

Modulhandbuch

Retail Management & Consumer Experience (WS 2022/23)

Bachelor

Studien- und Prüfungsordnung: WiSe 22/23

Inhalt

1	Übersicht	3
2	Modulbeschreibungen	6
2.1	Pflichtfächer	6

1 Übersicht

Tabelle 1: Modulübersicht mit SWS-Stunden und ECTS-Punkten (1. bis 3. Semester) *

Curriculum Retail Management & Consumer Experience		1. Semester		2. Semester		3. Semester	
Nr.	Modul	SWS**	ECTS	SWS	ECTS	SWS	ECTS
1	First Retail Experience	1	1				
2	Betriebswirtschaftliche Grundlagen	4	5				
3	Volkswirtschaftliche Grundlagen					4	6
4	Quantitative Methoden	6	7				
5	Digitale Technologien					4	5
6	Recht im Handel	4	5				
7	Organisationales Verhalten & Leadership			4	5		
8	Organisation & Personalmanagement	4	5				
9	Buchführung, Bilanzierung, Jahresabschluss & Steuern	4	5				
10	Investition, Finanzierung & Handelskostenrechnung			4	5		
11	Marketing Management			4	5		
12	Einkauf und Logistik			4	5		
13	Sales Management			4	5		
14	Category Management					4	5
15	Wissenschaftliches Arbeiten & Projektmanagement					4	5
16	Business English in Retail	3	4				
17	Business English Case Studies			4	4		
18	Grundpraktikum						8
Summe		26	32	24	29	16	29

Tabelle 2: Modulübersicht mit SWS-Stunden und ECTS-Punkten (4. bis 7. Semester) *

Curriculum Retail Management & Consumer Experience		4. Semester		5. Semester		6. Semester		7. Semester	
Nr.	Modul	SWS	EXTS	SWS	ECTS	SWS	ECTS	SWS	ECTS
19	Strategic Retail Management & Business Model- ling	4	5						
20	Brand Management	4	5						
21	Consumer Behaviour & Management	4	5						
22	Business Analytics & Retail Intelligence	4	5						
23	Digital Commerce			4	5				
24	Retail Controlling			4	5				
25	Advanced Logistics	4	5						
26	Projekt im Retail Management			4	6				
27	Customer Experience			4	5				
28	International Retailing			4	5				
29	Future Retail & Sustainability							4	4
30	Retail Business Simulation							5	6
31	Module zur fachwissenschaftlichen Kompetenz			6	9				
32	Module zur Sprach- und Sozialkompetenz	2	3						
33	Modul zur Nachhaltigkeitskompetenz							2	3
34	Projekt Soziales Engagement							2	3
35	Seminar zur Bachelorarbeit							1	2
36	Bachelorarbeit								12
37	Praktisches Studiensemester						24		
	Summe	22	28	26	35		24	14	30

Das Studienprogramm umfasst einen Workload von 210 ECTS inklusive des Praxissemesters. Weitere Einzelheiten sind der Studien- und Prüfungsordnung zu entnehmen.

** Semesterwochenstunden

Studiengangleiter:

Name: Prof. Dr. Oliver Hackl
E-Mail: oliver.hackl@thi.de
Tel.: +49 (0) 841 / 9348-3230

