Führung durch Zielsetzung Empowerment Führungsgrundsätze	

2. Studienjahr

Betriebliches Management 240 Std.

Lernbereich 8	**30 Std.**
Kernprinzipien nachhaltigen Wirtschaftens Einbindung von Nachhaltigkeitsaspekten in die Unternehmensführung	

Kompetenzerwartungen

Die Studierenden arbeiten die Relevanz des Nachhaltigkeitsmanagements für die strategische und operative Unternehmensführung heraus. Dabei diskutieren sie die vielfältigen Wechselwirkungen der nachhaltigen Transformation und geben die Berichterstattungserfordernisse wieder.

Die Studierenden erläutern differenziert die Dimensionen des Nachhaltigkeitsbegriffs unter Berücksichtigung von gesetzlichen und internationalen Bestimmungen.

Sie beschreiben die wesentlichen Schritte zur Etablierung eines betrieblichen Nachhaltigkeitsmanagements in Unternehmen. Hierbei untersuchen sie anhand von aktuellen Nachhaltigkeitsberichten, wie ein Unternehmen ressourcenschonend, ethisch und sozial verantwortungsvoll geführt werden kann.

Abschließend beurteilen die Studierenden die positiven Wechselwirkungen der Nachhaltigkeit auf das unternehmenseigene Qualitätsmanagement.

Inhalte

Relevanz und funktionale Interdisziplinarität des Nachhaltigkeitsmanagements, u. a. Wettbewerbsfähigkeit, Stakeholder-Management, Zukunftssicherung
Berichtserstattungserfordernisse: Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD)

Dimensionen der Nachhaltigkeit, u. a. ökologisch, sozial, ökonomisch
gesetzliche Bestimmungen, u. a. ISO 26000, Global Reporting Initative (GRI), Sustainable Development Goals (SDG)

Bestandteile des Nachhaltigkeitsmanagements, u. a. Bestandsaufnahme, Strategie, Wesentlichkeitsanalyse, Nachhaltigkeitsziele, Datenmanagement

Qualitätsmanagement-Norm ISO 9001

1. Studienjahr

Volkswirtschaft 120 Std.

Lernbereich 1 **Grundlagen der Volkswirtschaft** Grundlagen ökonomischen Denkens und Handelns	**20 Std.**
Kompetenzerwartungen Die Studierenden beschreiben die Volkswirtschaft in Abgrenzung zur Betriebswirtschaft hinsichtlich ihrer Zielsetzung und Aufgaben. Sie stellen ökonomische Sachverhalte mathematisch dar. Die Studierenden erläutern die Güterversorgung in einer Volkswirtschaft und arbeiten den Zusammenhang mit der Wohlstandsentstehung heraus. Sie erklären, welche Komponenten eine ökonomische Entscheidung beinhaltet. Die Studierenden beschreiben Ordnungs- und Prozesspolitik und vergleichen diese mit der aktuellen volkswirtschaftlichen und politischen Entwicklung.	
Inhalte Volkswirtschaft als Wissenschaft, u. a. Wissenschaftssystematik, Arbeitsweise der Wissenschaft, Abgrenzung zu angrenzenden Wissenschaften Grundlagen der Ökonomie, u. a. Güter, Bedürfnisse, Faktoren, Produktivität, Arbeitsteilung, internationaler Handel, offener Wirtschaftskreislauf Grundlagen ökonomischen Denkens und Handelns, z. B. ökonomischer Gewinn, Zeitpräferenz, Grundlagen der Spieltheorie Grundlagen ökonomischer Systeme, u. a. Güter-, Arbeits-, Geldmarkt, Wirtschaftspolitik	

1. Studienjahr

Volkswirtschaft 120 Std.

Lernbereich 2 **30 Std.**

Theorie des vollkommenen Marktmodells

Preisbildungsprozess im vollkommenen Markt

Kompetenzerwartungen

Die Studierenden erklären und beurteilen das Nachfrageverhalten der Konsumenten in Abhängigkeit von verschiedenen Einflussfaktoren. Sie analysieren das Gesetz der Nachfrage in Form der Nachfragefunktion rechnerisch und grafisch. Des Weiteren berechnen sie die direkte Preiselastizität und werten die Ergebnisse weiterer Elastizitätskennziffern aus. Die Studierenden erklären und beurteilen das Angebotsverhalten der Produzenten in Abhängigkeit von verschiedenen Einflussfaktoren. Sie analysieren das Gesetz des Angebots in Form der Angebotsfunktion rechnerisch und grafisch. Des Weiteren berechnen und beurteilen sie ökonomisch kritische Punkte der Angebotsentscheidung und werten Ergebnisse relevanter Elastizitäten aus.

Die Studierenden erläutern den Preisbildungsprozess und die Marktanpassung auf dem vollkommenen Markt.

Sie berechnen die gesamtwirtschaftliche Wohlfahrt auf dem vollkommenen Markt.

Inhalte

Bestimmungsgrößen von Nachfrage und Angebot
Elastizitäten, u. a. Nachfragelastizitäten

Preisbildung im vollkommenen Markt
Markt-Gleichgewicht
Marktanpassung, u. a. Angebots- und Nachfrageveränderungen, Gleichgewichtsänderungen

Wohlfahrt, u. a. Konsumenten- und Produzentenrente

1. Studienjahr

Volkswirtschaft 120 Std.

Lernbereich 3 **Unvollkommene Märkte und Rolle des Staates** Preisbildungsprozess im unvollkommenen Markt und staatliche Eingriffe	**25 Std.**
Kompetenzerwartungen Die Studierenden erklären den Preisbildungsprozess auf unvollkommenen Märkten und beurteilen reale Märkte hinsichtlich der Ausprägung ihrer Unvollkommenheit. Sie diskutieren die Funktionen des Wettbewerbs und die Möglichkeiten der Wettbewerbsbeschränkung sowie deren Auswirkungen auf die Marktteilnehmer. Sie erläutern Gründe für Marktversagen. Die Studierenden erklären staatliche Maßnahmen zum Schutz des Wettbewerbs sowie Gründe und Instrumente für Staatseingriffe. Ferner beurteilen sie deren Wirkung auf das Marktergebnis.	
Inhalte Ursachen der Unvollkommenheit von Märkten und Marktversagen, u. a. Marktmacht, Marktbarrieren, externe Effekte Preisbildung im unvollkommenen Markt Funktionen des Wettbewerbs und Wettbewerbsverzerrungen, u. a. Kartellamt Staatseingriffe, u. a. Preiseingriffe, Verbot, Rationierung	

1. Studienjahr

Volkswirtschaft 120 Std.

Lernbereich 4 **30 Std.** **Geld und Geldmarkt** Binnen- und Außenwert des Geldes sowie Funktionsweise des Geldmarktes
Kompetenzerwartungen Die Studierenden diskutieren die Bedeutung des Geldes in der Wirtschaft. Sie erläutern Akteure und Funktionsweise des Geldmarktes. Sie untersuchen die Rolle der Banken und des Staates auf dem Geldmarkt. Die Studierenden analysieren den Binnenwert des Geldes und untersuchen Geldwertschwankungen sowie deren Konsequenzen auf die Teilnehmer der Volkswirtschaft unter Einbezug der Kaufkraft. Sie beurteilen den Außenwert des Geldes und werten Wechselkursveränderungen sowie deren Konsequenzen auf die Akteure der Volkswirtschaft aus, insbesondere im Hinblick auf die Wettbewerbsfähigkeit der Volkswirtschaften.
Inhalte Funktionen des Geldes Kaufkraft des Geldes, u. a. Preisindex, Ermittlung des Verbraucherpreisindex Inflation: Ursachen, Arten und Folgen der Inflation Funktionsweise des Geldmarktes Geldschöpfung und Rolle der Banken, u. a. Giralgeldschöpfung staatliche Bankenaufsicht, u. a. nationale und internationale Vorgaben Wechselkurs und dessen Bestimmungsgrößen, u. a. Außenhandel, Preis, Zins Wechselkurstheorien, u. a. Kaufkraftparität, Zinsparität Wechselkursmechanismus, u. a. Grundlagen von Wechselkurssystemen und politische Einflussmöglichkeiten

1. Studienjahr

Volkswirtschaft 120 Std.

Lernbereich 5 **Arbeitsmarkt** Funktionsweise und mögliche Unvollkommenheiten des Arbeitsmarkts	**15 Std.**
Kompetenzerwartungen Die Studierenden erklären und beurteilen das Arbeitsnachfrageverhalten der Produzenten in Abhängigkeit von verschiedenen Einflussfaktoren. Die Studierenden erklären und beurteilen das Arbeitsangebotsverhalten der Haushalte in Abhängigkeit von verschiedenen Einflussfaktoren. Die Studierenden erläutern den Lohnbildungsprozess und die Marktanpassung auf dem vollkommenen Markt. Die Studierenden beurteilen den Arbeitsmarkt hinsichtlich der Ausprägungen und Folgen der Unvollkommenheit. Sie bewerten den Arbeitsmarkt anhand einschlägiger Arbeitsmarktkennzahlen. Die Studierenden erklären die Rolle des Staates auf dem Arbeitsmarkt und beurteilen Instrumente für Staatseingriffe auf das Arbeitsmarktergebnis.	
Inhalte Einflussgrößen auf Arbeitsnachfrage und Arbeitsangebot, z. B. Erwerbspersonen, Fachkräftemangel, Zeitarbeit Marktgleichgewicht und Marktanpassung, u. a. Nominallohn, Reallohn, erster und zweiter Arbeitsmarkt Ursachen der Unvollkommenheit von Märkten Arbeitsmarktkennzahlen, u. a. Arbeitslosen-, Erwerbslosenquote Rolle des Staates auf dem Arbeitsmarkt, u. a. Zugangsregelungen, Tarifparteien, Sozialversicherung, staatliche Eingriffe in den Lohn	

2. Studienjahr

Angewandte Volkswirtschaft 160 Std.

Lernbereich 1 **Soziale Wohlfahrt, Wirtschaftsordnungen und Wirtschaftspolitik** gesamtwirtschaftliche Ziele und wirtschaftspolitische Maßnahmen	**30 Std.**
Kompetenzerwartungen Die Studierenden erläutern die soziale Wohlfahrt sowie das gesamtwirtschaftliche Gleichgewicht unter Berücksichtigung von Güter-, Geld- und Arbeitsmarkt. Sie analysieren verschiedene Wirtschaftsordnungen und diskutieren die Rolle des Staates sowie die nationalen gesetzlichen Grundlagen. Die Studierenden arbeiten den Zusammenhang zwischen den Zielen der sozialen Marktwirtschaft und den nationalen und supranationalen wirtschaftspolitischen Zielen heraus. Die Studierenden erläutern, wer die Träger der Wirtschaftspolitik sind und vergleichen wichtige wirtschaftspolitische Konzeptionen. Hierbei analysieren sie die Handlungsmöglichkeiten des Staates unter Berücksichtigung von nationalen und supranationalen Schuldenvorgaben.	
Inhalte soziale Wohlfahrt und gesamtwirtschaftliches Gleichgewicht, u. a. Güter-, Geld-, Arbeitsmarktgleichgewicht Wirtschaftssysteme, u. a. reale und idealtypische Wirtschaftsordnung Wirtschaftspolitik, u. a. wirtschaftspolitische Ziele, Träger, Strategien, wirtschaftspolitische Konzeptionen, nationale und supranationale Strukturpolitik öffentliche Haushalte, u. a. Ausgaben, Einnahmen, Staatsverschuldung	

2. Studienjahr

Angewandte Volkswirtschaft 160 Std.

Lernbereich 2 **30 Std.**

Konjunktur und Wachstum

Einflussnahme auf Konjunktur und Wachstum durch Staat und Europäische Zentralbank

Kompetenzerwartungen

Die Studierenden erläutern den Zusammenhang von Konjunktur und Wachstum und wenden diesen auf die aktuelle wirtschaftliche Lage bzw. konjunkturelle Situation anhand authentischer Quellen an.

Die Studierenden stellen Maßnahmen und Wirkungsweisen der Konjunktur- und Wachstumspolitik dar. Sie erklären die Institution und Arbeitsweise der Europäischen Zentralbank. Sie beurteilen die Instrumente der Geldpolitik sowie deren Wirkungsweise und diskutieren deren Auswirkung auf das Preisniveau und die Realwirtschaft.

Die Studierenden beurteilen die Instrumente der Fiskalpolitik sowie deren Wirkungsweise und diskutieren deren Auswirkung auf die Realwirtschaft und die öffentlichen Haushalte.

Inhalte

Konjunktur und Wachstum, u. a. Konjunkturzyklus, Konjunkturindikatoren

Konjunktur- und Wachstumspolitik, u. a. Geld- und Fiskalpolitik
Organisation und Geldpolitik der Europäischen Zentralbank, u. a. Ziele, Organe, Dimensionen der Unabhängigkeit

Fiskalpolitik des Staates, u. a. Strukturpolitik und Regionalpolitik
Auswirkungen und Grenzen von Geld- und Fiskalpolitik, u. a. Transmissionsmechanismus, Time-lag, Schuldenbremse

2. Studienjahr

Angewandte Volkswirtschaft — 160 Std.

Lernbereich 3 **Einkommens- und Vermögensverteilung** Prinzipien, Maßnahmen und Folgen einer staatlichen Umverteilung	**10 Std.**
Kompetenzerwartungen Die Studierenden erläutern die unterschiedlichen Prinzipien der Einkommens- und Vermögensverteilung und untersuchen die aktuelle nationale und internationale Situation. Sie analysieren die gegenwärtige Einkommens- und Vermögensverteilung, insbesondere unter Berücksichtigung des Ausmaßes der Umverteilung, der Auswirkungen auf die öffentlichen Haushalte und der internationalen Wettbewerbsfähigkeit.	
Inhalte Prinzipien der Einkommens- und Vermögensverteilung, u. a. Solidaritäts-, Subsidiaritäts-, Leistungs- und Bedarfsprinzip Bewertung der Verteilung anhand von Kennzahlen, u. a. Primär-, Sekundärverteilung, Lorenzkurve, Gini-Koeffizient Verteilungspolitik im nationalen und internationalen Vergleich	

2. Studienjahr

Angewandte Volkswirtschaft 160 Std.

Lernbereich 4 **15 Std.**

Arbeitsmarktpolitik

arbeitsmarktpolitische Maßnahmen im nationalen und supranationalen Kontext

Kompetenzerwartungen

Die Studierenden erklären die rechtlichen und institutionellen Rahmenbedingungen des Arbeitsmarkts in Deutschland sowie der Europäischen Union.

Die Studierenden beurteilen die aktuelle arbeitsmarktpolitische Situation anhand von Arbeitsmarktkennzahlen. Sie erläutern die Ziele der Arbeitsmarktpolitik sowie aktuelle Herausforderungen auf dem Arbeitsmarkt.

Die Studierenden analysieren Probleme des Arbeitsmarkts und arbeiten Maßnahmen und Instrumente zu deren Behebung heraus.

Inhalte

rechtliche Grundlagen, Institutionen und Akteure in Deutschland sowie der Europäischen Union, u. a. Tarifautonomie, Leiharbeit, Bundesagentur für Arbeit

Bewertung der aktuellen Arbeitsmarktsituation, u. a. Arbeitslosen- und Erwerbslosenquote, Unterbeschäftigung
Aufgaben, Ziele und Formen der Arbeitsmarktpolitik, u. a. aktive und passive Arbeitsmarktpolitik

Herausforderungen der Arbeitsmarktpolitik, z. B. Fachkräftemangel, Deckungsungleichheit, Gender-Pay-Gap, produktivitätsorientierte Lohnpolitik

2. Studienjahr

Angewandte Volkswirtschaft 160 Std.

Lernbereich 5 **Umweltpolitik** Umweltprobleme und mögliche Lösungsansätze	**20 Std.**
Kompetenzerwartungen Die Studierenden analysieren das Umweltproblem aus unterschiedlichen Perspektiven und bewerten die Auswirkungen auf die verschiedenen Wirtschaftsakteure. Sie entwickeln unter Anwendung von umweltpolitischen Prinzipien und Instrumenten Lösungen für Umweltprobleme. Die Studierenden diskutieren die verschiedenen Instrumente der Umweltpolitik im nationalen und internationalen Kontext sowie deren Auswirkungen insbesondere auf Unternehmen.	
Inhalte Umweltprobleme und -herausforderungen, z. B. Klimawandel, Luft- und Wasserverschmutzung, Artensterben Grundlagen der Umweltpolitik, u. a. Definitionen, Ziele umweltökonomische Konzepte und Bewertung von Umweltauswirkungen umweltpolitische Prinzipien, z. B. Vorsorge-, Kooperations- und Verursacherprinzip umweltpolitische Instrumente, z. B. Gesetze, Auflagen, Zertifikate internationale Umweltpolitik, z. B. Abkommen, Konferenzen, globale Umweltschutzmaßnahmen	

2. Studienjahr

Angewandte Volkswirtschaft 160 Std.

Lernbereich 6 **25 Std.**

Internationaler Handel und Außenwirtschaftliches Gleichgewicht

Außenhandelsbeziehungen, Umfang und Struktur des Außenhandels sowie Handelspolitik

Kompetenzerwartungen

Die Studierenden erklären die Ursachen für internationale Verflechtungen. Sie erläutern die rechtlichen und institutionellen Rahmenbedingungen des internationalen Handels in Deutschland sowie der Europäischen Union. Die Studierenden beurteilen die aktuelle Handelssituation anhand von einschlägigen Kennzahlen.

Die Studierenden analysieren Umfang und Struktur sowie die Partner im Außenhandel. Die Studierenden untersuchen den Aufbau der Zahlungsbilanz und werten eine vereinfachte Zahlungsbilanz aus.

Sie erläutern die Ziele und Instrumente der Handelspolitik sowie aktuelle Herausforderungen im internationalen Wettbewerb. Die Studierenden begründen Ursachen von Zahlungsbilanzungleichgewichten, beurteilen deren Auswirkungen und diskutieren Maßnahmen zu deren Beseitigung. Sie diskutieren die Auswirkungen verschiedener Wechselkurssysteme auf Unternehmen, Haushalte und Staat.

Inhalte

Gründe und Rahmenbedingungen internationalen Handels, z. B. absolute und relative Handelsvorteile, Handelsursachen, nationale, europäische und globale Handelsregime

Aufbau und Struktur der Zahlungsbilanz
Kennzahlen des Außenhandels, z. B. Export- und Importquote, Terms of Trade

Ziele und Instrumente der Handelspolitik sowie internationaler Wettbewerb, u. a. außenwirtschaftliches Gleichgewicht, Protektionismus und internationale Standards, internationale Organisationen

2. Studienjahr

Angewandte Volkswirtschaft 160 Std.

Lernbereich 7 **30 Std.**

Volkswirtschaftliche Kennzahlen und ihre Anwendung

Volkswirtschaftliche Gesamtrechnung, Verwendung und Interpretation ökonomischer Kennzahlen, gesamtwirtschaftliche Prozesse und ihre Auswirkungen auf Unternehmen

Kompetenzerwartungen

Die Studierenden analysieren die Volkswirtschaftliche Gesamtrechnung hinsichtlich der zentralen Aussagen unter Verwendung von Kreislauf-, Gleichungs- und Kontendarstellungen. Sie ermitteln einschlägige Kennzahlen und beurteilen deren Relevanz für die Akteure der Volkswirtschaft.

Die Studierenden diskutieren die Auswirkungen gesamtwirtschaftlicher Situationen auf unternehmerische Entscheidungen. Hierbei analysieren sie die Folgen für operative und strategische Handlungsalternativen.

Inhalte

Volkswirtschaftliche Gesamtrechnung, u. a. Entstehungs-, Verwendungs- und Verteilungsrechnung
gesamtwirtschaftliche Kennzahlen, u. a. Beschäftigung, Wachstum, Inflation, Außenhandel, Einkommensverteilung, Nachhaltigkeit

Folgen gesamtwirtschaftlicher Entwicklungen für Unternehmensentscheidungen, z. B. Leitzinsänderungen, Konjunkturmaßnahmen, Wechselkursänderungen, Freihandelsabkommen

1. Studienjahr

Betriebliches Rechnungswesen 120 Std.

Lernbereich 1 **80 Std.**

Interne Rechnungslegung

Vorbereitung und Beurteilung von unternehmerischen Entscheidungen mithilfe der Voll- und Teilkostenrechnung

Kompetenzerwartungen

Die Studierenden arbeiten die Grundbegriffe und Ziele des internen Rechnungswesens heraus. Des Weiteren wenden sie die unterschiedlichen Teilbereiche der Kosten- und Leistungsrechnung als Grundlage für unternehmerische Entscheidungen an. Sie berechnen unter Einsatz adäquater Softwarelösungen und unter Berücksichtigung unternehmensspezifischer Gegebenheiten mithilfe einer vollständigen Kalkulation den Angebotspreis.

