



**Masterstudiengang  
„Bildungs- und Erziehungsprozesse“ (Master of Education)**

**Modulkatalog**

**Wirtschaftswissenschaften**

**Inhaltsübersicht**  
**Modulkatalog Wirtschaftswissenschaften**

**§ 1 Begriffsbestimmung**

**§ 2 Wirtschaftswissenschaften mit 10 ECTS (gemäß § 39 StuPO)**

§ 3 Modul Personal oder Marketing (Master) (gemäß § 39 Abs. 2 Nr. 1 StuPO)

§ 4 Modul Markt und Wettbewerb oder Sozialpolitik oder Arbeitsökonomik (Master) (gemäß § 39 Abs. 2 Nr. 2 StuPO)

**§ 5 Didaktik der Wirtschaftswissenschaften mit 10 ECTS (gemäß § 60 StuPO)**

§ 6 Aufbaumodul Didaktik der Wirtschaftswissenschaften I (gemäß § 60 Abs. 2 Nr. 1 StuPO)

§ 7 Aufbaumodul Didaktik der Wirtschaftswissenschaften I (gemäß § 60 Abs. 2 Nr. 2 StuPO)

**§ 8 Didaktik der Wirtschaftswissenschaften mit 20 ECTS (gemäß § 61 StuPO)**

§ 9 Basismodul Grundlagen der Didaktik der Wirtschaftswissenschaften (gemäß § 61 Abs. 2 Nr. 1 StuPO)

§ 10 Vertiefungsmodul Wahlpflicht Praxis Didaktik der Wirtschaftswissenschaften (gemäß § 61 Abs. 2 Nr. 2 StuPO)

§ 11 Aufbaumodul Didaktik der Wirtschaftswissenschaften I (gemäß § 61 Abs. 2 Nr. 3 StuPO)

§ 12 Aufbaumodul Didaktik der Wirtschaftswissenschaften I (gemäß § 61 Abs. 2 Nr. 4 StuPO)

**Anlage 1: Studienverlaufsplan Wirtschaftswissenschaften mit 10 ECTS-Leistungspunkten**

**Anlage 2: Studienverlaufsplan Didaktik der Wirtschaftswissenschaften mit 10 ECTS-Leistungspunkten**

**Anlage 3: Studienverlaufsplan Didaktik der Wirtschaftswissenschaften mit 20 ECTS-Leistungspunkten**

### § 1: Begriffsbestimmung

|      |   |  |
|------|---|--|
| ECTS | = | Leistungspunkt nach den Richtlinien des ECTS |
| LP   | = | Leistungspunkt nach den Richtlinien des ECTS |
| PL   | = | Prüfungsleistung                             |
| Pnr  | = | Prüfungsnummer                               |
| PR   | = | Praktikum                                    |
| SL   | = | Studienleistung                              |
| SS   | = | Sommersemester                               |
| SWS  | = | Semesterwochenstunde                         |
| Ü    | = | Übung  |
| V    | = | Vorlesung                                    |
| WS   | = | Wintersemester                               |

**§ 2: Wirtschaftswissenschaften mit 10 ECTS**  
(gemäß § 39 StuPO)

(1) <sup>1</sup>Bei der Wahl von Wirtschaftswissenschaften mit zehn ECTS-Leistungspunkten sind die Module aus den Masterstudiengängen der Wirtschaftswissenschaftlichen Fakultät nach Abs. 2 Nrn. 1 und 2 zu bestehen, wobei im Modul Personal oder Marketing eine Veranstaltung nach Wahl der Studierenden zu absolvieren ist.