2 Modulbeschreibungen

2.1 Pflichtfächer

First Retail Experience			
Modulkürzel:	RCE_FRE	SPO-Nr.:	1
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Art des Moduls	Studiensemester
	Retail Management & Consumer Experience	Pflichtfach	1. Semester
Modulattribute:	Unterrichtssprache	Moduldauer	Angebotshäufigkeit
	Deutsch	1 Semester	nur im WS
Modulverantwortliche(r):	Hackl, Oliver		
Dozent(in):	Hackl, Oliver; Knoppe, Marc		
Leistungspunkte / SWS:	1 ECTS/ 1 SWS		
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden:		20 h
	Selbststudium:		8 h
	Gesamtaufwand:		28 h
Lehrveranstaltungen des Moduls:	First Retail Experience		
Lehrformen des Moduls:	SU/Ü – seminaristischer Unterricht/Übung		
Prüfungsleistungen:	Projektarbeit		
Verwendbarkeit für andere Studiengänge:	Keine		
Voraussetzungen gemäß SPO:			
Keine			
Empfohlene Voraussetzungen:			
Keine			
Angestrebte Lernergebnisse:			
Die Teilnehmer*innen: <ul style="list-style-type: none"> • bekommen einen Überblick über die relevanten Aufgaben- und Funktionsbereiche im modernen Einzelhandel • verstehen die aktuellen Trends und Herausforderungen im Einzelhandel • können die Tragweite der Digitalisierung im Einzelhandel erkennen • verstehen die Notwendigkeit der laufenden Weiterentwicklung von Geschäftsmodellen sowie Sortiments- und Serviceangeboten im Einzelhandel 			
Inhalt:			
<ul style="list-style-type: none"> • Exkursion zu einem ausgewählten modernen Handelsunternehmen • Unternehmenspräsentationen und -besichtigungen • Workshop und Projekt in studentischen Teams 			
Literatur:			
Keine			

Anmerkungen:
Keine

Betriebswirtschaftliche Grundlagen			
Modulkürzel:	RCE_BWGr	SPO-Nr.:	2
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Art des Moduls	Studiensemester
	Retail Management & Consumer Experience	Pflichtfach	1. Semester
Modulattribute:	Unterrichtssprache	Moduldauer	Angebotshäufigkeit
	Deutsch	1 Semester	nur im WS
Modulverantwortliche(r):	Sternbeck, Michael		
Dozent(in):	Sternbeck, Michael; Vogler, Thomas		
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS/ 4SWS		
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden:	47 h	
	Selbststudium:	78 h	
	Gesamtaufwand:	125 h	
Lehrveranstaltungen des Moduls:	Betriebswirtschaftliche Grundlagen		
Lehrformen des Moduls:	SU/Ü – seminaristischer Unterricht/Übung		
Prüfungsleistungen:	schrP 90min– schriftliche Prüfung, 90 Minuten		
Verwendbarkeit für andere Studiengänge:	keine		
Voraussetzungen gemäß SPO:			
Keine			
Empfohlene Voraussetzungen:			
keine			
Angestrebte Lernergebnisse:			
<p>Die Studierenden können:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Aussagen über Erkenntnisobjekt, theoretische Ansätze und die Differenzierung der Betriebswirtschaftslehre treffen. • Unternehmen als Träger des Wirtschaftens anhand unterschiedlicher Kriterien klassifizieren. • die Aufgaben der betrieblichen Funktionsbereiche benennen und ihr Zusammenwirken erkennen. • die Abhängigkeit unternehmerischer Entscheidungen von der wirtschaftlichen, juristischen, politischen, gesellschaftlichen und ökologischen Umweltsituation erkennen. <p>Die Studierenden kennen die im Handel notwendigen Grundkompetenzen insbesondere in den Bereichen Prozesse, Strategie, Kunden, Verkauf, Logistik, Beschaffung, Finanzierung, Controlling, Personal und Information. Sie können auf diesem Grundwissen aufbauen und haben eine Basis für das Vertiefungsstudium geschaffen.</p>			
Inhalt:			
<ul style="list-style-type: none"> • Grundbegriffe, Theorieansätze und Managementmodelle • Die Betriebswirtschaftslehre als Managementlehre • Unternehmen, Anspruchsgruppen, Umweltsphären und Interaktionsthemen 			