Die Studierenden berechnen und beurteilen die Ergebnisse der Kosten- und Leistungsrechnung, um die Wirtschaftlichkeit, den Unternehmenserfolg sowie die Wettbewerbsfähigkeit zu analysieren. Darauf aufbauend berechnen sie Preisuntergrenzen und treffen Entscheidungen über die Struktur des optimalen Produktionsprogramms unter Berücksichtigung betrieblicher Restriktionen. Sie untersuchen die Grenzen der klassischen Kostenrechnungsverfahren.

Die Studierenden bewerten mögliche Ansätze zur Ermittlung des Zielpreises und der Zielkosten. Dazu berechnen sie den Zielkostenindex mithilfe vorliegender Daten und entwickeln selbstständig mögliche Maßnahmen zur Kostensenkung bzw. zur Wertsteigerung. Sie diskutieren die Ausgestaltung der Funktionen-Komponenten-Matrix vor dem Hintergrund einer verantwortungsvollen und nachhaltigen Unternehmensführung.

Inhalte

Vollkostenrechnung, u. a. einstufiger und mehrstufiger BAB, Maschinenstundensatzrechnung, Zuschlagskalkulation

Teilkostenrechnung, u. a. einstufige und mehrstufige Deckungsbeitragsrechnung

Zielkostenrechnung, u. a. Zielpreis, Zielgewinn, Zielkosten

1. Studienjahr

Betriebliches Rechnungswesen 120 Std.

Lernbereich 2 **40 Std.**

Externe Rechnungslegung

Vorbereitung und Durchführung von Jahresabschlussarbeiten

Kompetenzerwartungen

Die Studierenden beschreiben die Aufgaben sowie die Bestandteile des Jahresabschlusses anhand von aktuellen Geschäftsberichten auch unter Berücksichtigung rechtlicher Vorgaben.

Sie wenden die handelsrechtlichen Bewertungsmaßstäbe unter Berücksichtigung der bilanzpolitischen Grundsätze an. Die Studierenden stellen den Jahresabschluss eines Unternehmens in einer analysegerechten Form dar.

Sie berechnen Bilanz-, Liquiditäts- und Erfolgskennzahlen und beurteilen deren Aussagefähigkeit unter Zuhilfenahme geeigneter Vergleichswerte. Des Weiteren analysieren sie die Auswirkungen der gewählten Bewertungsansätze der Bilanzpositionen auf die jeweiligen Kennzahlen.
Die Studierenden arbeiten aus den Ergebnissen der Jahresabschlussanalyse und den finanzwirtschaftlichen Zielen unternehmenspolitische Handlungsempfehlungen heraus.

Inhalte

Bestandteile des Jahresabschlusses, u. a. Handelsbilanz – Strukturbilanz, GuV, Anhang

Bewertungsansätze nach HGB und IFRS, u. a. Anschaffungskosten, Herstellungskosten, beizulegender Wert, Erfüllungsbetrag
Bilanzierungsgrundsätze, u. a. Vorsichtsprinzip, Einzelbewertung, periodengerechte Gewinnermittlung

Bilanzkennzahlen, u. a. Anlagequote, Umlaufquote, Eigenkapitalquote, Fremdkapitalquote, statischer Verschuldungsgrad, Anlagendeckungsgrad I und II, Working Capital
Liquiditätskennzahlen, u. a. Liquiditätsgrade 1 bis 3
Kennzahlen der Finanz- und Ertragskraft, u. a. Eigen- und Gesamtkapitalrentabilität

Pflichtfächer: 1. Studienjahr

Wirtschaftsrecht 160 Std.

Lernbereich 1 **20 Std.** **Rechtliche Grundlagen** Rechtssystem und zivilrechtliche Grundbegriffe, Rechtsvorschriften und gutachterliche Fallbearbeitung
Kompetenzerwartungen Die Studierenden beschreiben und erklären die Einteilung der Rechtsordnung in öffentliches und privates Recht. Die Studierenden nennen unterschiedliche Rechtsquellen und werten diese aus. Die Studierenden erklären das deutsche und europäische Gerichtswesen und entscheiden, welche Gerichtsbarkeit bzw. welches Gericht aus unternehmensrechtlicher Sicht für die jeweilige Angelegenheit zuständig ist. Die Studierenden nennen die wesentlichen zivilrechtlichen Grundbegriffe und wenden diese fallbezogen an. Die Studierenden analysieren mithilfe der gutachterlichen Methodik zur juristischen Fallbearbeitung unternehmensrechtliche Sachverhalte. Sie entwickeln selbstständig Lösungsvorschläge und gestalten juristische Sachverhalte.
Inhalte Aufteilung öffentliches und privates Recht Rechtsquellen Gerichtswesen zivilrechtliche Grundbegriffe Methodik der juristischen Fallbearbeitung

Pflichtfächer: 1. Studienjahr

Wirtschaftsrecht 160 Std.

Lernbereich 2 **30 Std.**
Einführung in das Zivilrecht (BGB) Aufbau und Gliederung des BGB, Ansprüche aus vertraglichen und gesetzlichen Schuldverhältnissen
Kompetenzerwartungen Die Studierenden erläutern wesentliche Begriffe des Allgemeinen Schuldrechts und stellen diese aus einem juristischen Verständnis heraus dar. Sie erläutern zentrale Fragen und innere Zusammenhänge bzw. Verweisungen des Allgemeinen Schuldrechts. Die Studierenden erläutern einzelne vertragliche und gesetzliche Schuldverhältnisse des Besonderen Schuldrechts mit Blick auf Entstehung, Leistungspflichten, Leistungserfüllungen und Leistungsstörungen und stellen diese dar. Die Studierenden geben die sachenrechtliche Terminologie wieder und erläutern diese. Die Studierenden analysieren unternehmensrechtliche Sachverhalte aus Sicht des Abstraktionsprinzips und diskutieren entsprechende Lösungsvorschläge.
Inhalte allgemeines Schuldrecht, u. a. Leistungsstörungen, Erfüllung besonderes Schuldrecht, u. a. Kaufvertrag, Miet- und Pachtvertrag, Darlehensvertrag, Deliktsrecht Sachenrecht, u. a. Sachbegriff, Besitz, Eigentum, Eigentumserwerb beweglicher und unbeweglicher Sachen, gutgläubiger Erwerb, Pfandrecht, Sicherungsübereignung, dingliche Sicherungsrechte

Pflichtfächer: 1. Studienjahr

Wirtschaftsrecht 160 Std.

Lernbereich 3	**30 Std.**
Einführung in das Handelsrecht (HGB) Anwendung des Handelsrechts durch Unternehmen	
Kompetenzerwartungen Die Studierenden wenden die handelsrechtliche Terminologie bei unternehmensrechtlichen Sachverhalten an und bewerten entsprechende Fragestellungen auch in Abgrenzung zum BGB. Die Studierenden diskutieren die Wirksamkeit von Handelsgeschäften im Sinne des HGB. Die Studierenden geben die wesentlichen Grundlagen des Transportrechts wieder.	
Inhalte Grundbegriffe, u. a. Kaufmann, Handelsregister, Firma, Vollmacht/Prokura, Vertreter, Makler, Kommissionär, Rechtsformen Transportrecht, u. a. Abgrenzungen von Frachtvertrag zu Speditionsvertrag bzw. Lagervertrag entsprechend dem HGB	

Pflichtfächer: 1. Studienjahr

Wirtschaftsrecht 160 Std.

Lernbereich 4 **30 Std.** **Arbeits- und Sozialrecht** Arbeits- und Sozialrecht im Rechtssystem und im Unternehmen
Kompetenzerwartungen Die Studierenden stellen einen Arbeitsvertrag in Abgrenzung zu anderen Vertragsarten dar. Sie analysieren die Besonderheiten des Rechtsgebiets „Arbeits- und Sozialrecht“, insbesondere mit Blick auf Rechtsquellen, Bedeutung des Bundesarbeitsgerichts und Normenpyramide. Sie untersuchen die europarechtlichen Implikationen bzgl. Arbeits- und Sozialrecht, insbesondere für die Unternehmensseite. Die Studierenden analysieren die einzelnen Phasen einer Beschäftigung mit Blick auf phasenspezifische Normen und Problembereiche bzw. Fragestellungen. Die Studierenden stellen das Berufsbildungsrecht dar und erläutern hierzu unternehmensspezifische Fragestellungen. Die Studierenden geben die wesentlichen Inhalte des kollektiven Arbeitsrechts wieder.
Inhalte Abgrenzung Arbeitsvertrag zu anderen Vertragsarten Phasen des Arbeitsvertrages: Einstellung, Vertragsabschluss, Beendigung Berufsbildungsrecht: Grundlagen Tarifvertragsrecht und kollektives Arbeitsrecht: Grundlagen

Pflichtfächer: 1. Studienjahr

Wirtschaftsrecht 160 Std.

Lernbereich 5	**10 Std.**
Insolvenzrecht rechtliche Möglichkeiten in Unternehmenskrisen	

Kompetenzerwartungen

Die Studierenden erläutern die Insolvenzordnung in ihren Grundzügen unter Verwendung der einschlägigen Terminologie.

Die Studierenden untersuchen unternehmensspezifische Situationen mit Blick auf Anfechtungstatbestände bzw. einer möglichen Insolvenzverschleppung und entwickeln selbstständig Lösungsvorschläge.

Die Studierenden erläutern die wesentlichen Inhalte eines außergerichtlichen Aufforderungsschreibens und eines Mahnbescheidantrags.

Inhalte

Insolvenzordnung: Grundbegriffe

Anfechtung und Insolvenzverschleppung

Forderungs- und Mahnwesen

Pflichtfächer: 1. Studienjahr

Wirtschaftsrecht 160 Std.

Lernbereich 6 **40 Std.**

Recht für Unternehmen und Führungskräfte

Recht im Kontext unternehmerischer Tätigkeit und aus der Perspektive von Führungskräften

Kompetenzerwartungen

Die Studierenden erläutern anhand von Musterverträgen die wesentlichen Inhalte von ausgewählten schuldrechtlichen Verträgen des BGB. Sie untersuchen die Wirksamkeit von Allgemeinen Geschäftsbedingungen (AGB) anhand der Vorgaben des BGB.

Die Studierenden erklären die Voraussetzungen und Rechtsfolgen eines nachvertraglichen Wettbewerbsverbots. Sie nehmen Stellung zur Haftung der Gesellschafter und Führungskräfte in den verschiedenen Gesellschaftsformen.

Die Studierenden analysieren die einzelnen Bestandteile eines Arbeitsvertrages und wenden aufgrund von Recherche die einschlägige obergerichtliche Rechtsprechung an. Sie stellen den Inhalt einer Abmahnung dar.

Die Studierenden erklären den Aufbau einer Straftat und den Ablauf eines Strafverfahrens bzw. eines Verfahrens bei Ordnungswidrigkeiten auch anhand von einschlägigen Sachverhalten und Situationen für Führungskräfte.

Die Studierenden nennen die verschiedenen Formen der Unternehmensnachfolge und wenden diese exemplarisch an.

Die Studierenden nehmen Stellung zu aktuellen Entwicklungen in der höchstrichterlichen Rechtsprechung und der Rechtslehre. Sie beurteilen technologische Entwicklungen hinsichtlich deren unternehmensrechtlicher Relevanz.

Inhalte

Vertragsarten des BGB, u. a. Miet-, Dienst- und Werkvertrag
AGB gem. Regelungen des BGB

nachvertragliches Wettbewerbsverbot im HGB
Haftungsproblematik im Kontext von Rechtsformen, z. B. GbR, OHG, KG, GmbH

Recherche zum Arbeitsrecht: Arbeitsvertrag, Rechtsprechung
Abmahnung

Strafrecht/Ordnungswidrigkeitenrecht

Unternehmensnachfolge, z. B. rechtsgeschäftlich, Verfügung von Todes wegen

aktuelle Entwicklungen

Pflichtfächer: 1. Studienjahr

Wirtschaftsinformatik 160 Std.

Lernbereich 1 **24 Std.** **Digitale Grundlagen und Betriebssysteme** Einsatz von Informationstechnologie in betrieblichen Kontexten unter Berücksichtigung von Kollaborationstechnologien
Kompetenzerwartungen Die Studierenden beschreiben die Aufgaben der Wirtschaftsinformatik sowie die aktuellen Hardware- und Softwarekomponenten der IT-Infrastruktur in einem Unternehmen. Die Studierenden beschreiben das Internet als ein globales Informations- und Kommunikationsnetzwerk, das Daten nach bestimmten Regeln sicher überträgt. Die Studierenden stellen die Bedeutung des Client-Server-Modells im Rahmen der Unternehmens-IT-Infrastruktur dar. Die Studierenden analysieren die Funktionen von Betriebssystemen und bewerten deren Einsatz in unterschiedlichen betrieblichen Kontexten. Die Studierenden erläutern die Arten und Funktionen des Cloud-Computings und untersuchen dessen Einsatzmöglichkeiten sowie damit verbundene Vorteile für Unternehmen. Sie beschreiben die Effizienz und Sicherheitsaspekte dieser Technologien in betrieblichen Kontexten. Die Studierenden erläutern Arten und Funktionsweisen von Kollaborationstechnologien. Sie wenden die Technologien praktisch zur Lösung spezifischer betrieblicher Problemstellungen an. Die Studierenden beschreiben Einsatzmöglichkeiten KI-gestützter Systeme in der Informatik sowie in der Informations- und Kommunikationstechnologie.
Inhalte betriebliche IT-Systeme Client-Server-Modell Betriebssysteme Cloud-Computing Kollaborationstechnologien KI-gestützte Systeme

Pflichtfächer: 1. Studienjahr

Wirtschaftsinformatik 160 Std.

Lernbereich 2 **40 Std.**
Datenverarbeitung und Informationsmanagement Einsatz von Tabellenkalkulationssoftware und integrierter Systeme zur Analyse betriebswirtschaftlicher Daten
Kompetenzerwartungen Die Studierenden erläutern die Grundlagen und Funktionen von Tabellenkalkulation und erklären deren Anwendungsmöglichkeiten. Sie wenden fortgeschrittene Funktionen und Formeln der Tabellenkalkulation im Rahmen betriebswirtschaftlicher Fragestellungen an. Sie erklären unterschiedliche Datenquellen und Datentypen. Sie wenden die Möglichkeiten integrierter Informationsverarbeitung beispielhaft durch die Verknüpfung von Texten, Tabellen, Grafiken und Datenbeständen an. Weiterhin arbeiten sie die Zusammenhänge betrieblicher Datenströme heraus und erklären die Funktion integrierter Unternehmenssoftware-Systeme. Die Studierenden beschreiben, wie KI-gestützte Systeme die Ziele der betrieblichen Datenverarbeitung unterstützten können. Die Studierenden wenden verschiedene Technologien zur Visualisierung und Gestaltung betrieblicher Informationen an.
Inhalte Tabellenkalkulation Datentypen und Datenquellen Unternehmenssoftware-Systeme und integrierte Informationsverarbeitung KI in der Informationsverarbeitung Visualisierungs-, Gestaltungs- und Präsentationstechnologien

Pflichtfächer: 1. Studienjahr

Wirtschaftsinformatik 160 Std.

Lernbereich 3 **12 Std.**

Künstliche Intelligenz

Konzepte, Systeme und Technologien des maschinellen Lernens in Arbeit und Wirtschaft

Kompetenzerwartungen

Die Studierenden erläutern verschiedene Modelle künstlicher Intelligenz und ihre Funktionsweise sowie die unterschiedlichen Arten maschinellen Lernens (ML).

Sie erklären aktuelle Anwendungsgebiete der künstlichen Intelligenz und des maschinellen Lernens. Sie untersuchen die Funktionsweise KI-gestützter Systeme im Rahmen verschiedener betrieblicher Aufgabenbereiche, hinsichtlich der Möglichkeiten der Prozesssteuerung, -optimierung und -automation sowie der Datenauswertung.

Die Studierenden erklären die Vorgehensweise beim Training von Systemen des maschinellen Lernens mithilfe von Testdaten. Sie untersuchen hierbei auftretende Schwierigkeiten und Lösungen und bewerten die Güte von KI-Modellen.

Sie diskutieren die Herausforderungen des Einsatzes künstlicher Intelligenz für Unternehmen hinsichtlich der Mitarbeiterentwicklung, rechtlicher Implikationen sowie der Vorteilhaftigkeit von entsprechenden Projekten.

Die Studierenden geben den aktuellen Stand der KI-Technologie hinsichtlich erfolgreicher Einführungsprojekte und -erfahrungen sowie der wissenschaftlichen Forschung wieder.

Inhalte

Systeme künstlicher Intelligenz, z. B. KI, ML, Deep Learning
Funktionsweise der Systeme, z. B. Wahrnehmung der Umwelt, Treffen von Entscheidungen/Vorhersagen, lernende Systeme
Arten maschinellen Lernens, z. B. überwachtes und unüberwachtes Lernen, verstärkendes Lernen

Anwendungsgebiete, z. B. Sprachassistenten, Suchmaschinen, Textgeneratoren, Bilderkennung, Data-Mining
Einsatzfelder, z. B. Produktionssteuerung, Prozessoptimierung, Social Media, Verwaltung, Datenauswertung, Business Intelligence, Personal Health, Gaming

Qualitätsaspekte, z. B. Trainings- und Testdaten, Bias, Fairness, Overfitting, Modellgüte

Herausforderungen für die Wirtschaft, z. B. Persönlichkeits- und Urheberrechte, nationale und EU-Richtlinien, Weiterbildung der Mitarbeiter, Bewertung von KI-Projekten

KI in der Praxis und Forschung, z. B. Umsetzungsbeispiele, Erfahrungen, Perspektiven der Forschung

Pflichtfächer: 1. Studienjahr

Wirtschaftsinformatik 160 Std.

Lernbereich 4 **36 Std.**
Datenbanken, Datensicherheit und Datenschutz Implementierung betrieblicher Daten in Datenbanken, Datenbankabfragen und -auswertungen sowie Aspekte der Datensicherheit und des Datenschutzes
Kompetenzerwartungen Die Studierenden erläutern die Grundlagen von Datenbanken und arbeiten deren Vorteile gegenüber Tabellenkalkulationsprogrammen heraus. Sie wenden ein Datenbankmanagementsystem zur Implementierung betrieblicher Daten in eine Datenbank an. Die Studierenden wenden eine Datenabfragesprache zur effektiven und praxisorientierten Datenauswertung an. Sie beschreiben die Verwendung von künstlicher Intelligenz und Systemen des maschinellen Lernens im Rahmen der Thematik Big Data. Die Studierenden erläutern Sicherheitsbedrohungen und Datenschutzanforderungen. Sie beschreiben effektive Sicherheitsmaßnahmen und Verschlüsselungsverfahren, um Daten und den Datenaustausch über Netzwerke zu schützen. Sie stellen den rechtlichen Rahmen des Datenschutzes und des Urheberrechts dar.
Inhalte Grundlagen Datenbanken Datenbankmanagementsysteme Datenbankabfragesprache KI-gestützte Datenverarbeitung und -auswertung Datensicherheit und Datenschutz Sicherheitsmaßnahmen und Verschlüsselung

Pflichtfächer: 1. Studienjahr

Wirtschaftsinformatik 160 Std.

Lernbereich 5	**30 Std.**
Programmierung und Automatisierung Anwendungsentwicklung mittels Low-Code und Skripting	

Kompetenzerwartungen

Die Studierenden erläutern die Konzepte von Low-Code-Entwicklung und Skripting. Sie wenden Low-Code-Plattformen und/oder eine Skriptsprache zum Automatisieren einfacher betrieblicher Prozesse an.

Die Studierenden wenden einfache Fehler- und Ausnahmebehandlungen in Skriptsprachen an.

Die Studierenden wenden Werkzeuge der künstlichen Intelligenz für die Anwendungsentwicklung mit Low-Code-Plattformen und Skriptsprachen an. Die Studierenden entscheiden, ob ein KI-generierter Lösungsvorschlag zielführend ist.

Inhalte

Low-Code- und Skriptentwicklung
Automatisierung betrieblicher Abläufe

Anwendungsentwicklung

künstliche Intelligenz in der Anwendungsentwicklung

Pflichtfächer: 1. Studienjahr

Wirtschaftsinformatik 160 Std.