(2) Die Studierenden absolvieren folgende Module:

**1. Modul Personal oder Marketing (Master) mit 5 ECTS-Leistungspunkten**

|   | SWS | LP | Prüfung*  |
|---|-----|----|---|
| - V Entwicklung von Managementfähigkeiten   | 2   | 5  | Gruppenprojekt mit Klausur (60 Minuten)             |
| <b>oder</b>   |     |    |   |
| - V Strategisches Human Ressourcen Management                                     | 2   | 5  | Fallstudienbearbeitung mit Klausur (60 Minuten)     |
| <b>oder</b>   |     |    |   |
| - V Organizational Behavior - Unternehmensführung und Verhalten in Organisationen | 2   | 5  | Schriftliche Stellungnahme mit Klausur (60 Minuten) |
| <b>oder</b>   |     |    |   |
| - V Services Marketing  | 2   | 5  | Klausur (60 Minuten)                                |
| <b>oder</b>   |     |    |   |
| - V Konsumentenverhalten  | 2   | 5  | Klausur (60 Minuten)                                |
| <b>oder</b>   |     |    |   |

\* Prüfungsleistungen als Modulimport aus einem akkreditierten Studiengang der Wirtschaftswissenschaftlichen Fakultät übernommen.

|  |          |          |                      |
|--|----------|----------|----------------------|
| - V Produkt-, Marken- und Kommunikationsmanagement | 2        | 5        | Klausur (60 Minuten) |
|  | <b>2</b> | <b>5</b> |                      |

**2. Modul Markt und Wettbewerb oder Sozialpolitik oder Arbeitsmarktökonomik (Master) mit 5 ECTS-Leistungspunkten**

|   | SWS      | LP       | Prüfung              |
|---|----------|----------|----------------------|
| - V mit Ü Neue Standorttheorien – Regional- und Stadtökonomik in Theorie und Praxis | 4        | 5        | Klausur (90 Minuten) |
|   | <b>4</b> | <b>5</b> |                      |

**§ 3: Modul Personal oder Marketing (Master)**  
**(gemäß § 39 Abs. 2 Nr. 1 StuPO)**

(1) Im Modul Personal oder Marketing muss eine Veranstaltung nach Wahl der Studierenden absolviert werden.

(2) Die innerhalb dieses Moduls wählbaren Veranstaltungen werden im Folgenden näher beschrieben:

<sup>1</sup>*Entwicklung von Managementfähigkeiten:*

|  |   |
|--|---|
| (PN 264670)  |   |
| Veranstaltungstitel                                    | <b>33164 Entwicklung von Managementfähigkeiten</b>  |
| Name des Hochschullehrers / der Hochschullehrerin      | Prof. Dr. Marina Fiedler  |
| Häufigkeit des Angebots von Modulen / Dauer der Module | Genauere Informationen bezüglich Häufigkeit des Angebots können Sie auf der Lehrstuhlhomepage entnehmen/<br>1 Semester  |
| Inhalt des Moduls                                      | <p>Ziel des Moduls ist die Hervorhebung der Bedeutung und Wichtigkeit von Managementfähigkeiten, das Kennenlernen grundlegender Managementfähigkeiten, die Erläuterung eines Lernmodells zur Entwicklung von Managementfähigkeiten und die kritische Betrachtung der Vorlesungsinhalte.</p> <p>Hierzu werden im Wesentlichen folgende Aspekte behandelt:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Persönliche Fähigkeiten</li> <li>• Glück, Well-Being und Arbeit</li> <li>• Stressmanagement</li> <li>• Analytische und kreative Problemlösung</li> <li>• Kommunikation</li> <li>• Macht und Einfluss</li> <li>• Motivation</li> </ul> <p>Nähere Informationen zur Veranstaltung finden sich jeweils zum Start der Veranstaltung in Stud.IP.</p> |
| Qualifikationsziele des Moduls                         | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Hervorheben der Bedeutung und Wichtigkeit von Managementfähigkeiten</li> <li>• Kennenlernen grundlegender Managementfähigkeiten</li> <li>• Erläuterung eines Lernmodells zur Entwicklung von Managementfähigkeiten und kritische Analyse</li> </ul>  |
| Lehr- und Lernmethoden des Moduls                      | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Interaktiver Frontalunterricht</li> <li>• Gastvorträge verschiedener Experten zum Thema der Bedeutung und Entwicklung von Managementfähigkeiten</li> <li>• Erstellung eines anwendungsbezogenen Gruppenprojekts, in dem Bedeutung und Entwicklung</li> </ul>   |