- Unternehmensgründung und Businessplan
- Rechtsformen von Unternehmen, Standortfaktoren
- Wertschöpfung
- Geschäftsmodelle und Geschäftsmodellinnovation
- Kunden, Markt und Marktpositionierung
- Produkt-, Kommunikations-, und Vertriebspolitik
- Umsetzungs- und Finanzplan
- Organisation und Vertrieb
- Personalmanagement
- Grundlagen und Spezifika des Handelsmanagements
- Betriebstypen im Handel/ Erscheinungsformen des Handels
- Betriebsformen/ Vertriebstypen im Handel
- Handelsfunktionen Grundbegriffe, Theorieansätze und Einteilung der Betriebswirtschaftslehre
- Die Betriebswirtschaftslehre als Managementlehre
- Unternehmensziele und betriebswirtschaftliche Unternehmenskennzahlen von Handelsbetrieben
- Unternehmen und ihre Umwelt
- Konstitutive Entscheidungen von Handelsunternehmen
- Typische Rechtsformen im Handel
- Unternehmenskooperationen und – Konzentrationen
- Betriebliche Querschnittsfunktionen: Personal-, Kapital-, Organisations- und Informationswirtschaft
- Weitere allgemeine betriebliche Grundfunktionen: Material-, Produktions- und Absatzwirtschaft
- Abwicklung von Geschäftsprozessen

Literatur:*Empfohlen:*

- Eva Vogelsang et al. (2012) Existenzgründung und Businessplan. Erich Schmidt Verlag
- Cristea A. et al. (2011) Planen, gründen, wachsen. 6. Auflage. Redline Verlag
- Günter Müller-Stewens und Christoph Lehner (2016) Strategisches Management. SchäfferPoeschl Verlag
- Dietmar Vahs und Jan Schäfer-Kunz (2021) Einführung in die Betriebswirtschaftslehre. SchäfferPoeschl Verlag

Verpflichtend:

- RUDOLPH, Thomas, 2013. *Modernes Handelsmanagement: eine Einführung in die Handelslehre*. 3. Auflage. Stuttgart: Schäffer-Poeschel Verlag. ISBN 978-3-7992-6740-3
- BERMAN, Barry, Joel R. EVANS und Patrali CHATTERJEE, 2018. *Retail management: a strategic approach*. T. Auflage. Harlow, England: Pearson. ISBN 978-1-292-21467-2, 1-292-21467-8
- MÜLLER-HAGEDORN, Lothar, Waldemar TOPOROWSKI und Stephan ZIELKE, 2012. *Der Handel: Grundlagen - Management - Strategien*. 2. Auflage. Stuttgart: Verlag W. Kohlhammer. ISBN 978-3-17-019282-9, 3-17-019282-5

Anmerkungen:

Keine

Quantitative Methoden			
Modulkürzel:	RCE_QM	SPO-Nr.:	4
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Art des Moduls	Studiensemester
	Retail Management & Consumer Experience	Pflichtfach	1. Semester
Modulattribute:	Unterrichtssprache	Moduldauer	Angebotshäufigkeit
	Deutsch	1 Semester	nur im WS
Modulverantwortliche(r):	Ruschinski, Monika		
Dozent(in):	Ruschinski, Monika; Wachsländer, Veronika		
Leistungspunkte / SWS:	7 ECTS/ 6 SWS		
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden:	70 h	
	Selbststudium:	105 h	
	Gesamtaufwand:	175 h	
Lehrveranstaltungen des Moduls:	Quantitative Methoden		
Lehrformen des Moduls:	SU/Ü – seminaristischer Unterricht/Übung		
Prüfungsleistungen:	schrP 120min - schriftliche Prüfung, 120 Minuten		
Verwendbarkeit für andere Studiengänge:	Keine		
Voraussetzungen gemäß SPO:			
Keine			
Empfohlene Voraussetzungen:			
Keine			
Angestrebte Lernergebnisse:			
<p>Quantitative Methoden 1:</p> <p>Die Studierenden können:</p> <ul style="list-style-type: none"> • die für das mittlere und höhere Management erforderlichen statistisch-mathematischen Methoden überblicken. • die grundlegenden Methoden der deskriptiven Statistik anwenden. • die Relevanz der Konzepte der deskriptiven Statistik für Probleme der Praxis erkennen. • Methoden der deskriptiven Statistik angemessen einsetzen und die Ergebnisse fundiert bewerten. • Verschiedene Lage- und Streuungsparameter berechnen und interpretieren. • Eine Konzentrationsberechnung durchführen und interpretieren. • Zusammenhangsmaße für nominale, ordinale und metrische Merkmale berechnen und interpretieren. • Eine multiple Korrelations-/Regressionsberechnung durchführen, selektieren und interpretieren. <p>Quantitative Methoden 2:</p> <p>Die Studierenden können:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Zufallsprozesse mit Hilfe der Wahrscheinlichkeitsrechnung analysieren 			