Lernbereich 6	**18 Std.**
Automatisierung betrieblicher Prozesse digitale Transformation und Prozessautomation in Verwaltung und Fertigung	

Kompetenzerwartungen

Die Studierenden erläutern den Nutzen und die Verwendung von Daten im Rahmen der Automation betrieblicher Prozesse.

Die Studierenden beschreiben die Funktionsweise von künstlicher Intelligenz und maschinellem Lernen im Rahmen der automatisierten Prozessdatenauswertung und wenden exemplarisch ausgewählte KI-Technologien im Rahmen betrieblicher Problemstellungen an.

Die Studierenden erläutern die Verwendung von 3D-Daten im Rahmen betrieblicher Problemstellungen.

Die Studierenden untersuchen die Automatisierbarkeit betrieblicher Prozesse und erklären die Transformationsschritte zur Umsetzung unter Beachtung von Technologien und Rahmenbedingungen.

Inhalte

Datennutzung in der Automation

KI und ML in Prozessen und der Automation

3D-Daten

Prozessautomation in Fertigung, Logistik und Verwaltung

Pflichtfächer: 1. Studienjahr

Betriebliche Kommunikation 80 Std.

Lernbereich 1 **20 Std.**

Felder der betrieblichen Kommunikation

Anlässe und Situationen im Kommunikationsprozess

Kompetenzerwartungen

Die Studierenden arbeiten unterschiedliche Einsatzfelder und Anlässe im beruflichen Kommunikationsprozess heraus.

Im Hinblick auf einen für sie besonders relevanten Anlass entwickeln sie selbstständig eine adressatengerechte, authentische und wirksame Bewerbung und nehmen ihre berufliche Karriere in den Blick.

Sie untersuchen den Gebrauch sprachlicher Nuancen und hinterfragen kritisch den Einsatz von sprachlichen und gestalterischen Mitteln und Taktiken, deren Möglichkeiten und Grenzen, auch vor dem Hintergrund KI-gestützter Systeme.

Inhalte

Anlässe und Felder der beruflichen Kommunikation, z. B. Mitarbeitergespräch, Meeting, Geschäftskorrespondenz, Besprechungsprotokoll, Moderation, Akquiseschreiben, Vortrag, Messebericht, Unterweisung, Social-Media-Auftritt, Blog, Pressemitteilung, Flyer, Imagefilm

adressatengerechte Bewerbung, u. a. Recherchemöglichkeiten, Knappheit, logische Strukturiertheit, Übersichtlichkeit und optische Einheitlichkeit des Layouts, Authentizität
Mail-Versandoptionen
Möglichkeiten eines Bewerbungsvideos
Vorstellungsgespräch als Rollenspiel: Dresscode und Umgangsformen
Assessment-Center

Möglichkeiten der Nutzung KI-basierter Systeme, z. B. Test eines KI-gestützten Tools im E-Mail-Management für Marketing, Sales und Service; Beispiele für Fakes und Deepfakes auf Social-Media-Plattformen

Pflichtfächer: 1. Studienjahr

Betriebliche Kommunikation 80 Std.

Lernbereich 2 **10 Std.** **Präsentationen vorbereiten, gestalten und darbieten** Durchführung von Fachvorträgen vor dem Hintergrund der jeweiligen Zielgruppe
Kompetenzerwartungen Die Studierenden erweitern ihre Fähigkeit, einen Fachvortrag in deutscher Sprache zu halten, hin zur Präsentation unter Berücksichtigung der jeweiligen Zielgruppe. Sie stellen Sachverhalte mit beruflichem Bezug in mündlichem Vortrag fachgerecht vor und berücksichtigen dabei lernpsychologische Erkenntnisse der Informationsverarbeitung. Die Studierenden wenden unterschiedliche Präsentationstechniken in Abhängigkeit von dem beruflichen Anlass zielgenau und adressatengerecht an.
Inhalte Kommunikationsmodelle, z. B. Axiome nach Watzlawick, 4-Seiten-Modell nach Schulz von Thun Zielgruppenanalyse und entsprechende Sprachebene: Zielgruppe nach demografischen und psychografischen Merkmalen, Sinus-Milieus, Einsatz der Fachsprache und/oder umgangssprachlicher Elemente, adressatenbezogene Syntax, Genderaspekt Regeln zur maximalen Informationsmenge und optimalen Informationsaufbereitung nach lerntheoretischen Gesichtspunkten, z. B. vier Prinzipien der Informationsverarbeitung, Kurzzeit- und Langzeitgedächtnis; verbale, visuelle, emotionale und intuitive Verarbeitung Visualisierungsregeln und -möglichkeiten, z. B. Diagramme, Grafiken, Handskizzen, Simulationen, Videos, Einsatz von Präsentationstools, Mind-Mapping, Layout-Regeln

Pflichtfächer: 1. Studienjahr

Betriebliche Kommunikation — 80 Std.

Lernbereich 3 — **10 Std.** **Moderieren und Moderationstechniken** Moderation von Gruppenprozessen mithilfe adäquater Techniken
Kompetenzerwartungen Die Studierenden beschreiben verschiedene Moderationsanlässe und die grundlegenden Aufgaben eines Moderierenden. Sie arbeiten die grundlegenden Moderationstechniken heraus und unterscheiden die einzelnen Phasen einer Moderation. Die Studierenden entwickeln selbstständig Lösungsstrategien für Gruppenprozesse und gestalten Informations- und Entscheidungsprozesse zielorientiert.
Inhalte Aufgaben eines Moderierenden, u. a. Gesprächsleitung, Informationsvermittlung, Zeitplanung, Strukturierung, Entertainment, Resümee Moderationstechniken, u. a. Brainstorming, Brainwriting, Clustering, Prioritätenabfrage, Mind-Mapping Phasen der Moderation, u. a. Vorbereitung, Begrüßung, Erläuterung der Vorgehensweise, Problembearbeitung, Ergebnisorientierung, Ergebnisse bündeln, Protokollierung

Pflichtfächer: 1. Studienjahr

Betriebliche Kommunikation 80 Std.

Lernbereich 4 **15 Std.**

Mündlich und schriftlich argumentieren

mündliche und schriftliche Argumentation vor dem Hintergrund der jeweiligen Zielgruppe

Kompetenzerwartungen

Die Studierenden erweitern ihre Fähigkeit, unterschiedliche Standpunkte argumentativ hinsichtlich neuer Sachverhalte zu vertreten.

Dabei unterscheiden sie zwischen schriftlicher und mündlicher Kommunikation und berücksichtigen die jeweilige Zielgruppe.

Die Studierenden ermitteln Bausteine sowie sprachliche Mittel einer schlüssigen und überzeugenden Argumentation und wenden diese zielgerichtet an. Sie entwickeln selbstständig aus der Gegenüberstellung von These und Antithese eine schlüssige Synthese und loten Möglichkeiten, aber auch Grenzen der Durchsetzbarkeit des eigenen Standpunkts aus.

Sie setzen zur argumentatorischen Verstärkung auch wirksame rhetorische Mittel in argumentativen Texten ein.

Inhalte

kontrovers diskutierte Themen aus dem beruflichen, wirtschaftlichen, gesellschaftlichen und politischen Bereich
Übung an medialen Meinungstexten: Urteilsbegründungen, Gutachten

Besonderheiten der mündlichen gegenüber der schriftlichen Argumentation, u. a. auditive und visuelle Kommunikation, Einsatz von Gestik und Mimik in mündlicher Argumentation, höherer formeller Grad und höhere Komplexität schriftlicher Argumentation

Argumentationsschritte und Strukturierung der Argumentation: Thesenformulierung, Begründung, Beispiel, Einschränkung, Rückführung zur These, Synthese, Gegenüberstellung von These und Antithese

Einsatz rhetorischer Figuren, u. a. Vergleich, Metapher, Personifikation, Ironie, Hyperbel, Euphemismus, rhetorische Frage

Pflichtfächer: 1. Studienjahr

Betriebliche Kommunikation 80 Std.

Lernbereich 5	**25 Std.**
Grundlagen wissenschaftlichen Arbeitens Vorbereitung wissenschaftlichen Arbeitens	

Kompetenzerwartungen

Die Studierenden arbeiten die wesentlichen Merkmale wissenschaftlicher Texte als Vorbereitung für die Erstellung einer wissenschaftlichen Arbeit heraus. Auf der Grundlage fachwissenschaftlicher Fragestellungen entwickeln sie die Themenstellung ihrer Projektarbeit selbstständig. Sie kennen unterschiedliche Rechercheverfahren und wenden diese zielorientiert an.

Auf der Grundlage ihrer Ergebnisse erstellen sie eine Gliederung und entwickeln selbstständig für die Anfertigung der Arbeit einen Projektplan, wobei sie feste Meilensteine definieren.

Sie kennen die formalen Bausteine einer wissenschaftlichen Arbeit. Sie beachten im Hinblick auch auf KI-generierte Inhalte und Texte urheberrechtliche Vorgaben unter Anwendung wissenschaftlicher Zitiertechniken und Beweisführungen der eigenständigen Leistung.

Inhalte

Themensuche, z. B. Recherche in Bibliotheken, in Online-Datenbanken, mithilfe von Experten und Unternehmen; Absprache mit der Projektbetreuung
Problemrelevanz des Themas, u. a. realitätsbezogen, aktuell, fachbezogen, problemorientiert

Strukturierung des Themas, u. a. Einleitung/Hinführung mit Themafrage, Hauptteil, induktiv/deduktiv gegliedert, Gliederung nach Ursache und Wirkung, Pro/Kontra, Fazit mit deutlichem Bezug zur Themafrage, Stufennummerierung
Wahl geeigneter Untersuchungsmethoden, u. a. Fallstudie, Recherche, Fragebogen, Beobachtung, Interview, Messung, statistische Erhebung
Ablaufplan und Zeitmanagement, z. B. Pareto-Regel, ABC-Regel, 60-60-30-Methode, Definition von Meilensteinen

Zitiertechnik: Fußnoten, Endnoten, Harvard-Notation, Wiedergabe in direkter und indirekter Rede, Konjunktiv, Literaturverzeichnis, Zitation aus Internet-Quellen
sprachliche Besonderheiten: sachlich, objektivierbar, Vermeidung umgangssprachlicher Elemente, Fachtermini, Genderaspekt
Urheberrecht: urheberrechtliche Vorgaben, Plagiatsproblematik, Umgang mit KI-generierten Texten und Grafiken

Pflichtfächer: 2. Studienjahr

Projektarbeit 80 Std.

Lernbereich 1 **60 Std.**

Anfertigung der Arbeit

Ausarbeitung mit fachlicher Unterstützung durch die unterrichtende Projektleitung

Kompetenzerwartungen

Die Studierenden stellen eine komplexe betriebswirtschaftliche Problemstellung eines Unternehmens mit betrieblicher Relevanz wissenschaftsorientiert dar. Unterstützt von der Projektleitung setzen sie sich mit aktuellen fachrichtungs- und praxisbezogenen Themen aus ihren beruflichen Handlungsfeldern auseinander.
Sie leiten dabei fachwissenschaftliche Fragestellungen ab und entwickeln unter Einhaltung wissenschaftskonformer Vorschriften eine relevante Themenstellung, eine logisch durchdachte Gliederung und eine schlüssige Argumentation.

Sie beurteilen unter Verwendung von betriebswirtschaftlichem Fachwissen mögliche Lösungsansätze und entwickeln selbstständig einen Lösungsentwurf in Form einer wissenschaftlichen Projektarbeit.
Dabei tauschen sich die Studierenden auch untereinander aus, um die jeweiligen Vorgehensweisen kritisch zu diskutieren.

Die Projektarbeit kann auch in Zusammenarbeit mit einem Unternehmen erstellt werden.

Inhalte

Themenwahl und Themenformulierung (in Absprache mit der Projektleitung)
selbstständige Umsetzung wissenschaftlichen Arbeitens, z. B. Recherche, Problemrelevanz, Strukturierung, Untersuchungsmethoden, Ablaufplanung, Zitiertechnik, Wissenschaftssprache, urheberrechtliche Vorgaben, Einhaltung formaler Vorgaben
Exzerpiertechnik, z. B. Markieren, tabellarisches Exzerpieren, Stichworte, Kernthesen

Kreativitätsmethoden-Übungen im Projektunterricht, z. B. Brainstorming, Brainwriting, 6-3-5-Methode, ABC-Methode
Vermittleln formaler Vorgaben, u. a. Umfang, Bearbeitungszeit, Deckblatt, Themenformulierung, Abkürzungsverzeichnis, Einleitung, Hauptteil, Fazit, Literatur- und Quellenverzeichnis, Verzeichnis von Grafiken und Tabellen, Zeilenabstände, Schrifttype und -größe, eidesstattliche Erklärung
Routine im Umgang mit dem verwendeten Textverarbeitungsprogramm, u. a. Standardisieren der Überschriften, Fußnotenverfahren, Zeilen- und Seitenumbrüche, Gliederungsformatierung

Pflichtfächer: 2. Studienjahr

Projektarbeit 80 Std.

Lernbereich 2 **20 Std.**
Präsentation der Arbeit und Fachgespräch Vorstellung der Projektarbeit vor Fachpublikum
Kompetenzerwartungen Die Studierenden präsentieren zielgruppenadäquat und situationsangemessen ihre Projektarbeit. In einem Fachgespräch verteidigen sie die Ergebnisse ihrer Arbeit, reflektieren ihr methodisches Vorgehen und setzen sich selbstkritisch mit ihren Arbeitsprozessen und Ergebnissen auseinander. Sie sind bei einem Fachgespräch vor Experten in der Lage, den abschließenden Beweis einer überzeugenden eigenständigen Leistung zu liefern.
Inhalte Zielgruppenanalyse Verbalisieren der Vorgehensweise: Fokus auf Lösungsstrategie und Ergebnis der Arbeit Umsetzung mithilfe einer geeigneten Präsentationstechnik, z. B. Präsentationssoftware, Handout, Handskizze Vorbereiten möglicher Frage- und Problemstellungen: Reaktion auf kritische Einwände Einbezug alternativer Ergebnisse und Gegenentwürfe Stressreduktion, z. B. gute Vorbereitung, Atemtechnik, Strategien zur Stressbewältigung

Pflichtfächer: 2. Studienjahr

Wirtschaftsmathematik und Statistik 80 Std.

Lernbereich 1 **16 Std.**
Lineare Algebra Modellierung, Lösung und Beurteilung betriebswirtschaftlicher Optimierungsaufgaben mit linearen Ungleichungssystemen
Kompetenzerwartungen Die Studierenden modellieren betriebswirtschaftliche Optimierungsaufgaben mit einem linearen Ungleichungssystem. In diesem Zusammenhang arbeiten sie die Nebenbedingungen wie auch die Zielfunktion in mathematischer Form heraus. Sie beurteilen mittels grafischer Darstellung die Problemlösung im betriebswirtschaftlichen Sinne. Die Studierenden wenden zur Lösung von Minimierungs- und Maximierungsaufgaben das grafische Verfahren an. Sie erläutern Sonderfälle (Vielfachheit der Lösungen) und arbeiten deren betriebswirtschaftliche Folgen heraus. Sie berechnen Optimierungsprobleme mit drei und mehr Variablen. Sie stellen das Optimierungsproblem in Matrixform dar und ermitteln die Lösung mithilfe des Simplex-Verfahrens. Zur Lösung und Veranschaulichung betriebswirtschaftlicher Optimierungsprobleme werden auch softwaregestützte Anwendungen eingesetzt.
Inhalte Lineare Optimierung mit zwei Variablen, u. a. grafisches Verfahren skalierbare lineare Optimierung mit drei und mehr Variablen, u. a. Simplex-Verfahren

Pflichtfächer: 2. Studienjahr

Wirtschaftsmathematik und Statistik 80 Std.

Lernbereich 2 **20 Std.** **Finanzmathematik** Folgen, Reihen und ihre Anwendung auf finanz-, betriebs- und volkswirtschaftliche Problemstellungen
Kompetenzerwartungen Die Studierenden erläutern die Zusammenhänge zwischen Zahlenfolgen und sich daraus ergebenden Reihen. Die Studierenden wenden die Kenntnisse der arithmetischen und geometrischen Folgen und Reihen auf finanz-, betriebs- und volkswirtschaftliche Problemstellungen an. Die Studierenden wenden insbesondere die geometrische Reihe für die Rentenrechnung an und berechnen Rentenzeitwerte. Die Studierenden ermitteln auch Lösungen für Kombinationen von Renten- und Zinseszinsrechnung, die der Verzinsung unterliegen. Sie vergleichen und bewerten einmalige und wiederkehrende Zahlungen, welche der Verzinsung unterliegen und zu unterschiedlichen Zeitpunkten getätigt werden. Zur Lösung und Veranschaulichung finanz-, betriebs- und volkswirtschaftlicher Problemstellungen werden auch softwaregestützte Anwendungen eingesetzt.
Inhalte arithmetische Folge und Reihe geometrische Folge und Reihe Renten- und Zinsrechnung

Pflichtfächer: 2. Studienjahr

Wirtschaftsmathematik und Statistik — 80 Std.

Lernbereich 3 — **44 Std.**

Beschreibende Statistik

vertiefte Kenntnisse der beschreibenden Statistik zur Erfassung und Analyse betriebswirtschaftlich relevanter Datenmengen sowie zur Erstellung von Trendvorhersagen

Kompetenzerwartungen

Die Studierenden erläutern anhand von Beispielen die wesentlichen Eigenschaften der Skalenniveaus und die Unterschiede von nominalskalierten-, ordinalskalierten- und metrischen Variablen. Sie stellen klassierte Daten dar und analysieren diese, um wirtschaftliche Entscheidungen zu beurteilen. Sie können aus absoluten oder grafischen Datenmengen die Lageparameter berechnen und grafisch darstellen. Die Studierenden erklären die Berechnung und Zusammensetzung grundlegender Lage- und Streuungsmaße und diskutieren diese im betriebswirtschaftlichen Kontext.

Die Studierenden analysieren Zusammenhangs-, Unabhängigkeits- und Unterschiedsprofile zu wirtschaftlichen Fragestellungen bezüglich zweier Variablen mittels Chi-Quadrat-Korrelationskoeffizient. Sie erläutern, ausgehend von Streudiagrammen (Datenwolken), die Grundidee der linearen bzw. exponentiellen Regression und beurteilen den Korrelationskoeffizienten als Maß für die Güte des Zusammenhangs. Mit den berechneten Werten ermitteln sie die Gleichungen der linearen Funktion bzw. Exponentialfunktion und wenden diese für Trendvorhersagen an. Sie berechnen und beurteilen gewichtete Preis- und Umsatzindizes.

Die Studierenden erwerben Fähigkeiten, um monatlich oder quartalsmäßig strukturierte Prozesse zu standardisieren und damit in Kombination mit Regressionsverfahren Wirtschaftsentscheidungen zu untermauern. Die Studierenden stellen monatlich oder quartalsmäßig strukturierte Prozesse standardisiert dar, um mithilfe von Regressionsverfahren Wirtschaftsentscheidungen herauszuarbeiten.

Zur Lösung und Veranschaulichung statistischer Problemstellungen werden auch softwaregestützte Anwendungen eingesetzt.

Inhalte

eindimensionale Verteilung, u. a. Lage- und Streuparameter, Rechnen mit klassierten Daten

zweidimensionale Verteilung, u. a. Chi-Quadrat-Korrelationskoeffizient, lineare und exponentielle Regression, Trendberechnungen, Preis- und Umsatz-Index

Zeitreihenanalyse

1. Studienjahr

Business English 80 Std.

Lernbereich 1 **40 Std.**

Rolle des Mitarbeitenden im Unternehmen

grundlegende Kompetenzen in formeller und informeller Schrift- und Sprachkommunikation in verschiedenen beruflichen und interkulturellen Kontexten aus Sicht des Mitarbeitenden

Kompetenzerwartungen

Die Studierenden wenden Methoden an, um ein Arbeitsverhältnis im englischsprachigen Ausland schriftlich anzubahnen, indem sie in englischsprachigen Quellen Stellenangebote recherchieren, diese auswerten und im Hinblick auf interkulturelle Besonderheiten wiedergeben.

Sie entwickeln Bewerbungsunterlangen unter Zuhilfenahme von Textbausteinen und wenden dies auch auf Onlinebewerbungsformulare an. Sie arbeiten hierbei die Bedeutung formaler, orthografischer und grammatischer Korrektheit für eine erfolgreiche Bewerbung heraus. Die Studierenden beschreiben die Modalitäten eines Vorstellungsgesprächs in englischer Sprache und wenden diese auf Grundlage typischer Gesprächsgegenstände situations- und adressatengerecht in simulierten Gesprächen und Assessment-Verfahren an. Hierbei arbeiten sie Unterschiede in landesüblichen Konventionen bezüglich der Form und des Inhalts eines solchen Gesprächs heraus.