|  |  |                  |
|--|--|------------------|
|  | einer Managementfähigkeit in einem eigens kreierten Unternehmenskontext umgesetzt werden.  |                  |
| Zusammensetzung / Aufteilung des Workloads:  |  |                  |
| Veranstaltungen  | SWS  | LP / ECTS        |
| Vorlesung  | 2  |                  |
|  |  |                  |
| Summe  | 2  | 5                |
| Aufteilung des Workloads (zu berechnen in Stunden à 60 Minuten auf 15 Semesterwochen, d.h. 14 Vorlesungs- + 1 Prüfungswoche) |  |                  |
|  | Präsenzzeit  | Eigenarbeitszeit |
| Vorlesung  | 30   | 120              |
|  |  |                  |
|  |  |                  |
| Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten/ Dauer der Prüfung                                       | <ul style="list-style-type: none"> <li>Schriftliche Klausur (70% der Gesamtnote), 60 Minuten</li> <li>Erstellung eines Gruppenprojekts zu einer ausgewählten Managementfähigkeit (Durchschnittsnote beider Projektteile geht zu 30 % in die Gesamtnote ein)</li> </ul>   |                  |
| Gewichtung der Einzelleistungen in der Modulnote   | Klausur: 70%<br>Gruppenprojekt: 30%  |                  |
| Begründung der Prüfungsleistung  | <p>Die Benotung der von den Gruppen der Studierenden zu erstellenden Projekte soll nicht nur den Aufwand reflektieren, den die Studierenden investieren, sondern stellt auch einen wesentlichen Bestandteil des für die Veranstaltung vorgesehenen Lernprozesses dar. In den Projekten sollen die Teilnehmer der Veranstaltung das in der Vorlesung erlernte theoretische Wissen praktisch anwenden und in einem Unternehmenskontext vollumfänglich anwenden können. Dies bedeutet, dass sie für ein von ihnen kreiertes Unternehmen den Prozess der Analyse, welche Managementfähigkeiten für das Unternehmen bedeutsam sind bis hin zu wie diese gemessen und weiterentwickelt werden können in vollem Umfang erarbeiten. Die Anwendung der erlernten Inhalte soll das Verstehen anstelle eines passiven Lernens begünstigen. Eine solche Aufgabe trägt direkt zur Berufsbefähigung der Studierenden bei, wäre jedoch innerhalb einer 60-minütigen Klausur aufgrund der Länge und Komplexität nicht umsetzbar. Gleichzeitig soll die Erarbeitung dieser Aufgabe darüber hinaus die Fach- und</p> |                  |

|  |   |
|--|---|
|  | <p>Methodenkompetenz auf individueller Ebene stärken und die Reflektion eigener Managementfähigkeiten anregen. Eine Rückmeldung durch die Korrektur des Inhalts soll den Studierenden eine Rückmeldung zum eigenen Kenntnisstand bieten. Auf Basis dieses Zwischenschritts kann im Verlauf der Veranstaltung der Lernprozess der Studierenden enger begleitet werden, mögliche Defizite erkannt und behoben werden. Das Ziel des Moduls, das im Erkennen der Bedeutung von Managementfähigkeiten und dem Wissen um deren mögliche Weiterentwicklung liegt, kann daher wesentlich besser und in detaillierterem Ausmaß erreicht werden.</p> <p>Zusätzlich soll das Erarbeiten der Projekte in einer Gruppe nicht nur eine sich für die Studierenden im zukünftigen Berufsleben realisierenden Situation darstellen, sondern auch deren Problemlösungskompetenz im Team sowie die damit verbundenen sozialen Fähigkeiten stärken. Zusätzlich zur Projektarbeit werden am Ende des Semesters die erlernten theoretischen Kenntnisse im Rahmen einer Klausur auf individueller Ebene bewertet. Dies soll den Lernerfolg des Moduls insgesamt sicherstellen.</p> |
| Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.) |   |
| Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)   | Werden in der Vorlesung und in den zur Vorlesung gehörenden Unterlagen im Stud.IP bekannt gegeben.  |
| Ansprechpartner für Fragen   | Franz Strich ( <a href="mailto:Franz.Strich@uni-passau.de">Franz.Strich@uni-passau.de</a> )   |