- Zufallsvariablen durch Wahrscheinlichkeits- und Verteilungsfunktion definieren
- stochastische Modelle und spezielle Verteilungen adäquat einsetzen
- die grundlegenden Methoden der induktiven Statistik anwenden
- die Relevanz der Konzepte der induktiven Statistik für Probleme der Praxis erkennen
- Methoden der induktiven Statistik angemessen einsetzen und die Ergebnisse fundiert bewerten.

Inhalt:

Quantitative Methoden 1:

- Grundlegende Begriffe der deskriptiven Statistik, insbesondere Merkmale, Merkmalsausprägung, Skalierung, empirische Verteilungen, Häufigkeiten, Analysemethoden
- Beschreibung und Analyse von Daten
- Mittelwerte, Streuungsmaße, Konzentrationsmaße, Korrelationsmaße, Indexzahlen, Zeitreihenanalyse
- Lineare Einfachregression
- Multiple Regression

Quantitative Methoden 2:

- Grundlagen der Wahrscheinlichkeitstheorie
- Konzeptionen und Wahrscheinlichkeitskalkulationen
- Zufallsvariablen und Verteilungen von Zufallsvariablen
- Stochastische Modelle und spezielle Verteilungen
- Parameterschätzungen und Hypothesentests

Literatur:

Quantitative Methoden 1:

Verpflichtend:

- BOURIER, Günther, 2018. Beschreibende Statistik: praxisorientierte Einführung, mit Aufgaben und Lösungen [online]. Wiesbaden: Springer Gabler PDF e-Book. ISBN 978-3-658-21486-9. Verfügbar unter: <https://doi.org/10.1007/978-3-658-21486-9>.
- BUTTLER, Günter und Klaus OECKLER, 2010. Einführung in die Statistik. V. Auflage. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt-Taschenbuch-Verl.. ISBN 978-3-499-55708-8

Empfohlen:

- PURKERT, Walter, 2014. Brückenkurs Mathematik für Wirtschaftswissenschaftler [online]. Wiesbaden: Springer Gabler PDF e-Book. ISBN 978-3-8348-2325-0, 978-3-8348-1932-1. Verfügbar unter: <https://doi.org/10.1007/978-3-8348-2325-0>.
- BOURIER, Günther, 2014. Statistik-Übungen: beschreibende Statistik, Wahrscheinlichkeitsrechnung, schließende Statistik [online]. Wiesbaden: Springer Gabler PDF e-Book. ISBN 978-3-658-05994-1, 978-3-658-05995-8. Verfügbar unter: <https://doi.org/10.1007/978-3-658-05995-8>.

Quantitative Methoden 2:

Verpflichtend:

- BOURIER, Günther, 2018. Wahrscheinlichkeitsrechnung und schließende Statistik: praxisorientierte Einführung - mit Aufgaben und Lösungen. 9. Auflage. Wiesbaden: Springer Gabler. ISBN 978-3-658-07480-7, 3-658-07480-9
- BOURIER, Günther, 2018. Statistik-Übungen: beschreibende Statistik - Wahrscheinlichkeitsrechnung - schließende Statistik [online]. Wiesbaden: Springer Gabler PDF e-Book. ISBN 978-3-658-23635-9. Verfügbar unter: <https://doi.org/10.1007/978-3-658-23635-9>.