Die Studierenden wenden situations- und adressatengerechte Ausdrucksweisen in formellen und informellen Gesprächssituationen sowie Diskussionen betreffs verschiedener beruflicher Themenfelder in betrieblichem Kontext mit Mitarbeitenden und Vorgesetzten an. Sie arbeiten Informationen aus schriftlicher Geschäftskorrespondenz für unterschiedliche berufliche Anlässe heraus und nehmen schriftlich dazu Stellung. Hierbei wenden sie sprachliche Mittel im interkulturellen Kontext an.

Die Studierenden entwickeln Präsentationen und wenden diese in verschiedenen beruflichen Situationen an. Sie beschreiben die zentralen Komponenten der Unternehmens- und Arbeitsorganisation auf Team-, Abteilungs- und Prozessebene im interkulturellen Kontext.

Inhalte

Bewerbungsprozess, z. B. Recherche und Kontaktanbahnung auf Jobmessen, Bewerbung in Schriftform und über Portale, reales und Online-Bewerbungsgespräch, Assessment-Center

Onboarding-Prozess, z. B. Kennenlerngespräche, Einarbeitungsplan, Mentoring-Gespräche, Feedback, Weiterbildungsmöglichkeiten

Zusammenarbeit, z. B. formelle und informelle Kommunikation, interne Korrespondenz, Protokolle, Small Talk, Telefonie/Messaging, Meetings, Terminvereinbarung

Arbeitsorganisation, z. B. Abteilungsbezeichnungen, Arbeitsabläufe, Projektpräsentation, Konfliktbewältigung, Arbeitsbedingungen

1. Studienjahr

Business English 80 Std.

Lernbereich 2 **20 Std.**

Das Unternehmen im gesamt- und weltwirtschaftlichen Zusammenhang

Auswertung einschlägiger Quellen zu Wirtschafts- und Geschäftsdaten hinsichtlich Unternehmen, Branchen sowie aktueller nationaler und globaler Wirtschaftstrends

Kompetenzerwartungen

Die Studierenden beschreiben betriebliche Strukturen im gesamtwirtschaftlichen Kontext unter Beachtung aktueller und interkultureller Gegebenheiten. Sie wenden fachspezifisches Vokabular in verschiedenen Situationen mündlich und schriftlich an.

Die Studierenden beschreiben betriebs- und volkswirtschaftliche Gegebenheiten verschiedener Länder unter Berücksichtigung interkultureller Besonderheiten und wenden Techniken der Informationsbeschaffung und -auswertung an.

Sie vergleichen Rahmenbedingungen für berufliche Tätigkeiten im internationalen Kontext und werten wirtschaftliche Daten aus.

Die Studierenden beschreiben aktuelle Wirtschaftstrends sowie die Auswirkungen der Transformationsprozesse in den verschiedenen Bereichen auf Unternehmen.

Inhalte

Fachtexte sowie Wirtschafts- und Unternehmensquellen, z. B. Statistiken, Jahresabschlüsse, Marktberichte, Wirtschaftstrends

konstitutive Unternehmensmerkmale, z. B. Standort, Rechtsform, Personalstruktur

internationale Wirtschaft, z. B. Steuern, Subventionen, Zoll, Logistik, Wechselkurse, Standortpolitik, Arbeitsrecht im interkulturellen Kontext

globale Wirtschaftstrends, z. B. Transformationsprozesse der Digitalisierung, Dekarbonisierung, des demografischen Wandels, der Globalisierung, der Nachhaltigkeit in den Dimensionen Ökologie, Ökonomie, Gesellschaft

1. Studienjahr

Business English 80 Std.

Lernbereich 3 **Wirtschaftsprozess im Unternehmen** Interkulturalität im Unternehmen und damit verbundene Auswirkungen auf innerbetriebliche Prozesse	**20 Std.**
Kompetenzerwartungen Die Studierenden untersuchen abteilungsübergreifende Prozesse und Abläufe in international agierenden Unternehmen unter Beachtung interkultureller Gegebenheiten und beschreiben diese schriftlich sowie in Vorträgen und Diskussionen. Die Studierenden wenden passende Techniken zur Kundenakquise und -beratung im interkulturellen Kontext an. Sie arbeiten die Besonderheiten der betrieblichen Mitarbeit in Projekten heraus und geben projektbezogene Informationen aus ihrer Recherche unter Berücksichtigung der Interkulturalität und abweichender internationaler Standards schriftlich und mündlich wieder.	
Inhalte grundlegende Prozesse der Kern- und Querschnittsfunktionen des Unternehmens, z. B. Beschaffung, Logistik, Produktion, Vertrieb, Personal, Finanzen, IT Marketing und Vertrieb, z. B. Präsentation von Marketingstrategien, Beratung und Verkaufstechniken Managementaufgaben, z. B. Projektorganisation und -leitung, Mitarbeiterführung, Konfliktkommunikation, Compliance, Unternehmensethik	

1. Studienjahr

Deutsch **80 Std.**

Der Lehrplan für das Fach Deutsch ist unter folgendem Link abrufbar:

https://www.isb.bayern.de/schularten/berufliche-schulen/fachakademie/allgemeinbildende-lehrplaene/ (Abruf am 5.3.2025)

1. Studienjahr

Mathematik **160 Std.**

Der Lehrplan für das Fach Mathematik ist unter folgendem Link abrufbar:

https://www.isb.bayern.de/schularten/berufliche-schulen/fachakademie/allgemeinbildende-lehrplaene/ (Abruf am 5.3.2025)

1. Studienjahr

Englisch **80 Std.**

Der Lehrplan für das Fach Englisch ist unter folgendem Link abrufbar:

https://www.isb.bayern.de/schularten/berufliche-schulen/fachakademie/allgemeinbildende-lehrplaene/ (Abruf am 5.3.2025)

2. Studienjahr

Englisch **80 Std.**

Der Lehrplan für das Fach Englisch ist unter folgendem Link abrufbar:

https://www.isb.bayern.de/schularten/berufliche-schulen/fachakademie/allgemeinbildende-lehrplaene/ (Abruf am 5.3.2025)

1. Studienjahr

Politik und Gesellschaft 80 Std.

Der Lehrplan für das Fach Politik und Gesellschaft ist unter folgendem Link abrufbar:

https://www.isb.bayern.de/schularten/berufliche-schulen/fachakademie/allgemeinbildende-lehrplaene/ (Abruf am 5.3.2025)

5.2 Lehrpläne: Wahlpflichtfächer

2. Studienjahr

Investition, Finanzierung und Kapitalmarkt **320 Std.**

Lernbereich 1 **Instrumente der Finanzierung** Einsatz verschiedener Finanzierungsmöglichkeiten in Unternehmen	**100 Std.**

Kompetenzerwartungen

Die Studierenden untersuchen verschiedene Formen der Eigen- und Fremdfinanzierung sowie innovative Finanzinstrumente und bewerten diese hinsichtlich betriebswirtschaftlicher Kriterien. Sie berechnen und analysieren unterschiedliche Möglichkeiten der Kapitalerhöhungen sowie -herabsetzungen. Dabei entwickeln sie selbstständig Lösungsansätze in Abhängigkeit von rechtlichen und wirtschaftlichen Rahmenbedingungen.

Sie erörtern unterschiedliche kurz-, mittel- und langfristige Sonderformen der Kredite und geeignete Absicherungen. Die Studierenden berechnen und beurteilen verschiedene Anleihearten anhand finanzwirtschaftlicher Zielsetzungen.

Sie erläutern verschiedene innovative Finanzinstrumente hinsichtlich ihrer Auswirkung auf die Kapitalstruktur des Unternehmens. Des Weiteren diskutieren sie die Vor- und Nachteile dieser Finanzinstrumente aus Sicht des Unternehmens.

Abschließend entwickeln die Studierenden anhand von Fallstudien selbstständig konkrete Finanzierungsempfehlungen für gegebene Unternehmenssituationen und erläutern Möglichkeiten der Risikobegrenzung.

Inhalte

Kapitalerhöhung, u. a. bedingt, genehmigt, Aufnahme neuer Gesellschafter, Selbstfinanzierung, Nachschuss
Kapitalherabsetzungen, u. a. ordentlich

Sonderformen der Kredite, u. a. Fremdwährungskredit, Betriebsmittelkredit, KfW-Darlehen, Lieferantenkredit, Nachrangdarlehen
Kreditsicherheiten: personell und sachlich
Anleihearten, u. a. festverzinsliche Anleihe, Zero-Bond, Wandelanleihe, Optionsanleihe

innovative Finanzinstrumente, z. B. Private Equity, Venture Capital, Business Angel, Crowdfunding, Genussscheine

2. Studienjahr

Investition, Finanzierung und Kapitalmarkt 320 Std.

Lernbereich 2 **Dynamische Investitionsrechnung** Beurteilung verschiedener Investitionsalternativen für Unternehmen	**80 Std.**
Kompetenzerwartungen Die Studierenden ermitteln unter Einbezug betriebswirtschaftlicher Einflussfaktoren eine Investitionsplanung für gegebene Unternehmenssituationen und beurteilen diese. Sie berechnen und analysieren unterschiedliche Investitionsalternativen mit geeigneten dynamischen Investitionsrechenverfahren auch mithilfe von IT-gestützten Programmen. Dabei werten sie die Investitionsobjekte anhand von Ertrags- und Risikogesichtspunkten aus. Zusätzlich vergleichen sie kritisch die Anwendung der statischen und dynamischen Investitionsrechnung. Die Studierenden wenden dabei die Scoringanalyse an, um auch qualitative Aspekte der Investitionsentscheidung zu bewerten. Sie entwickeln selbstständig einen Investitionsplan anhand von Fallstudien für gegebene Unternehmenssituationen und fassen diese Informationen in Geschäftsberichten zusammen.	
Inhalte Investitionsplanung: Phasen, Kriterien, Rechengrößen Investitionsarten, u. a. Rationalisierungs-, Ersatz- und Erweiterungsinvestition Investitionsrechenverfahren, u. a. Kapitalwertmethode, Annuitätenmethode, interne Zinsfußmethode Ertragsgesichtspunkte, u. a. Cashflow, Einzahlungsüberschüsse Risikogesichtspunkte, u. a. Varianz, Standardabweichung, Volatilität, Maximalverlust qualitative Kriterien, z. B. technisch, rechtlich, politisch, sozial Ertrags-Risiko-Analyse, z. B. My-Sigma-Analyse optimale Nutzungsdauer	

2. Studienjahr

Investition, Finanzierung und Kapitalmarkt 320 Std.

Lernbereich 3 **Kapitalmärkte** Ermittlung fundierter Anlageentscheidungen	**90 Std.**
Kompetenzerwartungen Die Studierenden arbeiten die Aufgaben und Funktionen der Börse heraus. Des Weiteren erklären sie verschiedene Möglichkeiten des Gangs an die Börse und bewerten diese. Die Studierenden analysieren verschiedene Aktienindizes hinsichtlich der Zusammensetzung und ihrer Konstruktionsprinzipien. Sie diskutieren kritisch die Auswirkungen der Veränderung volkswirtschaftlicher Rahmenbedingungen sowie politischer und rechtlicher Einflüsse auf die Entwicklung der Indizes. Die Studierenden vergleichen verschiedene Anlageformen aus der Sichtweise des Anlegers am Kapitalmarkt. Dabei bewerten sie unterschiedliche Aktien, Investmentfonds und Anleihearten unter Rendite- und Risikogesichtspunkten. Abschließend entwickeln die Studierenden anhand von Fallstudien selbstständig geeignete Anlageentscheidungen in Abhängigkeit eines zuvor ermittelten Anlageverhaltens.	
Inhalte Börsengang, u. a. Börseneinführung, Preisspannenverfahren (Bookbuilding-Verfahren), Festpreisverfahren Indizes, u. a. DAX, S&P 500 volkswirtschaftliche Rahmenbedingungen, u. a. Leitzinsänderungen, Wirtschaftswachstum, Inflationsrate Aktienarten, u. a. Stammrechts-, Namens-, Inhaber- und Vorzugsaktie Investmentfonds, z. B. offen, geschlossen, aktiv und passiv gemanagt, börsengehandelt Anleihearten, u. a. Bundesanleihe, Unternehmensanleihe, Pfandbrief Anlagestrategien, z. B. konservativ, spekulativ, nachhaltig, renditeorientiert	

2. Studienjahr

Investition, Finanzierung und Kapitalmarkt 320 Std.

Lernbereich 4 **Risikomanagement** Analyse unternehmerischer Risiken	**50 Std.**
Kompetenzerwartungen Die Studierenden erläutern die Bedeutung des Risikomanagements und arbeiten dessen Relevanz für Unternehmen heraus. Sie beschreiben unterschiedliche Risikokategorien. Die Studierenden analysieren verschiedene Risikomaße zur Beurteilung des Investitionsrisikos. Sie berechnen anschließend diese Risikomaße und werten diese Maße anhand statistischer Kriterien aus. Die Studierenden diskutieren die Vor- und Nachteile der verschiedenen Risikomaße und entwickeln Kriterien für deren situationsgerechte Auswahl. Die Studierenden wenden eine umfassende Risikoanalyse für ein gegebenes Investitionsprojekt an und erörtern geeignete Maßnahmen zur Verringerung des Investitionsrisikos. Zusätzlich analysieren sie verschiedene Derivate und deren Verwendung zu Absicherungszwecken.	
Inhalte Risikokategorien, u. a. operativ, rechtlich, sozial, makroökonomisch, politisch Risikomaße, u. a. Value at Risk, Beta-Faktor, Insolvenzwahrscheinlichkeit, Volatilität statistische Kriterien, u. a. Varianz, Standardabweichung Maßnahmen zur Verringerung des Investitionsrisikos, u. a. Risikostreuung, Absicherungsgeschäft, Verringerung des Leverage-Effekts Derivate, u. a. Optionen, Futures, Swop	

2. Studienjahr

Rechnungslegung, Berichterstattung und Steuern 320 Std.

Lernbereich 1 **Bilanzierung nach dem Handelsgesetzbuch (HGB)** Erstellung eines Jahresabschlusses nach den Regeln des HGB	**80 Std.**

Kompetenzerwartungen

Die Studierenden erklären die Bestandteile des Jahresabschlusses sowie die Aufstellungs- und Offenlegungspflichten in Abhängigkeit von Größe und Art des Unternehmens.

Die Studierenden diskutieren verschiedene Ansatzvorschriften für Vermögens- und Schuldenwerte sowie Rechnungsabgrenzungsposten. Sie analysieren unterschiedliche Bewertungsvorschriften auf der Aktiv- und Passivseite der Bilanz und wenden diese zielgerichtet an. Die Studierenden entscheiden, unter welcher Bilanzposition die Vermögens- und Schuldenwerte bzw. Rechnungsabgrenzungsposten auszuweisen sind.

Sie fassen die Aufwendungen und Erträge in Staffelform zusammen und entwickeln die Gewinn- und Verlustrechnung mithilfe geeigneter Verfahren. Die Studierenden stellen selbstständig den Anlagen-, Verbindlichkeiten- und Eigenkapital-Spiegel dar und werten diesen aus. Zu den jeweils ermittelten Bilanz- sowie Gewinn- und Verlust-Positionen gestalten die Studierenden den Anhang entsprechend den gesetzlichen Regelungen nach dem HGB. Sie erklären hierzu die entsprechenden Monats-, Quartals- und Jahresberichte nach HGB.

Inhalte

rechtsformabhängige Bestandteile des Jahresabschlusses: Bilanz, Gewinn- und Verlustrechnung und Anhang

Bewertungsgrundsätze allgemein: Bilanzidentität, Unternehmensfortführung, Einzelbewertung, Vorsichtsprinzip, periodengerechte Gewinnermittlung, Stetigkeitsprinzip
Bilanzierung dem Grunde nach: Gebot, Verbot, Wahlrecht
Bewertung von abnutzbaren und nicht abnutzbaren Anlagevermögen, u. a. immaterielle Vermögensgegenstände, Sachanlagen, Finanzanlagen
Bewertung von Umlaufvermögen, u. a. Fifo- und Lifo-Methode, Einzel- und Pauschalwertberichtigung
Bewertung von Verbindlichkeiten und Rückstellungen
Bewertung von Rechnungsabgrenzungsposten

Gesamt- und Umsatzkostenverfahren

2. Studienjahr

Rechnungslegung, Berichterstattung und Steuern 320 Std.

Lernbereich 2 **Bilanzierung nach International Financial Reporting Standards (IFRS)** Erstellung eines Jahresabschlusses nach den Regeln der IFRS	**80 Std.**
Kompetenzerwartungen Die Studierenden beschreiben die Ziele, Prinzipien und Strukturen der IFRS. Sie geben wieder, welche Unternehmen die Pflicht zur Anwendung der IFRS haben. Die Studierenden arbeiten die wesentlichen Unterschiede zwischen IFRS und HGB im Zusammenhang mit den Ansatz- und Bewertungsvorschriften heraus. Sie wenden diese Vorschriften bei der Erstellung des IFRS-Abschlusses für Vermögens- und Schuldenwerte an. Die Studierenden entwickeln selbstständig nach IFRS die Bilanz, die Gesamtergebnisrechnung, die Kapitalflussrechnung und die Eigenkaptalveränderungsrechnung sowie die Angaben im Anhang. Abschließend analysieren sie Jahresabschlüsse nach IFRS anhand von Praxisbeispielen.	
Inhalte Rahmenkonzept (Framework), Aufstellungs- und Offenlegungspflichten Bewertung von abnutzbaren und nicht abnutzbaren Anlagevermögen, u. a. immaterielle Vermögenswerte, Sachanlagen und Finanzinstrumente inkl. Fremdwährungen Bewertung von Umlaufvermögen, u. a. Durchschnittsmethode und Fifo-Methode Bewertung von Verbindlichkeiten und Rückstellungen Bewertung von Rechnungsabgrenzungsposten besondere Bewertungsmethoden, u. a. Komponentenansatz, Neubewertungsrücklage	

2. Studienjahr

Rechnungslegung, Berichterstattung und Steuern 320 Std.

Lernbereich 3 **80 Std.**

Reporting und Berichtswesen aufbauend auf der Jahresabschlussanalyse

Analyse, Bewertung und Auswertung von Daten

Kompetenzerwartungen

Die Studierenden beschreiben die inhaltlichen und rechtlichen Anforderungen an das Berichtswesen eines Unternehmens. Sie vergleichen verschiedene Reporting-Bereiche anhand von Geschäftsberichten. Die Studierenden erklären die Vorgehensweise im Reporting-Prozess und arbeiten in diesem Zusammenhang die Notwendigkeit von auf künstlicher Intelligenz basierenden IT-Systemen heraus.

Sie analysieren vorhandene Daten und bereiten diese zieladäquat auf. Die Studierenden arbeiten die Erfolgstreiber (key indicators) für die Erreichung verschiedener Unternehmensziele heraus und belegen diese anhand von dynamischen Kennzahlen. Sie vergleichen diese unternehmensübergreifend und entwickeln daraus selbstständig geeignete Prognosen. Die Studierenden beurteilen in der Vergangenheit aufgestellte Prognosen hinsichtlich ihres Erfüllungsgrades anhand von Praxisbeispielen.

Die Studierenden analysieren aktuelle Geschäftsberichte nicht nur hinsichtlich finanzieller Aspekte, sondern auch unter nachhaltigen, sozialen und ethischen Gesichtspunkten.

Inhalte

inhaltliche Anforderungen an das Berichtswesen, u. a. Korrektheit, Aktualität, Vergleichbarkeit, Integration, Übersichtlichkeit, Sicherheit
rechtliche Anforderungen, u. a. HGB, Wertpapierhandelsgesetz,
ESG-Kriterien: Environmental Social Governance
Datenbanken und cloudbasierte Systeme

dynamische Kennzahlen, u. a. Cashflow-Rechnung, EBIT, Return on Capital Employed (ROCE), Economic Value Added (EVA), Return on Investment (ROI), Rentabilitäten

Corporate-Social-Responsibility-Bericht (CSR-Bericht)
Corporate-Governance-Bericht
Kontrollinstrumente, z. B. GAP-Analyse, Forecast

2. Studienjahr

Rechnungslegung, Berichterstattung und Steuern 320 Std.

