

Importmodul:

[W.3] <i>Business studies</i>	Betriebswirtschaftslehre	Wahlpflichtmodul	5-10 CP (insg.) = 150-300 h						3-6 SWS	
			Kontaktstudium 3-6 SWS / 45-90 h			Selbststudium 10-5210 h				
Inhalte										
<p><u>Vorlesung „Finanzen 1“:</u> Kapitalwertmethode zur Bewertung von Investitionsprojekten, Grundlagen der Portfoliotheorie nach Markowitz, Risiko-Rendite-Zusammenhang in Modellen (CAPM), zentrale Elemente des einperiodigen Binomialmodells</p> <p><u>Vorlesung „Marketing 1“:</u> Grundprinzipien des Marketing, Marketing-Managementprozess und Strategien der Marktbearbeitung, Analyseinstrumente: Erfahrungskurve und Produktlebenszyklus, Theorien des Konsumentenverhaltens sowie Methoden der Marktforschung und der Marktprognose, Marketing-Mix: Kernelemente der Produktpolitik, der Preispolitik, der Kommunikationspolitik und der Distributionspolitik</p>										
Lernergebnisse / Kompetenzziele										
<p><u>Vorlesung „Finanzen 1“:</u> Die Studierenden...</p> <ul style="list-style-type: none"> - ...erlangen die für das Nebenfachstudium notwendigen finanzwirtschaftlichen Grundlagen. - ...verfügen über ein grundlegendes Verständnis zur Bewertung sicherer und riskanter Zahlungsströme. - ...können das Risiko in Investitionsprojekten erfassen und moderne Finanzinstrumente bewerten. - ...erhalten Einblick in die unterschiedlichen Betrachtungsweisen der neoklassischen und der institutionen-ökonomischen Finanztheorie. - ...eignen sich im Rahmen der Übung Kompetenzen zur Entwicklung von Lösungskonzepten zu Übungsaufgaben an. <p><u>Vorlesung „Marketing 1“:</u> Die Studierenden...</p> <ul style="list-style-type: none"> - ...erlangen die für das Nebenfachstudium notwendigen Grundlagen des Marketings. - ...verstehen die zentrale Bedeutung einer marktorientierten Denkweise und einer an den Kundenpräferenzen ausgerichteten Strategie. - ...verstehen die Analyseinstrumente des Marketings und können die Analysen deuten. - ...erlernen die Anwendung mathematischer und statischer Instrumente auf die wesentlichen Modelle und Lerninhalte. - ...kennen den Marketing-Mix und die Bedeutung seiner Elemente. - ...eignen sich im Rahmen der Übung Kompetenzen zur Entwicklung von Lösungskonzepten zu Übungsaufgaben an. 										
Teilnahmevoraussetzungen für Modul bzw. für einzelne Lehrveranstaltungen des Moduls										
keine										
Organisatorisches										
Importmodul, es gelten die Anmelde- und Rücktrittsfristen des FB02. Diese werden rechtzeitig vor Beginn bekannt gegeben (i.d.R. die ersten 7 Wochen der Vorlesungszeit). Die Anmeldung zur Prüfung erfolgt über Prüfungsamt Bachelor Chemie.										
Zuordnung des Moduls (Studiengang / Fachbereich)			Nebenfach Betriebswirtschaftslehre / FB02							
Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge										
Häufigkeit des Angebots			Jedes Semester							
Dauer des Moduls			1 Semester							
Modulbeauftragte / Modulbeauftragter			Vorlesung Finanzen 1: Prof. C. Schlag Vorlesung Marketing 1: Prof. T. Bornemann							
Studiennachweise/ ggf. als Prüfungsvorleistungen										
Teilnahmenachweise			Übung: Aktive Teilnahme und Bearbeitung von Übungsaufgaben							
Leistungsnachweise / Studienleistung			Keine							
Lehr- / Lernformen			Vorlesung, Übung							
Unterrichts- / Prüfungssprache			Deutsch							
Modulprüfung			Form / Dauer / ggf. Inhalt							
Modulabschlussprüfung bestehend aus:										
kumulative Modulprüfung bestehend aus:			Finanzen 1: Klausur (90 Min.) Marketing 1: Klausur (90 Min.)							
Bildung der Modulnote bei kumulativen Modulprüfungen:			Arithmetisches Mittel							
			LV-Form	SWS	Semester CP					
					1	2	3	4	5	6
	Finanzen 1		V + Ü	3					5	
	Marketing 1		V + Ü	3					5	
	SUMME			6					5-10	