<sup>2</sup>Strategisches Human Ressourcen Management:

|  |   |
|--|---|
| Veranstaltungstitel                                    | (PN 264700)<br><b>33155 Strategisches Human Ressourcen Management</b>   |
| Name des Hochschullehrers / der Hochschullehrerin      | Prof. Dr. Marina Fiedler  |
| Häufigkeit des Angebots von Modulen / Dauer der Module | Genauere Informationen bezüglich Häufigkeit des Angebots können Sie der Lehrstuhlhomepage entnehmen<br><br>1 Semester   |
| Inhalt des Moduls                                      | <p>Strategisches Human Ressourcen Management verbindet die Felder Strategisches Management und Human Ressourcen Management zu einem systematischen Bezugsrahmen. Viele Manager und Organisationen erkennen zunehmend, dass Wettbewerbsvorteile oft nicht vom besten Produktdesign, der besten Marketingstrategie oder durch die beste Produktionstechnologie entstehen, sondern durch Nutzung eines effektiven Systems, um Mitarbeiter zu gewinnen, zu mobilisieren und zu managen. Eine Reihe von neueren Entwicklungen, wie beispielsweise der demographische Wandel, schneller technologischer Wandel, gesteigerter weltweiter Wettbewerb und neue Organisationsformen wie virtuelle Teams machen Human Resource Management zunehmend bedeutsam sowohl für Manager in Großunternehmen als auch für Entrepreneur. Dieses Modul hat zwei zentrale Themen:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>(1) Wie kann man systematisch und strategisch über Aspekte des Managements von Mitarbeitern nachdenken?</li> <li>(2) Wie kann man Human Resource Management so einsetzen, dass Wettbewerbsvorteile zu erzielen sind?</li> </ol> <p>Zur Untersuchung dieser Fragen wird zunächst die Implementierung von Strategie und die Bedeutung der Ausrichtung der Human Resource Praktiken auf die Strategie thematisiert, so dass HR Management und Strategie konsistent aufeinander abgestimmt sind. Darauf aufbauend werden HR Hebel mit Hilfe von Fallstudien analysiert, die Managern zu Verfügung stehen, um ein effektives Personalsystem zu schaffen.</p> <p>Nähere Informationen zur Veranstaltung finden sich jeweils zum Start der Veranstaltung in StudIP</p> |
| Qualifikationsziele des Moduls                         | Kenntnis des Zusammenhangs zwischen HRM und Strategie   |