Lernbereich 4 **80 Std.**

Unternehmenssteuern

Ermittlung des steuerlichen Gewinns und Berechnung der Steuerbelastung

Kompetenzerwartungen

Die Studierenden beschreiben die verschiedenen Arten von Unternehmenssteuern. Dabei erklären sie die Unterschiede zwischen Ertrags- und Verbrauchssteuern. Die Studierenden arbeiten relevante Abweichungen zwischen Handels- und Steuerbilanz heraus.

Sie beurteilen die wichtigsten steuerlichen Ansatz- und Bewertungswahlrechte. Die Studierenden analysieren steuerliche Aktivierungs- und Passivierungsverbote. Sie entwickeln eine Überleitungsrechnung vom handelsrechtlichen Jahresüberschuss zum steuerlichen Gewinn.

Sie berechnen mithilfe von IT-Programmen die Gewerbe-, Einkommens- und Körperschaftsteuer anhand von Praxisbeispielen. Anschließend diskutieren sie die Steuerbelastung der unterschiedlichen Rechtsformen. Die Studierenden erörtern abschließend verschiedene Möglichkeiten einer Minderung der Steuerbelastung für ein Unternehmen. Die Studierenden vergleichen die unterschiedlichen Steuersätze (und -systeme) der wichtigsten Wirtschaftsstandorte europaweit.

Inhalte

Rechtsgrundlagen: Einkommenssteuergesetz, Körperschaftssteuergesetz, Gewerbesteuergesetz
Bewertung von Vermögen, Schulden und Rechnungsabgrenzungsposten, u. a. Fifo- und Lifo-Methode

Bewertungswahlrechte, u. a. Abschreibungen, Herstellungskosten
Aktivierungsverbote, u. a. selbst geschaffene immaterielle Vermögensgegenstände, Gründungs- und Eigenkapitalbeschaffungskosten
Passivierungsverbote: Drohverlustrückstellungen

Steuerbelastungsvergleich von Personengesellschaften, u. a. Einzelunternehmen, KG und Kapitalgesellschaften, u. a. GmbH, AG

2. Studienjahr

Internationale Wirtschaft und Außenhandel 320 Std.

Lernbereich 1 **40 Std.**

Grundlagen der internationalen Wirtschaft und des Außenhandels

Analyse von Grundzügen in der internationalen Wirtschaft und der Außenwirtschaftspolitik

Kompetenzerwartungen

Die Studierenden beschreiben die Grundbegriffe und Zusammenhänge des internationalen Handels. Dabei erklären sie auch dessen Vorteile und Herausforderungen.

Die Studierenden erläutern die Rolle und Funktion internationaler Organisationen und geben die Bedeutung internationaler Handelsabkommen wieder.

Sie analysieren Handelsstatistiken, wobei sie in diesem Zusammenhang einfache außenwirtschaftliche Kennzahlen bewerten. Sie beschreiben Trends in der internationalen Wirtschaft. Darüber hinaus arbeiten sie die Instrumente der Außenwirtschaftspolitik heraus und vergleichen die Auswirkungen (außen-)wirtschaftspolitischer Maßnahmen auf den Außenhandel. Die Studierenden erklären Nachhaltigkeit sowie ethische Aspekte im Außenhandel und untersuchen insbesondere den Einfluss geopolitischer Entwicklungen auf internationale Handelsbeziehungen.

Sie diskutieren (außen-)wirtschaftspolitische Entwicklungen im globalen Handel sachlich und argumentativ, insbesondere unter Berücksichtigung von Digitalisierung und Trends in der Außenwirtschaft.

Die Studierenden stellen die verschiedenen Erscheinungsformen des Außenhandels dar und vergleichen deren Vor- und Nachteile für Unternehmen, um im Ergebnis über geeignete Außenhandelsformen für verschiedene Geschäftsmodelle entscheiden zu können.

Inhalte

Grundbegriffe, z. B. EU-Zollunion, Globalisierung, Geopolitik, Zahlungsbilanz
internationale Arbeitsteilung und Spezialisierung, z. B. absolute und komparative Kostenvorteile
Freihandel und Protektionismus

internationale Organisationen, z. B. World Trade Organization (WTO), Internationaler Währungsfonds (IWF), Weltbank
regionale und internationale Handelsabkommen sowie Freihandelszonen, z. B. EU-Binnenmarkt, Europäische Freihandelsassoziation (EFTA), Nordamerikanisches Freihandelsabkommen (NAFTA), Mercosur

außenwirtschaftliche Kennzahlen, z. B. Exportquote, Terms of Trade, Saldo Leistungsbilanz
tarifäre und nicht tarifäre Handelshemmnisse, u. a. Zölle, Exportsubventionen

E-Commerce und internationale Märkte
Digitalisierung und Technologie bei globalen Handelsprozessen

Grundformen des Außenhandels, u. a. Export, Import, Transithandel
Sonderformen des Außenhandels, z. B. Veredelungsverkehr, Lizenzhandel, Franchising, Kompensationsgeschäfte, Direktinvestitionen
Nearshoring, Offshoring und Outsourcing

2. Studienjahr

Internationale Wirtschaft und Außenhandel 320 Std.

Lernbereich 2 **40 Std.**

Geographische und logistische Rahmenbedingungen

Analyse und Bewertung von Logistiklösungen anhand geographischer Gegebenheiten

Kompetenzerwartungen

Die Studierenden beschreiben geographische Gegebenheiten und untersuchen mögliche Auswirkungen von internationalen Abkommen auf globale Handelsströme. Sie wenden diese geographischen Kenntnisse zur Optimierung von Transportwegen an.

Die Studierenden untersuchen Verkehrswege und -träger unter Berücksichtigung ökonomischer, ökologischer und technischer Kriterien. Sie entwickeln selbstständig Entscheidungskriterien für die Wahl eines Verkehrswegs anhand realer Szenarien und arbeiten dabei die globale Bedeutung nachhaltiger Logistik heraus. Sie treffen fundierte Entscheidungen zur logistischen Planung in Bezug auf Kostenoptimierung und Umweltverträglichkeit. Dabei erläutern die Studierenden, welche die für den internationalen Handel wichtigen Logistikverbände sind und arbeiten deren Bedeutung für die Standardisierung und Effizienzsteigerung in der globalen Frachtlogistik heraus.

Die Studierenden vergleichen die international gültigen Incoterms in Bezug auf Gefahren- und Kostenübergang und arbeiten die Relevanz dieser Regelungen für die Gestaltung internationaler Verträge heraus. Sie entwickeln selbstständig praxisnahe Handlungsempfehlungen für die Vertragsgestaltung unter Berücksichtigung der möglichen Incoterms.

Inhalte

geographische Grundkenntnisse, u. a. geographische Verortung der EU-Zollunion, der OCED-Länder und wichtiger Freihandelsabkommen

Verkehrswege und Verkehrsträger, z. B. Wasser-, Luft-, Schienen-, Pipeline-, Straßenverkehr
nationale und internationale Logistikverbände, z. B. Deutscher Speditions- und Logistikverband e. V., Bundesverband Großhandel, Außenhandel, Dienstleistungen e. V., International Federation of Freight Forwarders Associations, International Air Transport Association

aktuelle Fassung der Incoterms

2. Studienjahr

Internationale Wirtschaft und Außenhandel 320 Std.

Lernbereich 3 **40 Std.**

Rechtlicher Ordnungsrahmen internationaler Wirtschaftsbeziehungen

rechtliche Rahmenbedingungen und deren Auswirkungen für international agierende Unternehmen

Kompetenzerwartungen

Die Studierenden beschreiben die wesentlichen nationalen, europäischen und internationalen Rechtsvorschriften des grenzüberschreitenden Wirtschaftsverkehrs.

Die Studierenden analysieren internationale Wirtschaftsbeziehungen aus rechtlicher Sicht, insbesondere für weltweit agierende Unternehmen. Sie wenden dabei die juristische Methode einer gutachterlichen Fallbearbeitung bei der Lösung von internationalen Konfliktfällen an. Sie untersuchen die unterschiedlichen global existierenden Rechtskulturen bzw. -familien und werten alternative methodische Herangehensweisen bei der Lösung internationaler Streitfälle aus.

Inhalte

internationales Vertragsrecht, u. a. internationales Privatrecht, ROM-Verordnungen, UN-Kaufrecht, Vereinbarungen und Klauseln
Außenwirtschaftsrecht, u. a. Außenwirtschaftsgesetz, Außenwirtschaftsverordnung, Zollrecht, Dual-Use-Verordnung, Verhaltenskodizes und Haftung

Regelungen des UN-Kaufrechts, u. a. Anwendungsbereich, Rechte und Pflichten von Käufer und Verkäufer, Leistungsstörungen, Allgemeine Geschäftsbedingungen
Incoterms im internationalen Vertragsrecht
alternative Streitbeilegungsverfahren, u. a. internationale Wirtschaftsschiedsgerichtsbarkeit, internationale Wirtschaftsmediation
Incoterms im internationalen Vertragsrecht

2. Studienjahr

Internationale Wirtschaft und Außenhandel 320 Std.

Lernbereich 4 **20 Std.**

Dokumente und Wertpapiere

Analyse und situationsbezogener Einsatz von Versand-, Zahlungs-, Handels- und Zolldokumenten im internationalen Handel

Kompetenzerwartungen

Die Studierenden erklären Versanddokumente im internationalen Handel, wenden diese situationsgerecht an und bewerten deren rechtliche und wirtschaftliche Bedeutung. Dabei vergleichen sie Funktionen und Bedeutung unterschiedlicher Versanddokumente sowie deren Einsatzmöglichkeiten im Außenhandel.

Die Studierenden vergleichen Zahlungs-, Handels- und Zolldokumente, die im Außenhandel genutzt werden und arbeiten deren Unterschiede heraus. Dabei erläutern sie jeweils die Inhalte und rechtlichen Anforderungen an die entsprechenden Dokumente und bewerten deren Funktionen und Bedeutung für die Sicherstellung des Zahlungsflusses im Außenhandel.

Inhalte

Versanddokumente, u. a. Inhaber-, Order- und Namenspapiere, Konnossement, Frachtbrief, internationale Spediteurdokumente, Versicherungspolice

Zahlungs-, Handels- und Zolldokumente, u. a. Wechsel, Handelsrechnung, Präferenznachweise, Ursprungszeugnisse

2. Studienjahr

Internationale Wirtschaft und Außenhandel 320 Std.

Lernbereich 5 **50 Std.**

Absicherung von Zahlungsrisiken

Analyse und Bewertung von Risiken im Außenhandel und situationsbezogener Einsatz von Instrumenten zur Absicherung von Zahlungsausfällen

Kompetenzerwartungen

Die Studierenden arbeiten wirtschaftliche und politische Risiken im Außenhandel heraus. Sie bewerten deren Auswirkungen auf internationale Waren- und Zahlungsströme und diskutieren geeignete Absicherungsmöglichkeiten.

Die Studierenden arbeiten die Funktionsweise der privaten und staatlichen Ausfuhrkreditversicherungen sowie deren Nutzen für den nationalen Außenhandel heraus. Dabei entscheiden sie anhand konkreter Außenhandelsgeschäfte die zu wählende Deckungsform und ermitteln zu zahlende Entgelte und Gebühren. Abschließend bewerten die Studierenden die Rolle von Ausfuhrkreditversicherungen bei der Absicherung gegen wirtschaftliche und politische Risiken im Außenhandel.

Die Studierenden untersuchen die Anwendungsbereiche von direkten und indirekten Bankgarantien sowie deren Nutzen für den nationalen Außenhandel. Dabei entscheiden sie anhand konkreter Außenhandelsgeschäfte die zu wählende Garantieart und bewerten den Einsatz von Bankgarantien bei der Absicherung gegen wirtschaftliche und politische Risiken im Außenhandel.

Die Studierenden beschreiben den Ablauf der verschiedenen Formen von Dokumenteninkassi und arbeiten deren Anwendungsbereiche sowie deren Nutzen für den nationalen Außenhandel heraus. Sie bewerten den Einsatz von Dokumenteninkassi bei der Absicherung gegen wirtschaftliche und politische Risiken im Außenhandel.

Die Studierenden beschreiben den Ablauf der verschiedenen Formen von Akkreditiven und arbeiten deren Anwendungsbereiche sowie deren Nutzen für den nationalen Außenhandel heraus. Sie bewerten den Einsatz von Akkreditiven bei der Absicherung gegen wirtschaftliche und politische Risiken im Außenhandel. Die Studierenden diskutieren die Einsatzmöglichkeiten der unterschiedlichen Instrumente zur Absicherung von Zahlungsrisiken im Außenhandel hinsichtlich Kosten, Flexibilität, Risiken und Sicherheit.

Inhalte

wirtschaftliche Risiken, u. a. Zahlungsausfall-, Transport-, Wechselkurs-, Abnahme- und Qualitätsrisiko
politische Risiken, u. a. Konvertierungs- und Transferrisiko, Zahlungsverbot und Moratorium (KT/ZM-Risiken), politische Unruhen, Embargo, Boykott, Streik

private Ausfuhrkreditversicherung
staatliche Ausfuhrkreditversicherung, u. a. kurz-, mittel- und langfristige Lieferantenkreditdeckung, Ausfuhrpauschalgewährleistung, Fabrikationsrisikodeckung

direkte und indirekte Bankgarantien, u. a. Anzahlungs-, Bietungs-, Liefer-, Leistungs-, Zahlungs- und Gewährleistungsgarantie

Dokumenteninkasso, z. B. documents against payment, documents against acceptance

unbestätigtes und bestätigtes Akkreditiv, z. B. Sicht- und Nachsichtakkreditiv

2. Studienjahr

Internationale Wirtschaft und Außenhandel 320 Std.

Lernbereich 6 **30 Std.**

Absicherung von Wechselkursrisiken

Analyse und Bewertung von Risiken im Bereich der Wechselkurse sowie Absicherungsmöglichkeiten

Kompetenzerwartungen

Die Studierenden nennen die grundlegenden Begriffe und beschreiben Mechanismen von Wechselkursen. Sie berechnen Wechselkursveränderungen und deren Auswirkungen auf Export- bzw. Importpreise und erklären die Auswirkungen auf Unternehmen und Volkswirtschaften.

Sie stellen die verschiedenen Wechselkurssysteme dar und arbeiten die Vor- und Nachteile verschiedener Wechselkurssysteme für Unternehmen heraus.

Die Studierenden erläutern die verschiedenen Risiken durch Wechselkursschwankungen. Sie ermitteln geeignete Absicherungsstrategien und treffen fundierte Entscheidungen, um Wechselkursrisiken zu minimieren.

Die Studierenden entwickeln selbstständig Strategien zur Optimierung von Währungsrisiken in internationalen Geschäftsprozessen.

Inhalte

Wechselkursbegriffe, u. a. Geld- und Briefkurs, Devisen- und Sortenkurs, Kassa- und Terminkurs, nominaler und realer Wechselkurs, Kryptowährung

Wechselkursbildung und Devisenmarkt, u. a. feste und flexible Wechselkurse bzw. -systeme, Hybrid- oder Managed-Floating-Systeme, Devisenkassageschäft

Auf- und Abwertung einer Währung, z. B. Preiswettbewerbsfähigkeit von Export- und Importprodukten
Einflussfaktoren auf Wechselkurse, z. B. Zinsniveau, Inflation, Handelsbilanz

finanzielle Kurssicherungsinstrumente, u. a. Devisentermingeschäft, Devisenoptionsgeschäft
natürliche Absicherungsstrategien, z. B. Rechnungsstellung in eigener Währung, natürlicher Hedging-Ansatz, multilaterales Netting

2. Studienjahr

Internationale Wirtschaft und Außenhandel 320 Std.

Lernbereich 7 **Export- und Importfinanzierung** Analyse und Bewertung von Instrumenten der Außenhandelsfinanzierung	**30 Std.**
Kompetenzerwartungen Die Studierenden beschreiben den Unterschied zwischen Export- und Importfinanzierung und erläutern deren Bedeutung für Unternehmen im internationalen Handel. Sie analysieren verschiedene Finanzierungsinstrumente sowie deren Vor- und Nachteile für Exporteure und Importeure. Darauf aufbauend entscheiden sie, welche Finanzierungsmöglichkeiten für verschiedene Export- und Importszenarien geeignet sind. Die Studierenden berücksichtigen bei der Analyse Finanzierungskosten, Wirtschaftlichkeit sowie Risiken und Unternehmensziele. Die Studierenden entwickeln selbstständig Finanzierungsstrategien für Unternehmen mit internationaler Geschäftstätigkeit.	
Inhalte kurzfristige Exportfinanzierung, z. B. Lieferantenkredit, Wechseldiskontkredit mittelfristige Exportfinanzierung, z. B. Forfaitierung, Akzeptkredit langfristige Exportfinanzierung, z. B. AKA-Kredit, Projektfinanzierung kurzfristige Importfinanzierung, z. B. Rembourskredit, Wechseldiskontkredit mittelfristige Importfinanzierung, z. B. Käuferkredit, Akzeptkredit langfristige Importfinanzierung, z. B. AKA-Kredit, Projektfinanzierung	

2. Studienjahr

Internationale Wirtschaft und Außenhandel 320 Std.

Lernbereich 8 **30 Std.**

Rahmenbedingungen der Zollabwicklung

Analyse und Bewertung rechtlicher und organisatorischer Rahmenbedingungen des Zollwesens

Kompetenzerwartungen

Die Studierenden beschreiben die Grundlagen des Zollwesens. Sie geben die Struktur der Rechtsgrundlagen des europäischen Zollrechts – auch aus internationaler Perspektive – wieder.

Sie erläutern die Regelungen zur Erfassung des Warenverkehrs, der Zollanmeldung und der Überlassung zu den verschiedenen Zollverfahren. Sie wenden zollschuldrechtliche Grundlagen an, einschließlich der Ermittlung relevanter Größen.

Die Studierenden wenden die Rechtsgrundlagen des Zolltarifrechts und die methodischen Schritte der Einreihung von Waren in den Zolltarif an.

Die Studierenden stellen die Systematik der Verbote und Beschränkungen im grenzüberschreitenden Warenverkehr dar und erläutern diese in Abgrenzung voneinander. Sie benennen dabei die jeweiligen rechtlichen Grundlagen und wenden ihr außenwirtschaftsrechtliches Wissen im Kontext konkreter Praxisbeispiele an.

Die Studierenden erläutern die Regelungen und Verfahrensweisen bei der Prüfung der Ausfuhr und der Verbringung von Gütern unter außenwirtschaftsrechtlichen Gesichtspunkten. Sie entwickeln praxisgerechte Lösungen zur Einhaltung zollrechtlicher Vorschriften.

Inhalte

Grundlagen des Zollwesens, u. a. Rechtsgrundlagen, zentrale Begriffe, Funktionen, Organisation, Digitalisierung

allgemeines und besonderes Zollwesen, u. a. Zollvorschriften, Zollverfahren, verfahrensrechtliche Vereinfachungen

Tarifierung und Zollwertbestimmung, u. a. Bemessungsgrundlagen einschließlich Zolltarifrecht, Methodik der Einreihung von Waren in den Zolltarif, Berechnung Zollwert und Einfuhrabgaben, Ursprungsregeln und Präferenzabkommen

Regelungsbereiche des Außenwirtschaftsrechts, u. a. Exportkontrolle und Genehmigungspflichten, Importregulierungen

Rechtskonformität und Risikoanalyse, u. a. Einhaltung zollrechtlicher Vorschriften und Minimierung von Haftungsrisiken, Risikomanagement bei der Zollabwicklung, Dokumentationspflichten, Archivierung zollrelevanter Daten

2. Studienjahr

Internationale Wirtschaft und Außenhandel 320 Std.

Lernbereich 9 **40 Std.**

Internationales Marketing

Analyse von Marketingstrategien für globale Märkte und Entwicklung zielgruppenspezifischer Marketingmaßnahmen in unterschiedlichen Ländern

Kompetenzerwartungen

Die Studierenden erläutern die Motive für die Internationalisierung von Unternehmen. Sie beschreiben die Bedeutung des internationalen Marketings und arbeiten die Unterschiede zum nationalen Marketing heraus.

Sie erläutern den Ablauf von Entscheidungen im internationalen Marketing-Management auf strategischer und operativer Ebene.

Sie untersuchen Probleme des internationalen Marketings und entwickeln selbstständig Vorschläge und Empfehlungen für die Operationalisierung des Marketing-Mix.

Die Studierenden erläutern umfassend die Bedeutung kultureller Unterschiede für das Entscheidungsverhalten und arbeiten die Besonderheiten für die Vermarktung in den jeweiligen definierten Zielländern heraus.