Empfohlen:

- SCHIRA, Josef, 2021. Statistische Methoden der VWL und BWL: Theorie und Praxis. 6. Auflage. Hallbergmoos: Pearson. ISBN 978-3-86894-424-2
- WEWEL, Max-Christoph, Blatter, Anja, 2019. Statistik im Bachelor-Studium der BWL und VWL: Methoden, Anwendungen, Interpretation. 4. Auflage. Hallbergmoos/Germany: Pearson. ISBN 978-3868943818, 3868943811
- BÄRTL, Mathias, August 2017. Statistik Schritt für Schritt: das Lehrbuch vom Autor des YouTube-Kanals "Kurzes Tutorium Statistik". 2. Auflage. [Offenburg]: Kindle direct publishing. ISBN 9781520186832
- BÄRTL, Mathias, Oktober 2016. Klausur-Coach Statistik: das Aufgabenbuch vom Autor des YouTube-Kanals "Kurzes Tutorium Statistik". 1. Auflage. [Offenburg]: Kindle direct publishing. ISBN 9781520453538

Anmerkungen:

Keine

Recht im Handel			
Modulkürzel:	RCE_RIH	SPO-Nr.:	6
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Art des Moduls	Studiensemester
	Retail Management & Consumer Experience	Pflichtfach	1. Semester
Modulattribute:	Unterrichtssprache	Moduldauer	Angebotshäufigkeit
	Deutsch	1 Semester	nur im WS
Modulverantwortliche(r):	Maier, Michael		
Dozent(in):	Maier, Michael		
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS/ 4SWS		
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden:	47 h	
	Selbststudium:	78 h	
	Gesamtaufwand:	125 h	
Lehrveranstaltungen des Moduls:	Recht im Handel		
Lehrformen des Moduls:	SU/Ü – seminaristischer Unterricht/Übung		
Prüfungsleistungen:	schrP 90min – schriftliche Prüfung, 90 Minuten		
Verwendbarkeit für andere Studiengänge:	Keine		
Voraussetzungen gemäß SPO:			
Keine			
Empfohlene Voraussetzungen:			
Keine			
Angestrebte Lernergebnisse:			
Die Studierenden verfügen über einen Überblick über das Recht im Handel. Sie haben Grundlagenkenntnisse unter anderem auf den Gebieten des allgemeinen Teils des Bürgerlichen Gesetzbuches, des allgemeinen und des besonderen Schuldrechts und des Sachenrechts erworben, jeweils insbesondere aus Sicht des Vertriebs.			
Inhalt:			
<ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen des Rechts, insbesondere des Zivilrechts • Rechtssubjekte und -objekte, Willenserklärung, Rechtsgeschäft • Stellvertretung • Inhalt, Begründung und Erlöschen von Schuldverhältnissen • Leistungsstörungen und Folgen • Vertragsarten Kauf, Miete, Dienst- und Werkvertrag • Verbrauchsgüterkauf • Schuldrechtliche und deliktische Haftung des Unternehmens • Einführung in das Sachenrecht, Eigentum, Besitz, Sicherungsrechte • Bezüge zum Internationalen Privatrecht 			

<ul style="list-style-type: none">• Grundzüge des HGB – Handelsgeschäfte, Prokura und Handlungsvollmacht
Literatur:
Verpflichtend: Wird in der Vorlesung bekanntgegeben. Empfohlen:
Anmerkungen:
In die Vorlesung sind BGB und HGB – Textausgaben dtv – mitzubringen.