Sie untersuchen die Herausforderungen bei Entwicklung und Marketing nachhaltigkeitsorientierter Produkte im internationalen Kontext und entwickeln hierfür selbstständig Empfehlungen für kommunikationspolitische Maßnahmen.

Inhalte

Gründe und Rahmenbedingungen für die Internationalisierung von Organisationen

Instrumente der Markt- und Unternehmensanalyse, z. B. SWOT-Analyse, PESTEL-Analyse, Scoring-Modell, Benchmarking

internationale Markterschließungsstrategien, z. B. Lizenzen, Direktinvestitionen, Joint Ventures
internationale Markteintrittsstrategien, u. a. Wasserfall- und Sprinklerstrategie
internationale Marktbearbeitungsstrategien, u. a. Marktsegmentierung, Marketing-Mix, Exportkalkulation

interkulturelles Management und Kommunikation, z. B. Hofstedes Kulturdimensionen, Halls Kulturkonzepte, Trompenaars Kulturmodell, Cross-cultural communication, digitale Marketingstrategien, Werbung und Public Relations

internationales Nachhaltigkeitsmarketing, z. B. Corporate Social Responsibility, Nachhaltigkeitsstrategien, Ethik, Fair Trade, Umweltschutz

2. Studienjahr

Advanced Business English 320 Std.

Lernbereich 1 **120 Std.**

Rolle der Führungskraft im Unternehmen

weiterführende Kompetenzen in formeller und informeller schriftlicher sowie mündlicher Sprachverwendung in verschiedenen Führungskontexten

Kompetenzerwartungen

Die Studierenden wenden Methoden an, um ein Bewerbungsverfahren für ein Unternehmen anzubahnen und über alle Stufen zu begleiten. Sie gestalten englischsprachige Bewerbungsanzeigen in verschiedenen Formaten, insbesondere im Hinblick auf interkulturelle Besonderheiten. Sie beschreiben KI-basierte Bewerbungsverfahren. Die Studierenden werten Bewerbungsunterlagen, insbesondere Arbeitszeugnisse bzw. Tätigkeitsnachweise im englischen Sprachraum, im Hinblick auf inhaltliche Besonderheiten sowie auf formale, orthografische und grammatikalische Korrektheit aus. Sie wenden ihre erworbenen kommunikativen Fähigkeiten an, um bei der Durchführung von Bewerbungsverfahren, Vorstellungsgesprächen und Interviews die verschiedenen länderspezifischen Gepflogenheiten in Bezug auf Form und Inhalt zu berücksichtigen.

Die Studierenden wenden idiomatisch korrekte Ausdrucksweisen in formellen Kommunikationssituationen in Unternehmen an, wie die Begrüßung und Einarbeitung im Onboarding Prozess, sowie übliche Einzel- und Gruppengespräche zu Zielen und Feedback.

Die Studierenden werten unternehmensinternen und -externen Schriftverkehr aus und gestalten Schriftstücke zur schriftlichen Geschäftskorrespondenz, wie innerbetriebliche Berichte sowie übliche Korrespondenz mit Anspruchsgruppen. Die Studierenden entwickeln selbstständig Präsentationen für verschiedene Leitungssituationen, wie die Darstellung von Unternehmenszielen und des Unternehmensleitbilds auf Abteilungsebene sowie von Ergebnissen für die höheren Leitungsinstanzen. Die Studierenden wenden situations- und adressatengerechte Ausdrucksweisen und Moderationstechniken in Diskussionen an.
Sie nehmen mündlich wie schriftlich Stellung zu besprochenen Sachverhalten. Sie wenden zielführend und adressatengerecht Gesprächstechniken und typische Ausdrucksweisen im Rahmen von Konfliktgesprächen und Mediationsverfahren an.

Inhalte

Bewerbungsprozess, u. a. Stellenausschreibung in klassischen und digitalen Medien, Bewerbungsauswertung, Interviews und Assessments

kommunikative Leitung, u. a. Einzel- und Teamgespräche zu Zielen und Feedback, Meetings und Workshops, Konfliktgespräche und Mediation, Weiterbildung, soziale Integration

organisatorische Leitung, u. a. Reporting, Vorstandspräsentation

2. Studienjahr

Advanced Business English 320 Std.

Lernbereich 2 **80 Std.**

Das Unternehmen im nationalen und internationalen Kontext

weiterführende Kenntnisse bezüglich nationaler und internationaler Wirtschaftsdaten und Unternehmensanforderungen

Kompetenzerwartungen

Die Studierenden analysieren Fachtexte über das Wirtschaftssystem und die Politik der Europäischen Union (EU), um deren Auswirkungen auf Unternehmen und die Gesamtwirtschaft zu verstehen.

Die Studierenden analysieren betriebliche Strukturen im internationalen Kontext. Sie wenden fachspezifisches Vokabular in verschiedenen Situationen mündlich und schriftlich an.

Die Studierenden untersuchen wirtschaftliche Daten und Geschäftszahlen im Kontext des internationalen Handels und geben diese mündlich wie schriftlich wieder. Sie analysieren statistische Darstellungen und Diagramme in diesem Kontext.

Die Studierenden untersuchen die Funktion von staatlichen und nicht staatlichen internationalen Organisationen.

Inhalte

Fachtexte zur Wirtschaftspolitik der EU, u. a. Eurozone, Europäische Zentralbank, Wechselkurse, vier Freiheiten der Europäischen Union, Richtlinien der Europäischen Union zu Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmern, Handel, Datenschutz, Wettbewerb

internationales Wirtschaften, u. a. Arbeitsbedingungen, Unternehmensorganisation, Rechtsformen

internationaler Handel, u. a. Handelswege und Lieferketten, Handelspolitik, Handelsbeziehungen, Handelsrecht, Schiedsgerichte

Multilateralismus und internationale staatliche und nicht staatliche Organisationen, u. a. Europäische Union, Vereinte Nationen, Weltgesundheitsorganisation, Welthandelsorganisation, Internationaler Währungsfonds, Weltbank, Amnesty International, Transparency International, Internationales Komitee des Roten Kreuzes, Greenpeace, World Wildlife Fund

2. Studienjahr

Advanced Business English 320 Std.

Lernbereich 3 **120 Std.**

Funktionsspezifischer Sprachgebrauch im interkulturellen Kontext

weiterführende Sprachfähigkeiten in mündlichen und schriftlichen Verhandlungen und Stellungnahmen unter Berücksichtigung interkultureller Besonderheiten

Kompetenzerwartungen

Die Studierenden vergleichen die regionalen Ausdrucksweisen in verschiedenen englischsprachigen Kulturräumen und wenden diese auf sprachliche und schriftliche Kommunikation an. Sie beschreiben anhand von Populärmedien Unterschiede im Mediensprachgebrauch. Die Studierenden untersuchen die Unterschiede in der Bedeutung englischer Ausdrucksweisen zur Vermeidung von Missverständnissen und kulturell unsensiblen Formulierungen in der betrieblichen Kommunikation.

Die Studierenden erklären Verhandlungspartnern den Verhandlungsgegenstand und die Vertragsbedingungen. Sie wenden Verhandlungstechniken situations- und adressatengerecht an.

Die Studierenden unterscheiden die Vortragsweise in repräsentativen Anlässen von der üblichen betrieblichen Vortragssituation. Sie gestalten situations- und adressatengerechte Vorträge zur Repräsentation des Unternehmens.

Die Studierenden geben Inhalte und Zielsetzung von Rechtsnormen und Vertragsunterlagen wieder.

Die Studierenden arbeiten die Inhalte und Implikationen von Reports heraus. Sie entwickeln selbstständig Stellungnahmen und Antworten auf behördliche Aufforderungen.

Die Studierenden arbeiten die Merkmale der einzelnen Phasen der Projektplanung und -durchführung heraus. Sie wenden mündliche und schriftliche Mittel in den Kommunikationssituationen der jeweiligen Projektphase an.

Die Studierenden erklären Merkmale adressatengerechter Marketingkommunikation im Kontext verschiedener Medien. Die Studierenden entwickeln selbstständig an verschiedene Kulturräume angepasste Werbebotschaften.

Die Studierenden arbeiten die Inhalte und Implikationen der verschiedenen Instrumente des Finanzreportings heraus. Sie entwickeln selbstständig Stellungnahmen für verschiedene Abteilungen und höhere Leitungsebenen.

Inhalte

kulturelle Besonderheiten der englischen Sprache, u. a. historische Entwicklung, kulturelle Einflüsse, Regionaldialekte, Soziolekte, Idiomatik und Mediensprachgebrauch interkulturelle Kommunikation und Führung, u. a. internationale Rekrutierung, interkulturelle Teams

Verhandlungsführung, u. a. Investoren, Kunden, Lieferanten, Bewerber
Repräsentation, u. a. Vorträge, Tag der offenen Tür, Messen, Pressestatements, Öffentlichkeitsauftritt
rechtliche Texte, u. a. ordnungspolitische Regelungen, Vertragstexte und -klauseln, Anwaltsschreiben
Reportings, u. a. Stellungnahmen für Behörden, ESG, Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz
Projektkommunikation, u. a. phasenspezifische Reportings und Kommunikation, Teamkommunikation
Werbekommunikation, u. a. Übersetzungs- und Lokalisierungsprobleme, kulturangepasste Werbebotschaften
Finanzreporting, u. a. Jahresabschluss, Controllingreports

2. Studienjahr

Marketing, Kommunikation und Wirtschaftspsychologie 320 Std.

Lernbereich 1 **20 Std.**

Entwicklung und aktuelle Trends im Marketing

Hinführung und Orientierung zu Marketingfragestellungen in Unternehmen

Kompetenzerwartungen

Die Studierenden beschreiben wesentliche Epochen in der Entwicklung des Marketingbegriffs.

Sie arbeiten die wesentlichen Merkmale unterschiedlicher Marketingarten heraus.

Die Studierenden analysieren die Phasen eines Marketing-Management-Prozesses. Im Einzelnen entwickeln sie einen fallbezogenen Marketing-Management-Prozess, der Analysemethoden, Zielsetzungen, Strategien, Umsetzung und Kontrolle berücksichtigt.

Die Studierenden bewerten die Relevanz aktueller Marketingtrends. Sie diskutieren die Vor- und Nachteile bei der Anwendung ausgewählter Marketingmethoden.

Inhalte

historische Einordnung des Marketingbegriffs, u. a. Produkt-, Verkaufs-, Markt-, Wettbewerbs-, Umfeld-, Dialog-, Netzwerk-, Metaverse-Orientierung

Arten des Marketings, z. B. Konsumgütermarketing, Dienstleistungsmarketing, Industriegütermarketing, internationales Marketing

strategische Analysemethoden, z. B. Portfolio-Ansatz, Wettbewerbsmatrix, G-STIC-Modell, SWOT-Analyse
Zielplanung, z. B. Marketing-Kommunikationsziele
Strategieplanung, z. B. klassisch, aktuell, abnehmer-, konkurrenz- und absatzmittlerorientiert
Maßnahmenplanung anhand der sieben Ps: Product, Price, Place, Promotion, People, Process und Physical Evidence
Erfolgskontrolle

aktuelle Marketingtrends, z. B. Performance-Marketing, Nachhaltigkeitsmarketing, immersives Marketing, Metamarketing, KI-gestütztes Marketing, Personalisierung, datenbasiertes Marketing gemäß DSGVO, Corporate Social Responsibility

2. Studienjahr

Marketing, Kommunikation und Wirtschaftspsychologie 320 Std.

Lernbereich 2 **Marktforschung** Planung, Steuerung und Nutzung der Marktforschung	**25 Std.**

Kompetenzerwartungen

Die Studierenden arbeiten die wesentlichen Inhalte eines Marktforschungsprozesses sowie dazugehörige unternehmensspezifische Forschungsfragen heraus.

Die Studierenden entscheiden über die Anwendung von Primär- und Sekundärforschung. Im Rahmen der Datenerhebung und Datenanalyse wenden sie unterschiedliche Verfahren an und diskutieren die Forschungsergebnisse. Auf Basis dieser Forschungsergebnisse entwickeln sie selbstständig zielgruppengerechte Entscheidungsgrundlagen und gestalten adressatengerechte Ergebnispräsentationen.

Sie diskutieren die Anwendung von modernen Marktforschungsverfahren in der aktuellen Marketingpraxis.

Inhalte

Definition und Bestimmung der Forschungsfrage

Design, z. B. Befragung, Beobachtung, Experiment, Panel
Datenerhebung, z. B. Auswahlverfahren, Fragebogendesign
Datenanalyse, u. a. Datenauswertung, Prognoseverfahren
Dokumentation, u. a. Interpretation und Präsentation

moderne Markforschungsverfahren, z. B. Big-Data-Management, Echtzeit-Marketing, Tracking, Analyse der Customer Touch Points, Performance-Marketing

2. Studienjahr

Marketing, Kommunikation und Wirtschaftspsychologie 320 Std.

Lernbereich 3 **30 Std.**

Produkt- und Markenpolitik

Analyse und Management von Produktprogrammen und Marken

Kompetenzerwartungen

Die Studierenden beschreiben anhand geeigneter Kriterien Produktarten und arbeiten unterschiedliche Dimensionen des Produktbegriffs heraus.

Die Studierenden beschreiben die wesentlichen Tatbestände der Produkt- und Programmpolitik und entscheiden über den Einsatz in der jeweiligen Marktsituation. Sie analysieren die Bedeutung von Verpackung, Kundendienst- und Servicepolitik im Hinblick auf Kundengewinnung und -bindung.

Die Studierenden erläutern die einzelnen Schritte im Rahmen des Innovationsprozesses und entscheiden fallbezogen über Gewinnung, Prüfung und Realisation von Neuproduktideen und entwickeln selbstständig Vorschläge für neue Produkte.

Die Studierenden untersuchen wesentliche Aspekte der Markenführung im Hinblick auf Positionierung, Funktionen und Gestaltung von existierenden Marken. Sie bewerten Markenportfolios und Markenstrategien zur Erreichung von Wettbewerbsfähigkeit und Zukunftssicherung von Unternehmen.

Inhalte

Produktarten, u. a. Konsum- und Investitionsgüter, Dienstleistungen, digitale Produkte
Dimensionen des Produktbegriffs, z. B. Nutzenaspekte, Verbundanalyse (Conjoint-Analyse)

Produktpolitik, u. a. Produktdifferenzierung, Produktvariation, Produktdiversifikation, Elimination

Gewinnung von Neuproduktideen, u. a. Kreativitätstechniken, Design-Thinking-Prozess, Open Innovation
Prüfung von Neuproduktideen, z. B. Wirtschaftlichkeitsanalyse, Idea Screening
Markteinführung neuer Produkte

Begriff der markierten Leistung und der Marke: Branding und Co-Branding
Aufbau digitaler Brands
Markenpositionierung, u. a. Neupositionierung und Erweiterung

2. Studienjahr

Marketing, Kommunikation und Wirtschaftspsychologie 320 Std.

Lernbereich 4 **Preispolitik** Gestaltung und Festsetzung von Preisen und Konditionen	**30 Std.**
Kompetenzerwartungen Die Studierenden erläutern die Ziele der Preispolitik sowie deren besondere Bedeutung innerhalb des Marketingmanagements. Auf Basis unterschiedlicher Marktdaten entwickeln die Studierenden selbstständig geeignete preispolitische Strategien unter Einbezug der spezifischen Unternehmenssituation. Im Rahmen der Preisbestimmung arbeiten die Studierenden die Interaktion zwischen Kosten, Nachfrage und Konkurrenz heraus. Die Studierenden berechnen Angebotspreise mithilfe kosten- und marktorientierter Methoden. Sie vergleichen die marginalanalytische Methode der Preisbestimmung mit den traditionellen Verfahren. Die Studierenden bewerten den Einsatz von KI-gestützter Preisfindung im Rahmen der dynamischen und personalisierten Preiskalkulation. Sie untersuchen die psychologische Preiswahrnehmung und diskutieren deren Einfluss auf die Preisgestaltung. Die Studierenden analysieren darüber hinaus die Bedeutung der Konditionenpolitik für strategische Entscheidungen.	
Inhalte generelle Preispositionierung, u. a. Hochpreis-, Niedrigpreis- und Marktpreisstrategie Preiseinführungsstrategie, u. a. Skimming- und Penetrationsstrategie Preisdifferenzierung, u. a. mengenmäßig, zeitlich, räumlich, persönlich, qualitativ kostenorientierte Methode der Preisbestimmung: Voll- und Teilkostenrechnung nachfrageorientierte Methode der Preisbestimmung: Target Costing, Preiselastizitäten konkurrenzorientierte Methode der Preisbestimmung: Monopol, Oligopol, Polypol marginalanalytische Methode der Preisbestimmung dynamische Preiskalkulation: KI-gestützte Preisfindung, personalisierte Preise Behavorial Pricing Modelle, z. B. Preiswahrnehmung, Preisschwellen	

2. Studienjahr

Marketing, Kommunikation und Wirtschaftspsychologie 320 Std.

Lernbereich 5 **Distributionspolitik** Analyse, Planung und Bewertung von Vertriebswegen	**25 Std.**

Kompetenzerwartungen

Die Studierenden beschreiben die grundlegenden Entscheidungen und Ziele der Distributionspolitik. Sie vergleichen im Unternehmenskontext verschiedene Vertriebssysteme und analysieren deren Vor- und Nachteile. Darauf aufbauend entwickeln sie selbstständig unternehmensspezifische Distributionskonzepte unter Bewertung und Integration verschiedener Vertriebskanäle.

Innerhalb des direkten und indirekten Absatzes beurteilen sie den Einsatz eigener und fremder Absatzorgane zur Erreichung der Distributionsziele. Dabei diskutieren sie Bedeutungsverschiebungen zwischen den Absatzwegen und die entstehenden Herausforderungen für Unternehmen.

Sie bewerten den Einsatz von Digitalisierungs- und KI-Tools innerhalb des distributionspolitischen Prozesses.

Die Studierenden nehmen Stellung zur sinnvollen Struktur der Distributionslogistik.

Inhalte

Gestaltung der Vertriebssysteme, z. B. direkter und indirekter Vertrieb, Integration von Offline- und Online-Vertrieb, Multi- und Omni-Channel, Marktplätze und Plattformen, E-Commerce, Franchising

Absatzwege- und Absatzorgane-Management, z. B. Handelsvertreter, Reisender, Makler, Kommissionäre
Bedeutungsverschiebungen zwischen den Vertriebskanälen, u. a. Ausbau von digitalen Vertriebskanälen und E-Commerce-Plattformen, Bedeutung D2C
Herausforderungen für Unternehmen, z. B. konsistente Kundenerfahrung, Integration von Kundeninformationen, Optimierung logistischer Prozesse

Einsatz von Automatisierung, Digitalisierung und KI-Tools innerhalb des Distributionsprozesses, z. B. Chatbots, Customer-Journey-Analyse, automatisierte Vertriebskommunikation

Distributionslogistik, z. B. Auftragsabwicklung, Lagerhaltung, Transport

2. Studienjahr

Marketing, Kommunikation und Wirtschaftspsychologie 320 Std.

Lernbereich 6 **40 Std.**

Kommunikation und Kommunikationspolitik

Planung, Steuerung und Kontrolle von kommunikationspolitischen Instrumenten

Kompetenzerwartungen

Die Studierenden erläutern die Bedeutung der Kommunikationspolitik für den Erfolg von Unternehmen und untersuchen verschiedene Zielsetzungen. Sie analysieren wesentliche Aspekte von Kommunikationsmodellen und deren praktische Anwendung.

Die Studierenden erläutern fallbezogen den Ablauf eines kommunikationspolitischen Prozesses sowie dessen gestalterische Umsetzung. Sie erörtern die Chancen und Herausforderungen einer integrierten Kommunikationskampagne.

Die Studierenden vergleichen die Eigenschaften klassischer, digitaler und innovativer Kommunikationsinstrumente anhand relevanter Kriterien. Sie diskutieren deren Einsatz zur Erreichung von Zielgruppen und Zielen unter Berücksichtigung unterschiedlicher Anforderungen.

Die Studierenden untersuchen die Bedeutung von Customer Relationship Management. Sie wenden geeignete Modelle an, um die Zufriedenheit und Beschwerden von Kunden zu analysieren. Die Studierenden beurteilen die Effizienz der Kommunikationspolitik anhand geeigneter Kennzahlen und Testverfahren.

Inhalte

klassische Kommunikationsmodelle, z. B. Sender-Empfänger-Modell, Organon-Modell, Eisbergmodell nach Ruch/Zimbardo, Axiome nach Watzlawick, 4-Seiten-Modell nach Schulz von Thun, Transaktionsanalyse
marketingbezogene Modelle, z. B. AIDA-Modell, Elaboration Likelihood Model (ELM), Uses und Gratification Theory, Stimulus-Organismus-Response-Modell (SOR-Modell), Lasswell, Makro- und Mikromodell der Marketingkommunikation

kommunikationspolitischer Prozess, u. a. Situationsanalyse, Ziele, Identifizierung der Zielgruppen, Kommunikationsbudget, Festlegung der Kommunikationsstrategie, Copy-Strategie, Instrumenteneinsatz, Erfolgskontrolle

Kriterien zur Instrumentenauswahl, z. B. Reichweite, Eindrucksqualität, Kontaktfrequenz, Kosten
Kommunikationsinstrumente, z. B. Print, Radio, TV, Out of Home, Öffentlichkeitsarbeit, Verkaufsförderung, Sponsoring, Messen, Events
Instrumente des digitalen Marketing, z. B. Corporate Website, Online-Maßnahmen, Affiliate Marketing, E-Mail-Marketing, Search Engine Marketing (SEM), Search Engine Optimization (SEO), Search Engine Advertising (SEA), Social-Media-Marketing, Influencer-Marketing, Online-Video-Marketing, Mobile-Marketing, Content-Marketing
innovative Instrumente, z. B. KI-gestützte Kommunikation, Chatbots, Augmented Reality und Virtual Reality, Gamification

Customer Management, z. B. Kundenbindung (CRM), Face-to-face-Kommunikation, Kundenzufriedenheits- und Beschwerdeanalyse, Kano-Modell oder Diskonfirmations-Konfirmations-Paradigma
Erfolgsmessung und Erfolgskontrolle, z. B. Tachistoskop, Blickregistrierung (Eyetracking), Neuromarketing, Leads, Interaktionsraten, Verweildauer

2. Studienjahr

Marketing, Kommunikation und Wirtschaftspsychologie 320 Std.

Lernbereich 7	**15 Std.**
Marketing-Controlling Analyse, Steuerung und Optimierung von Marketingmaßnahmen	
Kompetenzerwartungen Die Studierenden beschreiben Marketing-Controlling als systematischen Prozess der Planung, Steuerung und Kontrolle aller Marketingaktivitäten. Sie arbeiten die Unterschiede zwischen strategischem und operativem Marketing-Controlling heraus. Die Studierenden vergleichen Methoden der Kundenwertanalyse und berechnen beispielhaft den Kundenwert. Im Hinblick auf den Markenwert analysieren sie fallbezogen relevante Kennzahlen und belegen den Nutzen von Auswertungstools im Marketing-Controlling.	
Inhalte Zielsetzung des Marketing-Controllings, u. a. Effizienzsteigerung, Effektivitätskontrolle, Transparenz, Prozessoptimierung strategisches Marketing-Controlling, z. B. Marktanalyse, Zieldefinition, SWOT-Analyse, Balanced Scorecard, Marketing-Audit operatives Marketing-Controlling, u. a. Budget- und Kostenkontrolle, Performance-Messung, Kosten-Nutzen-Analyse, Kennzahlensystem Kundenwertanalyse, u. a. Kundenlebenszeitanalyse, Kundenloyalitätsanalyse, Kundenportfolio, ABC-Analyse, Kundenerfolgsrechnung, Kundenbewertung Markenwertanalyse, z. B. finanz- und absatzorientierte Verfahren technologische Werkzeuge im Marketing-Controlling, z. B. CRM-Systeme, Web-Analyse-Tools, Data-Mining, KI-basierte Auswertungstools	

2. Studienjahr

Marketing, Kommunikation und Wirtschaftspsychologie 320 Std.

Lernbereich 8 **Unternehmensfallstudie zur Marketingkonzeption** Entwicklung und Präsentation von Marketingkonzepten	**40 Std.**
Kompetenzerwartungen Auf der Grundlage eines vorgegebenen Briefings und Budgets sowie der Ergebnisse einer entsprechenden Marktforschung entwickeln die Studierenden in Projektgruppen selbstständig ein Marketingkonzept für ein Produkt oder für eine Dienstleistung. Dabei entscheiden sie sich für eine geeignete Form des Projektmanagements. Die Studierenden untersuchen auftretende Zielkonflikte innerhalb der Marketingkonzeption und bewerten ihren Lösungsansatz. Zur Ergebnisdarstellung wenden sie adressatenbezogene Präsentationstechniken an.	
Inhalte Briefing, u. a. Operationalisierung von Marketingzielen, Kommunikationszielgruppen, Marktforschung, Budgetierung und Terminierung Situationsanalyse Konzepterstellung Marketing-Mix, z. B. Produktdifferenzierung, -variation, -diversifikation, -elimination, strategische und operative Preispolitik, akquisitorische Distribution, integriertes Kommunikationskonzept aus Online- und Offline-Instrumenten	

2. Studienjahr

Marketing, Kommunikation und Wirtschaftspsychologie 320 Std.

Lernbereich 9 **55 Std.**

Werbepsychologie im Rahmen der Wirtschaftspsychologie

Gestaltung von Werbemaßnahmen unter Berücksichtigung psychologischer Mechanismen

Kompetenzerwartungen

Die Studierenden stellen die für die Werbepsychologie notwendigen Voraussetzungen des Individuums aus psychologischer Sicht dar. Sie erläutern den wirtschaftspsychologischen Kontext für die Einordnung der Werbepsychologie. Hierbei beurteilen sie die rechtlichen Vorgaben hinsichtlich der Vorbeugung von Sucht und Manipulation.

Die Studierenden arbeiten die Bedeutung sozialpsychologischer Modelle für die Wirksamkeit von Werbebotschaften heraus.

Sie untersuchen Kaufentscheidungsprozesse von Konsumenten unter Berücksichtigen ihrer spezifischen Persönlichkeitsmerkmale.

Sie analysieren die Zielgruppen aus soziodemografischer, psychografischer und verhaltensorientierter Sicht, um Vorgaben für die adressatenspezifische Formulierung von Werbebotschaften zu entwickeln. Hierbei wenden sie die gültigen Handlungsgrundsätze an und berücksichtigen die verschiedenen Wahrnehmungswege. Sie beurteilen anhand von aktuellen Werbebotschaften deren Wirksamkeit für die jeweiligen unterschiedlichen Zielgruppen.

Die Studierenden bewerten die Auswahl und Anwendung der zentralen Instrumente in der Werbewirkungsforschung.

Inhalte

Grundlagen der Psychologie, u. a. Persönlichkeitsmodelle, Entwicklungspsychologie, Lernen, Neuroplastizität
Wirtschaftspsychologie, u. a. Arbeits-, Organisations-, Werbepsychologie, rechtlicher Rahmen

sozialpsychologische Aspekte, u. a. Einstellungskonstrukt, kognitive Dissonanz

Konsumentenpsychologie, u. a. Bedürfnisse, Motivation, Emotion, Wahrnehmungstypologien, Attributionstheorien, Typologie der Kaufentscheidung

Werbepsychologie im engeren Sinne, u. a. sinnesspezifische Wahrnehmung, adressatenspezifische Kommunikation

Instrumente der Werbewirkungsforschung, z. B. Commitment, Reziprozität, Sympathie, Autorität, Assoziationstests

2. Studienjahr

Marketing, Kommunikation und Wirtschaftspsychologie 320 Std.

Lernbereich 10 **40 Std.**

Marketingrecht

Analyse und Anwendung rechtlicher Vorschriften auf das Marketing

Kompetenzerwartungen

Die Studierenden wenden die einschlägigen Rechtsvorschriften in den Bereichen der Marketingplanung und -forschung an.

Sie arbeiten die zentralen Rechtsgrundlagen zum Schutz des Wettbewerbs heraus und beurteilen die Regelungen zum Wettbewerbsschutz im Kontext des Marketings.

Die Studierenden arbeiten die zentralen Rechtsgrundlagen hinsichtlich der Produktpolitik heraus und beurteilen Strategien zur Produktpolitik im Rahmen des gewerblichen Rechtsschutzes.

Die Studierenden arbeiten die zentralen Rechtsgrundlagen hinsichtlich der Preis- und Konditionenpolitik heraus und beurteilen Preisstrategien im Rahmen der deutschen und europäischen Rechtsrahmen.

Die Studierenden erläutern die deutschen und europarechtlichen Rahmenbedingungen für physische Distributionsvorgänge und beurteilen die Folgen für die Distributionspolitik.

Die Studierenden wenden die zentralen kommunikationsspezifischen Rechtsvorschriften an und entwickeln selbstständig Handlungsanweisungen für eine rechtssichere Kommunikation am Markt bzw. gegenüber Mitbewerbern und Verbrauchern.

Inhalte

strategisches Marketing, u. a. europäisches und deutsches Datenschutzrecht, Telekommunikationsrecht, europäisches und deutsches Wettbewerbsrecht

Regelungen zum Schutz des Wettbewerbs, u. a. Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG), Gesetz gegen Wettbewerbsbeschränkungen (GWB)

Produkt- und Leistungsbereich, z. B. Patent- und Gebrauchsmusterrecht, Designrecht, Markenrecht, Urheberrecht, Haftungsrecht im BGB, Produkthaftungs- und Produktsicherheitsgesetz

Preis- und Konditionenbereich, z. B. Preisgesetz und Preisangabenverordnung, europäisches Preisrecht, europäisches und deutsches Verbraucherschutz- und Verbraucherinformationsrecht

Distributionsbereich, u. a. europäisches und deutsches Transport- und Logistikrecht, Umweltrecht, Kreislaufwirtschaftsgesetz

Kommunikationsbereich, u. a. Multimedia- und Internetrecht

2. Studienjahr

Personalmanagement und -controlling 320 Std.

Lernbereich 1 **40 Std.**

Personalplanung

Analyse der Bedeutung von Personalplanung als strategisches Instrument

Kompetenzerwartungen

Die Studierenden erklären den Zweck der Personalplanung im Unternehmen und arbeiten die unterschiedlichen zeitlichen Dimensionen der Personalplanung heraus. Sie erläutern die Wirkungen interner und externer Einflussgrößen auf die Personalplanung und beschreiben, wie diese in den jeweiligen Teilplanungen berücksichtigt werden.
Sie geben wesentliche Merkmale der Beschaffungs-, Bestands-, Bedarfs-, Einsatz-, Fortbildungs-, Personalfreisetzungs- und Personalkostenplanung als Bestandteile der Personalplanung wieder.

Sie erklären die Unterschiede zwischen qualitativer und quantitativer Personalplanung und wenden die geeignete Segmentierung des Personalbestands für die quantitative Planung an. Die Studierenden untersuchen Methoden zur Bestimmung des qualitativen und quantitativen Personalbedarfs und analysieren diesen.

Sie erläutern die Auswirkungen arbeitsrechtlicher Regelungen auf die Personalplanung.

Die Studierenden erläutern die Möglichkeiten der Digitalisierung im Hinblick auf Planungsprozesse und beurteilen, wie digitale Anwendungen und Automatisierungstechnologien zur Optimierung der Personalplanung eingesetzt werden können.

Inhalte

interne und externe Einflussgrößen, u. a. Unternehmensstrategie, Personalstruktur, Wettbewerb, Konjunktur, Technologie, politische und gesetzliche Rahmenbedingungen

qualitative Planung, u. a. Anforderungsprofile, Methode der kritischen Ereignisse (Critical Incident Technique)
quantitative Planung, u. a. Trendanalysen, Stellenplanmethode, Brutto- und Nettopersonalbedarfsermittlung, Budgetierung, Soll-Ist-Vergleiche, Kennzahlenverfahren, Benchmarking

rechtliche Rahmenbedingungen, u. a. Arbeitszeitregelungen, Mitbestimmungsrecht, Tarifvertragsrecht

Automatisierung und digitale Anwendungen zur datenbasierten Planung

2. Studienjahr

Personalmanagement und -controlling 320 Std.

Lernbereich 2 **50 Std.**

Personalbeschaffung

Entwicklung von Strategien zur Personalbeschaffung, Analyse von Rekrutierungstrends und Einsatz von digitalen und klassischen Methoden zur Stellenbesetzung

Kompetenzerwartungen

Die Studierenden analysieren die Herausforderungen bei der Gewinnung und Beschaffung von Fachkräften.

Die Studierenden beurteilen Strategien zur Stärkung der Arbeitgeberpositionierung und erläutern das Konzept des Employer-Brandings. Die Studierenden untersuchen, ob die Evaluation der Arbeitgeberattraktivität hinsichtlich der eingesetzten Personalcontrolling-Instrumente wirksam und ausreichend erfolgt. Sie wenden das Konzept des Personalmarketings an. Sie entwickeln die Inhalte von Stellenanzeigen auf Basis von Beschreibungen. Sie analysieren die Wirksamkeit und Optimierungsmöglichkeiten von bestehenden Stellenanzeigen und Karriereseiten. Dabei untersuchen sie Aspekte wie Zielgruppenansprache, inhaltliche und gestalterische Aspekte sowie Barrierefreiheit.
Die Studierenden erklären die Bedeutung und den Einsatz von Social Media im Personalmarketing.

Die Studierenden beschreiben Methoden der Personalbeschaffung und entwickeln Rekrutierungsstrategien für vakante Stellen unter Berücksichtigung der Marktsituation und betrieblicher Ressourcen. Die Studierenden erklären den Einsatz von digitalen Anwendungen und KI in der Personalbeschaffung.

Die Studierenden beurteilen Maßnahmen zur Personalbeschaffung anhand geeigneter Kennzahlen des Personalcontrollings.

Die Studierenden arbeiten die arbeitsrechtlichen Rahmenbedingungen im Kontext der Personalbeschaffung heraus.

Inhalte

Herausforderungen und Trends der Personalbeschaffung, z. B. Fachkräftemangel, Mitarbeiterempfehlungen, KI-gestützte Rekrutierung

Analyse der Arbeitgeberattraktivität, u. a. Vertragsannahmequote, Wechselquote, Arbeitgeberportale, Arbeitgeberwettbewerbe, Mitarbeiterumfragen, Benchmarking
strategisches Personalmarketing, u. a. Arbeitgeberpositionierung, Employer Branding

interne und externe Personalbeschaffungskanäle, u. a. interne Stellenausschreibung, Talentpool, Mitarbeiterempfehlungen, externe Personalberater, Arbeitnehmerüberlassung, Active Sourcing, digitale Anwendungen und KI, Stellenanzeigen und Karriereseiten, Social Media

Kennzahlen zur Erfolgsmessung der Rekrutierungsmaßnahmen, u. a. Rekrutierungsmaßnahmen, Klick-Raten, Conversion-Rates, Time-to-Hire, Cost-per-Hire-Compound

rechtliche Rahmenbedingungen, u. a. Allgemeines Gleichbehandlungsgesetz, Datenschutzrecht

2. Studienjahr

Personalmanagement und -controlling 320 Std.

Lernbereich 3 **55 Std.**

Personalauswahl und Onboarding

Anwendung von Auswahlverfahren, Gestaltung strukturierter Einstellungsprozesse und Optimierung des Onboarding-Prozesses

Kompetenzerwartungen

Die Studierenden erläutern die zentralen Schritte des Bewerbungsmanagements. Sie beschreiben die verschiedenen Auswahlinstrumente und ihre prognostische Validität.

Die Studierenden entscheiden, welche Instrumente in einem Auswahlprozess für unterschiedliche Rekrutierungs-Zielgruppen zum Einsatz kommen sollen.
Sie erklären die Gütekriterien Objektivität, Validität und Reliabilität für die Personalauswahlinstrumente. Die Studierenden beschreiben Prinzipien zur Analyse von Bewerbungsunterlagen und werten die Inhalte von einfachen und qualifizierten Arbeitszeugnissen aus.
Sie erklären Interviewformen und erläutern die Phasen eines Interviews. Sie gestalten Interviews methodisch mit geeigneten Fragearten selbstständig. Sie erläutern die Funktion von Interviewleitfäden und wenden diese an.

Die Studierenden beschreiben die Vorgehensweise zur Beurteilung von Kandidatinnen und Kandidaten und erklären Beurteilungsfehler. Die Studierenden beschreiben psychometrische Tests und wenden geeignete Testverfahren auf Zielgruppen an.

Sie untersuchen unterschiedliche Arten von Assessment-Centern (AC), erläutern Instrumente zur Personalauswahl, die im AC verwendet werden können. Sie erklären grundlegende Prinzipien für eine valide und objektive Gestaltung von ACs.

Die Studierenden untersuchen Gestaltungsmöglichkeiten von Arbeitsverträgen und erläutern verschiedene Vertragsmodelle.

Die Studierenden untersuchen die Qualität des Personalauswahlprozesses anhand geeigneter Kriterien und Indikatoren und stellen Vorschläge zur Optimierung des Prozesses dar. Sie erläutern die Bedeutung des Onboarding-Prozesses für die Integration neuer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in die Unternehmenskultur und -werte. Sie beschreiben Gestaltungsmöglichkeiten und untersuchen die Qualität des Onboarding-Prozesses.

Die Studierenden wenden digitale Anwendungen sowie KI-Technologien bei der Personalauswahl an und erläutern deren Chancen und Risiken.

Sie beurteilen die Einhaltung der rechtlichen Vorgaben bei der Personalauswahl und -einstellung anhand von relevanten Arbeitsgesetzen.

Inhalte

Bewerbungsunterlagenprüfung, Vorauswahl anhand von Anschreiben, Lebenslauf, Arbeitszeugnissen und Zeugnissen

Interviewformen: unstrukturiert, strukturiert, standardisiert
Fragemethoden, u. a. STAR-Methode
Interviewphasen, u. a. multimodales Interview

Kandidatenbeurteilung, u. a. mit operationalisierten Anforderungsprofilen

Arten des AC, u. a. Einzel-AC, Gruppen-AC

Vertragsmodelle, u. a. mitarbeiter- und arbeitgeberorientierte Gestaltung

Bewertungskriterien des Personalauswahlprozesses, u. a. Strukturierungsgrad, Prognosegüte, Beurteilung der Kandidaten und Kandidatinnen

digitale Anwendungen, u. a. zeitversetzte Videointerviews

Rechtsgrundlagen der Personalauswahl, u. a. Arbeitsvertragsrecht, Allgemeines Gleichbehandlungsgesetz, Datenschutzrecht, Urheberrecht und europäisches Recht für KI-gestützte Prozesse

2. Studienjahr

Personalmanagement und -controlling 320 Std.

Lernbereich 4 **30 Std.**

Personalcontrolling

Controlling des Personalbestands und Ableitung adäquater Maßnahmen zur Personalsteuerung

Kompetenzerwartungen

Die Studierenden beschreiben die Ziele und Aufgaben des Personalcontrollings sowie den aktuellen Entwicklungsstand des datenbasierten HR-Managements in der Praxis. Sie erklären die Unterschiede zwischen operativem und strategischem Personalcontrolling und untersuchen deren Einsatzmöglichkeiten in unterschiedlichen betrieblichen Kontexten. Die Studierenden berechnen quantitative Kennzahlen und beurteilen diese im Hinblick auf ihre Relevanz für strategische Entscheidungen im Personalmanagement. Sie erläutern die HR-Balanced-Scorecard.

Sie analysieren die Kosten der Personalstruktur.

Die Studierenden wenden digitale Anwendungen an, um quantitative Personaldaten zu ermitteln und auszuwerten, und entwickeln selbstständig Handlungsempfehlungen für das Personalmanagement.

Sie erläutern zentrale Prinzipien des qualitativen Personalcontrollings, wenden entsprechende Methoden an und kennen digitale Lösungen.

Die Studierenden beschreiben die einschlägigen gesetzlichen Regelungen, die für das Personalcontrolling relevant sind.

Inhalte

Kennzahlen des Mitarbeiter- und Faktorcontrollings, u. a. Personalstrukturen, Fluktuation, Fehlzeitenanalyse, Produktivität, Mobilitätsrate

Kostenanalyse, u. a. Gehaltsquote, Zusatzkostenquote, Personalintensität, Kosten-Nutzen-Analyse von Personalmaßnahmen

digitale Anwendungen, z. B. Tabellenkalkulation, Dashboards, HR-Cockpit, HR-Analytics und Business-Intelligence-Anwendungen, HR-Informationssysteme

Methoden des qualitativen Personalcontrollings, u. a. Personalportfolio, Mitarbeiterbefragungen zu ihrer Bindung an das Unternehmen sowie zur Qualität und Kompetenz der Personalabteilung

rechtliche Grundlagen, u. a. Datenschutzrecht
Rechtsgrundlagen der Personalauswahl, u. a. Arbeitsvertragsrecht, allgemeines Gleichbehandlungsgesetz, Datenschutzrecht, Urheberrecht und europäisches Recht für KI-gestützte Prozesse

2. Studienjahr

Personalmanagement und -controlling 320 Std.