Organisation & Personalmanagement			
Modulkürzel:	RCE_OPM	SPO-Nr.:	8
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Art des Moduls	Studiensemester
	Retail Management & Consumer Experience	Pflichtfach	1. Semester
Modulattribute:	Unterrichtssprache	Moduldauer	Angebotshäufigkeit
	Deutsch	1 Semester	nur im WS
Modulverantwortliche(r):	Hackl, Oliver		
Dozent(in):	Hackl, Oliver		
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS/ 4SWS		
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden:	47 h	
	Selbststudium:	78 h	
	Gesamtaufwand:	125 h	
Lehrveranstaltungen des Moduls:	Organisation & Personalmanagement		
Lehrformen des Moduls:	SU/Ü – seminaristischer Unterricht/Übung		
Prüfungsleistungen:	schrP 90min – schriftliche Prüfung, 90 Minuten		
Verwendbarkeit für andere Studiengänge:	Keine		
Voraussetzungen gemäß SPO:			
Keine			
Empfohlene Voraussetzungen:			
Keine			
Angestrebte Lernergebnisse:			
Die Teilnehmer*innen:			
<ul style="list-style-type: none"> • Verstehen die aktuellen Herausforderungen von Unternehmen im Management von Personal und Organisationen, vor allem die Notwendigkeit zu permanentem Wandel • verstehen Bedeutung und Grundregeln sowie die Herausforderungen bei der Gestaltung und laufenden Weiterentwicklung von Unternehmensorganisationen • kennen die Grundlagen einer Aufbau- und Ablauforganisation sowie die Grundzüge der digitalen Prozessorganisation • kennen die Vor- und Nachteile mechanistischer, visionsorientierter und agiler Organisationen • kennen ausgewählte Inhalte und Ansätze zum Themenfeld der Organisationsentwicklung • kennen und verstehen die Wertschöpfungskette sowie die Akteure des Personalmanagement • kennen die Grundlagen der Personalplanung und –gewinnung, des Personaleinsatzes, der Gestaltung von Anreizsystemen sowie der Personalentwicklung • verfügen über Grundlagenwissen im Bereich Talentmanagement 			
Inhalt:			
<ul style="list-style-type: none"> • Permanenter Wandel und Herausforderungen im Management von Personal und der Gestaltung von Organisationen 			

- Grundlagen der Aufbau-, Ablauf- und digitalen Prozessorganisationen
- Visionsorientierte und digitale Organisationen
- Organisationsentwicklung und Transformation
- Relevante Funktionsbereiche im Personalmanagement
- Talent- und Talent-Relationship Management

Literatur:

Verpflichtend: Wird in der ersten Vorlesung bekanntgegeben

Empfohlen:

- Berthel J, Becker F.G., Personal-Management – Grundzüge für Konzeptionen betrieblicher Personalarbeit, Stuttgart 2017
- Krings, Th, Personalwirtschaft – Grundlagen betrieblicher Personalarbeit, Wiesbaden 2018

Hinweise zu weiterer vertiefender Literatur finden sich in den Skripten zur Veranstaltung oder werden in der ersten Vorlesung bekanntgegeben

Anmerkungen:

Keine

Buchführung, Bilanzierung, Jahresabschluss & Steuern			
Modulkürzel:	RCE_BBJS	SPO-Nr.:	9
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Art des Moduls	Studiensemester
	Retail Management & Consumer Experience	Pflichtfach	1. Semester
Modulattribute:	Unterrichtssprache	Moduldauer	Angebotshäufigkeit
	Deutsch	1 Semester	nur im WS
Modulverantwortliche(r):	Graap, Torsten		
Dozent(in):	Graap, Torsten; Stäger, Daniela		
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS/ 4SWS		
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden:	47 h	
	Selbststudium:	78 h	
	Gesamtaufwand:	125 h	
Lehrveranstaltungen des Moduls:			
Lehrformen des Moduls:	SU/Ü – seminaristischer Unterricht/Übung		
Prüfungsleistungen:	schrP 90min – schriftliche Prüfung, 90 Minuten		
Verwendbarkeit für andere Studiengänge:	Keine		
Voraussetzungen gemäß SPO:			
Keine			
Empfohlene Voraussetzungen:			
Keine			
Angestrebte Lernergebnisse:			
<p>Buchführung, Bilanzierung und Jahresabschluss: Die Studierenden verfügen über das Grundwissen der doppelten Buchführung. Sie kennen den sprachlichen Code des Handelsrechts zur Abbildung betrieblicher Zusammenhänge und Wechselwirkungen in der Finanzbuchhaltung. Ferner sind sie in der Lage, ausgewählte Geschäftsvorfälle in Handelsunternehmen buchhalterisch eigenständig zu bearbeiten. Die Studierenden kennen die umfassenden Grundlagen des deutschen Handelsrechts sowie in Ansätzen jene der internationalen IFRS Rechnungslegung. Sie beherrschen die Ansatz- und deren Bewertungsvorschriften. Außerdem verstehen Sie die einzelnen Posten von Bilanz und GuV und können diese eigenständig erstellen. Die Inhalte und Bedeutung weiterer Bestandteile des Jahresabschlusses (Anhang und Lagebericht) können sie erfassen, sodass die Studierenden abschließend die gesamte Unternehmenslage beurteilen können. Sie verstehen weitergehend notwendige Tools wie Bilanzanalyse sowie die legale Bilanzpolitik im Jahresabschluss in den Grundzügen.</p> <p>Steuern: Die Studierenden haben einen Überblick über das System der Besteuerung in Deutschland und Grundkenntnisse in den wichtigsten Steuerarten einschließlich der Bezüge zum Handels- und Steuerbilanzrecht. Sie können in ausgewählten Bereichen Steuerfälle bearbeiten.</p>			
Inhalt:			
Buchführung:			

- Aufgaben und Bedeutung sowie grundlegende Rechengrößen der Finanzbuchhaltung
- Gesetzliche Vorschriften zur Führung von Büchern und zur Aufstellung des Jahresabschlusses
- Grundsätze ordnungsgemäßer Buchführung
- Organisation der Buchführung
- Buchführungs- und Jahresabschlusstechnik
- Verrechnungstechnische Grundlagen und Verbuchung ausgewählter Geschäftsvorfälle

Bilanzierung und Jahresabschluss:

- Rechtliche Grundlagen der deutschen HGB-Rechnungslegung
- Ansatz-, Ausweis- und Bewertungsvorschriften
- Bilanzspezifische Positionen: Anlage- und Umlaufvermögen, Eigenkapital, Fremdkapital (Rückstellungen und Verbindlichkeiten)
- Gewinn- und Verlustrechnung
- Weitere Bestandteile des Jahresabschlusses bzw. der Rechnungslegung
- Grundzüge von: Bilanzpolitik, Bilanzanalyse, IFRS-Rechnungslegung

Steuern:

- Einführung in das System der Besteuerung
- Grundbegriffe des Besteuerungsverfahrens einschließlich der Steuerermittlung, -festsetzung, -erhebung und Rechtsschutz
- Grundlagen der Einkommensteuer
- Grundlagen des Bilanzsteuerrechts
- Grundlagen der Körperschaftsteuer
- Grundlagen der Gewerbesteuer
- Grundlagen der Umsatzsteuer

Literatur:

Buchführung, Bilanzierung und Jahresabschluss:

Verpflichtend:

DÖRING, Ulrich und Rainer BUCHHOLZ, 2021. *Buchhaltung und Jahresabschluss: mit Aufgaben und Lösungen. [... mit 200 MC-Aufgaben]*. 16. Auflage. Berlin: Schmidt. ISBN 978-3-503-19591-6 ; 3-503-19591-2

BUCHHOLZ, Rainer, 2016. *Grundzüge des Jahresabschlusses nach HGB und IFRS: mit Aufgaben und Lösungen*. 9. Auflage. München: Verlag Franz Vahlen. ISBN 978-3-8006-5189-4, 3-8006-5189-0

HGB: Handelsgesetzbuch, 2022. 67. Auflage. München: C.H. Beck. ISBN 978-3-423-531306 (aktuelle Auflage)

Empfohlen:

COENENBERG, Adolf Gerhard, Axel HALLER und Wolfgang SCHULTZE, 2016. *Jahresabschluss und Jahresabschlussanalyse*. 16. Auflage. Stuttgart: Schäffer-Poeschel. ISBN 978-3-7910-3550-5; 3-7910-3550-9

KUDERT, Stephan und Peter SORG, 2020. *Übungsbuch Rechnungswesen. Leicht gemacht*. 4. Auflage. Berlin: Ewald v. Kleist Verlag, ISBN 978-3-874-4037-19

MUMM, Mirja, 2020. *Einführung in das betriebliche Rechnungswesen: Buchführung für Industrie- und Handelsbetriebe* [online]. Berlin, Heidelberg: Springer Berlin Heidelberg PDF e-Book. ISBN 978-3-662-59750-7. Verfügbar unter: <https://doi.org/10.1007/978-3-662-49811-8>.

Steuern:

Verpflichtend:

- BORNHOFEN, Manfred und Ernst BUSCH, 2021. *Steuerlehre 1 Rechtslage 2021: Allgemeines Steuerrecht, Abgabenordnung, Umsatzsteuer*. 42. Auflage. Wiesbaden: Springer Gabler. ISBN 978-3-658-33834-3
- BORNHOFEN, Manfred und Ernst BUSCH, 2021. *Steuerlehre 2 Rechtslage 2020: Einkommenssteuer, Körperschaftsteuer, Gewerbesteuer, Bewertungsgesetz und Erbschaftsteuer*. 41. Auflage. Wiesbaden: Springer Gabler. ISBN 978-3-658-32353-0

Empfohlen:

- HABERSTOCK, Lothar und Volker BREITHECKER, 2016. *Einführung in die betriebswirtschaftliche Steuerlehre: mit Fallbeispielen, Übungsaufgaben und Lösungen*. 17. Auflage. Berlin: Schmidt. ISBN 978-3-503-16730-2

Anmerkungen:

keine

Business English in Retail			
Modulkürzel:	RCE_BER	SPO-Nr.:	16
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Art des Moduls	Studiensemester
	Retail Management & Consumer Experience	Pflichtfach	1. Semester
Modulattribute:	Unterrichtssprache	Moduldauer	Angebotshäufigkeit
	Englisch	1 Semester	nur im WS
Modulverantwortliche(r):	Ridley-Skrozki, Belinda		
Dozent(in):	Ridley-Skrozki, Belinda; Seitz, Daniela		
Leistungspunkte / SWS:	4 ECTS/ 3 SWS		
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden:	45 h	
	Selbststudium:	55 h	
	Gesamtaufwand:	100 h	
Lehrveranstaltungen des Moduls:	Business English in Retail		
Lehrformen des Moduls:	SU/Ü – seminaristischer Unterricht/Übung		
Prüfungsleistungen:	schrP 90min – schriftliche Prüfung, 90 Minuten		
Verwendbarkeit für andere Studiengänge:	Keine		
Voraussetzungen gemäß SPO:			
Keine			
Empfohlene Voraussetzungen:			
B2 Sprachniveau			
Angestrebte Lernergebnisse:			
Retail Themen diskutieren und präsentieren, mit Großhändlern und Lieferanten verhandeln, E-Mails und Geschäftsberichte über Retail Themen schreiben, respektvoller Umgang mit Kunden erlernen und Ausdrucksfähigkeit in einer Konfliktsituation optimieren			
Inhalt:			
Retail Management Themen: z.B. Beschaffungskette, Ladenmanagement, E-Tailing (Amazon usw.), Kunden und Waren, Sortimentsgestaltung, Warenbeschaffung und Einkauf, Lagerhaltung und Versand, kassieren und abrechnen, E-Mailing, verhandeln			
Literatur:			
Verpflichtend: <u>Business Partner B2+</u> , Pearson			
Empfohlen: Grammar in Use, Raymond Murphy, OUP			
Anmerkungen:			
keine			