Lernbereich 5 **45 Std.**

Personalbetreuung, -entwicklung und -bindung

Aufgaben der Personalverwaltung sowie Maßnahmen zur Personalentwicklung und zur Mitarbeiterbindung

Kompetenzerwartungen

Die Studierenden erläutern die Aufgaben und Ziele der Personalverwaltung und arbeiten deren Beitrag zur organisatorischen Effizienz heraus. Sie erklären Personalverwaltungsinstrumente und in diesem Zusammenhang rechtliche Regelungen für die Verwaltung von Personaldaten.

Die Studierenden erläutern die Ziele und Aufgaben der Personalentwicklung und beschreiben deren Bedeutung für die Wettbewerbsfähigkeit von Unternehmen. Sie stellen ein Ablaufmodell der Personalentwicklung dar. Sie analysieren die verschiedenen Formen der Personalentwicklung in Bezug auf ihre Einsatzmöglichkeiten und bewerten, inwieweit sie geeignet sind, spezifische Personalentwicklungsziele zu erreichen.

Die Studierenden stellen Formen des E-Learnings und digitale Weiterbildungs-möglichkeiten dar und erklären, wie digitale Anwendungen und KI die Personalentwicklung unterstützen.

Sie erklären individualarbeitsrechtliche Ansprüche im Rahmen der Personalbetreuung und erläutern deren Auswirkungen auf Arbeitsverhältnisse.

Die Studierenden gestalten selbstständig Strategien zur Stärkung der Mitarbeiterbindung. Hierbei untersuchen sie insbesondere die Funktion der Arbeitgebermarke sowie die Konzepte zur Förderung der Work-Life-Balance sowie des Gesundheitsmanagements. Sie beschreiben flexible Arbeitsmodelle und erläutern ihren Beitrag zur langfristigen Bindung und Zufriedenheit der Mitarbeitenden.

Inhalte

Personalverwaltungsinstrumente, u. a. digitale Personalakte

Formen der individuellen Personalentwicklung, u. a. Bildung, Förderung, On-/Off-/Near-the-Job-Training

synchrones und asynchrones E-Learning, u. a. Mixed Reality, Podcasts, Webinare, Blended Learning

Individualarbeitsrecht, u. a. Urlaub, Arbeitszeit, Minderheitenschutz

flexible Arbeitszeitmodelle und Work-Life-Balance, u. a. mobiles Arbeiten, qualifizierte Gleitzeit, Lebensarbeitszeit, Jobsharing, Sabbaticals
Maßnahmen zur Verhaltens- und Verhältnisprävention im betrieblichen Gesundheitsmanagement

2. Studienjahr

Personalmanagement und -controlling 320 Std.

Lernbereich 6 **40 Std.**

Personalbeurteilung und -vergütung

Personalbeurteilung zur Mitarbeiterbindung und Analyse von Vergütungsarten

Kompetenzerwartungen

Die Studierenden entscheiden über Vergütungselemente zur Mitarbeiterbindung, indem sie unterschiedliche Anreiz- und Entlohnungsmodelle im Hinblick auf die langfristige Zufriedenheit und Motivation der Mitarbeitenden untersuchen.

Sie beschreiben verschiedene Lohn- und Gehaltsarten, indem sie deren Merkmale, Unterschiede und Anwendungsbereiche darstellen. Sie erläutern die Bestandteile einer Lohn- und Gehaltsabrechnung unter Berücksichtigung gesetzlicher und betrieblicher Vorgaben. Sie werten den Zusammenhang zwischen den Bestandteilen und deren Auswirkungen aus. Sie bewerten verschiedene Vergütungsmodelle hinsichtlich ihrer Wirksamkeit auf Mitarbeiterbindung und Arbeitsleistung.

Die Studierenden arbeiten die Aufgaben der Personalbeurteilung für die Personalentwicklung, Personalentscheidungen und Personalvergütung heraus. Sie entscheiden über verschiedene Beurteilungsarten und -methoden und arbeiten dabei die Beurteilungskriterien unter Berücksichtigung ihrer Gewichtung heraus.

Die Studierenden erläutern die Mitbestimmungsrechte des Betriebsrats bei der Konzeption der Personalbeurteilung.

Inhalte

Arten der Personalentlohnung, u. a. Zeitlohn, Tariflohn, Leistungszulagen, Prämienlohn, Erfolgsbeteiligung, Zusatzleistungen, Cafeteria-Modelle

Lohn- und Gehaltsabrechnung, u. a. Bestandteile, Auswirkungen, Rechtsgrundlagen

Beurteilungsmethoden, u. a. Einstufungsverfahren, Zielvereinbarungen, Objectives-and-Key-Result, Potenzialbeurteilung, 360-Grad-Beurteilung, Development Center
Beurteilungskriterien, u. a. leistungs-, verhaltens- und fähigkeitsbezogene Merkmale

rechtliche Grundlagen, u. a. Mitbestimmungsrechte, Entgelttransparenzrecht

2. Studienjahr

Personalmanagement und -controlling 320 Std.

Lernbereich 7 **30 Std.**

Personalfreisetzung und Trennungsmanagement

Entwicklung sozialverträglicher Trennungsstrategien und Begleitung des Offboarding-Prozesses

Kompetenzerwartungen

Die Studierenden erklären die Zielsetzungen der Personalfreisetzung und untersuchen deren Auswirkungen auf Unternehmen und Mitarbeitende, wobei sie ökonomische und soziale Aspekte berücksichtigen. Sie beschreiben interne und externe Arten der Personalfreisetzung und entscheiden über geeignete Maßnahmen unter sozialen und wirtschaftlichen Gesichtspunkten. Sie untersuchen die rechtlichen Voraussetzungen der Personalfreisetzung.

Die Studierenden erklären bei der Beendigung von Arbeitsverhältnissen die Rechte und Pflichten der Beteiligten und arbeiten ein sozialverträgliches Trennungsmanagement heraus. Sie gestalten selbstständig Trennungsgespräche und stellen die psychologischen Auswirkungen auf die verbleibenden Mitarbeitenden dar.

Die Studierenden beschreiben die rechtlichen Vorgaben und formalen Anforderungen an ein Arbeitszeugnis. Sie erläutern den Aufbau sowie die inhaltlichen Bestandteile eines qualifizierten und einfachen Arbeitszeugnisses. Sie beurteilen die Validität von Arbeitszeugnissen und deren Bedeutung für die berufliche Weiterentwicklung der Mitarbeitenden. Die Studierenden wenden rechtssichere Formulierungen zur Arbeitszeugniserstellung unter Einsatz digitaler Anwendungen an.

Inhalte

Arten der Personalfreisetzung, u. a. Arbeitszeitreduzierungen, Versetzungen, natürliche Fluktuation, einvernehmliche Trennungen, Formen der Kündigung, Massenentlassung

rechtliche Grundlagen, u. a. Ultima-Ratio-Prinzip, Kündigungsschutz, Mitbestimmungsrecht
Rechte und Pflichten bei der Beendigung von Arbeitsverhältnissen, u. a. Kündigungsfristen, Resturlaubsansprüche, Sozialauswahl und Interessensabwägungen, Abfindungen
Phasen des sozialverträglichen Trennungsmanagements, u. a. Vorbereitung, Trennungsgespräch, Unterstützung bei beruflicher Neuorientierung

2. Studienjahr

Personalmanagement und -controlling 320 Std.

Lernbereich 8	**30 Std.**
Internationales People Management Anforderungen an das internationale Personalmanagement sowie Gestaltung von Maßnahmen zur Entsendung und Reintegration	
Kompetenzerwartungen Die Studierenden erläutern, wie der Umfang des internationalen People Managements von der Intensität der jeweiligen Auslandsaktivitäten und weiteren externen Faktoren abhängt. Sie fassen die Themenschwerpunkte im internationalen People Management zusammen. Die Studierenden untersuchen Internationalisierungsstrategien von Unternehmen und analysieren geeignete Ansätze für das operative People Management. Sie erläutern, anhand beispielhafter Personalprozesse, die Anwendung von globaler Standardisierung bzw. lokaler Anpassung. Die Studierenden erklären unterschiedliche Formen des Auslandseinsatzes. Sie gestalten selbstständig geeignete Maßnahmen für die Entsendung und die Reintegration von Mitarbeitenden.	
Inhalte globale Standardisierung bzw. lokale Anpassung, u. a. EPRG-Modell, Glocal-Ansatz, transnationale Unternehmen, Qualitätsstandards von Personalprozessen im internationalen Unternehmen Entsendung und Reintegration von Expatriates und Impatriates, u. a. Relocation Service, Vergütung, interkulturelles Training, soziale Integration im Ausland, Familiennachzug	

5.3 Lehrpläne: Zusatzfächer für den Erwerb der Fachhochschulreife

2. Studienjahr

Englisch **80 Std.**

Der Lehrplan für das Fach Englisch ist unter folgendem Link abrufbar:

https://www.isb.bayern.de/schularten/berufliche-schulen/fachakademie/allgemeinbildende-lehrplaene/ (Abruf am 5.3.2025)

2. Studienjahr

Mathematik **80 Std.**

Der Lehrplan für das Fach Mathematik ist unter folgendem Link abrufbar:

https://www.isb.bayern.de/schularten/berufliche-schulen/fachakademie/allgemeinbildende-lehrplaene/ (Abruf am 5.3.2025)

1. Studienjahr

Naturwissenschaftliche Grundlagen 80 Std.

Anmerkung:
Im Fach Naturwissenschaftliche Grundlagen sind zwei aus drei Lernbereichen (Grundlagen der Physik, der Chemie oder der Biologie) zu wählen.

Lernbereich 1 **40 Std.**

Grundlagen der Physik

wissenschaftliche Untersuchung des Aufbaus der Materie, von Energie, Kräften, Bewegung, Wellendynamik, Teilcheninteraktionen und fundamentalen Naturgesetzen

Kompetenzerwartungen

Die Studierenden beschreiben Bewegungsabläufe innerhalb modellierter Systeme und quantifizieren die kinematisch relevanten Parameter durch mathematische Berechnungen. Die Studierenden bestimmen die charakteristischen Größen der Kreisbewegung rechnerisch und erläutern deren Anwendung auf die Dynamik unseres Planetensystems.

Die Studierenden untersuchen die Trägheit der Masse und berechnen dynamische und kinematische modellhafte Bewegungen.

Die Studierenden berechnen die potenzielle und kinetische Energie vereinfachter mechanischer Prozesse und wenden bei Energieumwandlungen auch den Wirkungsgrad an.

Die Studierenden begründen die konkrete Anwendung von Wechselstrom in Industrie und Haushalt in Abgrenzung zum Gleichstrom. Sie erklären die elektromagnetische Induktion und die Funktion von Generatoren, Transformatoren und Elektromotoren.

Die Studierenden erklären die Quantifizierung der physikalischen Größen im Mikrokosmos und erläutern das Bohrsche Atommodell.

Inhalte

Bewegung, u. a. gleichförmige und gleichmäßige Beschleunigung, kreisförmige Bewegung, Planetensystem

Kraft, u. a. Kraftwirkungen, 2. Newtonscher Satz der Mechanik, ein- bzw. zweiseitiger Hebel, Wellrad

mechanische Arbeit, u. a. potenzielle und kinetische Energie, Energieumwandlung, Wirkungsgrad

elektrische Energie, u. a. Schaltungen, Gleichstrom, Wechselstrom
Elektrotechnik, u. a. Induktion, Generator, Transformator, Elektromotor

Atomphysik, u. a. Quantifizierung, Bohrsches Atommodell

1. Studienjahr

Naturwissenschaftliche Grundlagen — 80 Std.

Lernbereich 2 — **40 Std.**

Grundlagen der Chemie

wissenschaftliche Untersuchung von Stoffen, ihrer Eigenschaften, von Zusammensetzungen, Reaktionen und Energieumwandlungen

Kompetenzerwartungen

Die Studierenden erläutern den Aufbau des Periodensystems, die Ordnung nach der Protonenzahl und wie die Anzahl der Neutronen zu verschiedenen Isotopen führt. Sie untersuchen die besondere Bedeutung des Wasserstoffs im Universum.

Die Studierenden wenden die Regeln für die verschiedenen chemischen Bindungen an.

Die Studierenden erläutern, wie stabile chemische Stoffe entstehen unter Bewahrung der Ein- und Ausgangsproportionen.

Die Studierenden erläutern, dass in chemischen Reaktionen Säuren Donatoren und Basen Akzeptoren von Protonen sind und der pH-Wert ein logarithmisches Maß dieses Verhältnisses in Lösungen ist.

Die Studierenden stellen dar, dass die pH-Werte in den Organen des menschlichen Körpers unterschiedlich sind und die Notwendigkeit eines ausgeglichenen Basen- und Säurehaushalts für die Gesundheit des Menschen.

Inhalte

Periodensystem, u. a. Aufbau, Teilchen, Isotope, Bedeutung von Wasserstoff

chemische Bindungen, u. a. Atombindung, Ionenbindung metallische Bindung, Einfach- und Mehrfachbindung, einfache Reaktionsgleichungen, Bau und Nomenklatur

Oxidation, u. a. Ionen, Ionengitter, Metallgitter, Elektronengas

Basen und Säuren, u. a. Donatoren, Akzeptoren, pH-Wert

Basen- und Säurehaushalt im menschlichen Körper, u. a. gesundheitliche Relevanz, Organspezifität

1. Studienjahr

Naturwissenschaftliche Grundlagen — 80 Std.

Lernbereich 3 — **40 Std.**

Grundlagen der Biologie

wissenschaftliche Untersuchung des Lebens von Organismen, ihrer Strukturen, Funktionen, Entwicklungen und Umweltbeziehungen

Kompetenzerwartungen

Die Studierenden erläutern die Komponenten der tierischen Zelle als autarkes System mit einem Zellkern, der die Erbinformation enthält. Die Studierenden beschreiben die Besonderheiten einer Nervenzelle und erläutern die Übertragung eines Nervenimpulses.

Die Studierenden unterscheiden Kohlenhydrate, Lipide, Proteine und Nukleinsäuren anhand ihres Vorkommens und der physiologischen Funktionen in Organismen. Sie stellen den Aufbau ausgewählter Biomoleküle in Symbolschreibweise dar. Sie beschreiben den Aufbau von Proteinen mit ihren langen Ketten von Aminosäuren und den Ablauf der Biosynthese. Sie erläutern, weshalb diese Prozesse über den psychischen und physischen Zustand eines Menschen entscheiden. Die Studierenden unterscheiden Lebensmittel nach dem energetischen und stofflichen Nährwert.

Die Studierenden beschreiben die Lebensweise sowie Vermehrung von Mikroorganismen und untersuchen wachstumsbestimmende Faktoren sowie die Steuerung biotechnologischer Prozesse. Sie beschreiben die Bedeutung von Pilzen bei der Lebensmittelproduktion und als Schadorganismen für Mensch und Umwelt sowie deren Fortpflanzung. Die Studierende erläutern, wie die industrielle Produktion von Insulin und anderer Wirkstoffe durch Bakterien mittels DNA-Technik vollzogen wird. Sie belegen die Universalität des genetischen Codes.

Die Studierenden erläutern die im spezifischen Immunsystem ablaufenden Prozesse sowie die Wirkung der aktiven und passiven Impfung und belegen, dass das spezifische Immunsystem einzig in der Lage ist, Virus-Erkrankungen zu heilen.

Sie beschreiben den Zellzyklus und erläutern die Gründe für Reproduktionsfehler sowie deren Behandlung. Die Studierenden erklären die Erlangung der Geschlechtsreife für Keimzellen. Die Studierenden nennen einige Erbkrankheiten und erläutern, ob diese rezessiv oder dominant sind.

Die Studierenden erklären, weshalb aus Stammzellen körpereigene Organe gezüchtet werden können und wie damit das Transplantationsproblem gelöst werden könnte.

Die Studierenden erläutern, wie der CRISPR-CAS-Komplex einerseits zur Identifizierung und Reparatur genetischer Fehler, andererseits im Labor auch zur Entschlüsselung der Funktion einer DNA-Sequenz eingesetzt werden kann.

Die Studierenden bewerten die biologische Nachhaltigkeit des Neodarwinismus und beurteilen den Kreationismus als dogmatische Weltanschauung.

Inhalte

tierische und pflanzliche Zelle, u. a. Struktur, Komponenten, Stofftransport, Erbinformation
Nervenzelle, u. a. Struktur, Funktionsweise

Biomoleküle, u. a. Kohlenhydrate, Lipide, Proteine, Nukleinsäuren, Biosynthese
physiologische und psychologische Steuerungsfunktionen, Kalorienbedarf

Bakterien, u. a. Wachstum und Vermehrung, Pilze, industrielle Nutzung

Immunsystem, u. a. Prozesse, aktive und passive Impfung

Zellzyklus, u. a. Ovo- und Spermatogenese, Reproduktionsfehler, Keimzellen
Gene, u. a. DNA, Erbkrankheiten, Rezessivität, Dominanz

Stammzellen, u. a. Funktion, therapeutisches Klonen, Organreproduktion

Molekularbiologie, u. a. Forschungsstand, CRISPR-CAS9-Methoden

Neodarwinismus und Kreationismus

Anhang

Mitglieder der Lehrplankommission

Arbeitskreis 1 (Steuerungsgruppe)

Robert Horvat	Mittelstandsakademie Bayern, München
Christine Scheitacker	Städt. Fachakademie für Wirtschaft, Nürnberg
Jochen Schwarzbauer	GBS Fachakademie für Wirtschaft, München

Arbeitskreis 2 (BWL, VWL, betriebliches Rechnungswesen)

Heiko Beckelmann	GBS Fachakademie für Wirtschaft, München
Helga Bedall	Städt. Fachakademie für Wirtschaft, Nürnberg
Oliver Eggert	Mittelstandsakademie Bayern, München
Anne Lauter	Städt. Fachakademie für Wirtschaft, Nürnberg
Alexandra Mühlhuber	Mittelstandsakademie Bayern, München
Helmut Reindlmeier	Mittelstandsakademie Bayern, München
Corinna Weidlich	Städt. Fachakademie für Wirtschaft, Nürnberg

Arbeitskreis 3 (Wirtschaftsinformatik, Recht, Wirtschaftsmathematik und Sprachen)

Christina Degering	Städt. Fachakademie für Wirtschaft, Nürnberg
Dr. Bernd Donner	GBS Fachakademie für Wirtschaft, München
Bernd Gittel	Städt. Fachakademie für Wirtschaft, Nürnberg
Adolf Hellinger	Mittelstandsakademie Bayern, München
Matthias Holzer	Mittelstandsakademie Bayern, München
Lothar Meitner	Mittelstandsakademie Bayern, München

Wahlpflichtfächer

Heiko Beckelmann	GBS Fachakademie für Wirtschaft, München
Christina Degering	Städt. Fachakademie für Wirtschaft, Nürnberg
Dr. Bernd Donner	GBS Fachakademie für Wirtschaft, München
Bernd Gittel	Städt. Fachakademie für Wirtschaft, Nürnberg
Oliver Eggert	Mittelstandsakademie Bayern, München
Matthias Holzer	Mittelstandsakademie Bayern, München
Robert Horvat	Mittelstandsakademie Bayern, München
Caroline Jäger	Städt. Fachakademie für Wirtschaft, Nürnberg
Anne Lauter	Städt. Fachakademie für Wirtschaft, Nürnberg
Lothar Meitner	Mittelstandsakademie Bayern, München
Alexandra Mühlhuber	Mittelstandsakademie Bayern, München
Helmut Reindlmeier	Mittelstandsakademie Bayern, München
Barbara Sauter	Städt. Fachakademie für Wirtschaft, Nürnberg
Christine Scheitacker	Städt. Fachakademie für Wirtschaft, Nürnberg
Jochen Schwarzbauer	GBS Fachakademie für Wirtschaft, München
Corinna Weidlich	Städt. Fachakademie für Wirtschaft, Nürnberg
Jessica Wicklein	Städt. Fachakademie für Wirtschaft, Nürnberg

Beraterinnen und Berater

Dr. Claudia Eisinger-Schmidt	GBS Fachakademie für Wirtschaft, München
Udo Heller	SWS Partner mbB, Deggendorf
Peter Mayr	BMW AG, München
Peter Schwirtz	GBS Fachakademie für Wirtschaft, München

Leitung der Lehrplankommission

Jakob Storfinger	Staatsinstitut für Schulqualität und Bildungsforschung, München