|  |   |             |                  |
|--|---|-------------|------------------|
| Lehr- und Lernmethoden des Moduls  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Interaktiver Frontalunterricht</li> <li>• Gastvorträge von Experten aus der Praxis der HR Strategie sowie des HR Managements</li> <li>• Bearbeitung und Lösung verschiedener Fallstudien zu unterschiedlichen strategischen Kontexten</li> </ul>   |             |                  |
| Zusammensetzung / Aufteilung des Workloads:  |   |             |                  |
| Veranstaltungen  |   | SWS         | LP / ECTS        |
|  |   |             |                  |
| Vorlesung  |   | 2           |                  |
|  |   |             |                  |
|  |   |             |                  |
| Summe  |   | 2           | 5                |
|  |   |             |                  |
| Aufteilung des Workloads (zu berechnen in Stunden à 60 Minuten auf 15 Semesterwochen, d.h. 14 Vorlesungs- + 1 Prüfungswoche) |   |             |                  |
|  |   |             |                  |
|  |   | Präsenzzeit | Eigenarbeitszeit |
| Vorlesung  |   | 30          | 120              |
|  |   |             |                  |
|  |   |             |                  |
| Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten/ Dauer der Prüfung                                       | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Schriftliche Klausur, 60 Minuten</li> <li>• Fallstudienbearbeitung in Gruppenarbeit, jeweils vor der dazugehörigen Vorlesung in Form von Kurzessays</li> </ul>   |             |                  |
|  | Beachten Sie hierfür bitte die aktuellen Hinweise in der Veranstaltung sowie im Stud.IP.  |             |                  |
| Gewichtung der Einzelleistungen in der Modulnote   | Klausur: 70%  |             |                  |
|  | Fallstudienbearbeitung: 30%   |             |                  |
| Begründung der Prüfungsleistung  | Die Benotung der von den Gruppen der Studierenden zu erstellenden Fallstudienbearbeitung soll nicht nur den Aufwand reflektieren, den die Studierenden investieren, sondern stellt auch einen wesentlichen Bestandteil des für die Veranstaltung vorgesehenen Lernprozesses dar. In den Fallstudien sollen die Teilnehmer der Veranstaltung das in der Vorlesung erlernte theoretische Wissen praktisch anwenden und in einem Unternehmenskontext vollumfänglich anwenden können. Die Anwendung der erlernten Inhalte soll das Verstehen anstelle eines passiven Lernens begünstigen. Eine solche Aufgabe trägt direkt zur Berufsbefähigung der Studierenden bei, wäre jedoch innerhalb einer 60-minütigen Klausur aufgrund der Länge und Komplexität nicht umsetzbar. Gleichzeitig soll die Erarbeitung dieser Aufgabe darüber hinaus die Fach- und Methodenkompetenz auf individueller Ebene stärken. Eine Rückmeldung durch die Korrektur des Inhalts soll den Studierenden eine Rückmeldung zum eigenen Kenntnisstand bieten. Auf Basis dieses Zwischenschritts |             |                  |

|  |   |
|--|---|
|  | <p>kann im Verlauf der Veranstaltung der Lernprozess der Studierenden enger begleitet werden, mögliche Defizite erkannt und behoben werden. Das Ziel des Moduls, kann daher wesentlich besser und in detaillierterem Ausmaß erreicht werden.</p> <p>Zusätzlich soll das Erarbeiten der Fallstudien in einer Gruppe nicht nur eine sich für die Studierenden im zukünftigen Berufsleben realisierenden Situation darstellen, sondern auch deren Problemlösungskompetenz im Team sowie die damit verbundenen sozialen Fähigkeiten stärken. Zusätzlich zur Fallstudienbearbeitung werden am Ende des Semesters die erlernten theoretischen Kenntnisse im Rahmen einer Klausur auf individueller Ebene bewertet. Dies soll den Lernerfolg des Moduls insgesamt sicherstellen.</p> |
| Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.) | Evtl. Gastvorträge aus der Praxis   |
| Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)   | Werden in der Vorlesung und in den zur Vorlesung gehörenden Unterlagen im Stud.IP bekannt gegeben.  |
| Ansprechpartner für Fragen   | Franz Strich ( <a href="mailto:Franz.Strich@uni-passau.de">Franz.Strich@uni-passau.de</a> )   |

<sup>3</sup>Organizational Behavior - Unternehmensführung und Verhalten in Organisationen:

|  |   |
|--|---|
| Veranstaltungstitel                                    | (PN 264170)<br><b>33160 Organizational Behavior –<br/>Unternehmensführung und Verhalten in<br/>Organisationen</b>   |
| Name des Hochschullehrers / der Hochschullehrerin      | Prof. Dr. Marina Fiedler  |
| Häufigkeit des Angebots von Modulen / Dauer der Module | Genauere Informationen bezüglich Häufigkeit des Angebots können Sie auf der Lehrstuhlhomepage entnehmen<br><br>1 Semester   |
| Inhalt des Moduls                                      | Zahlreiche Untersuchungen zeigen, dass das Verhalten von Mitarbeitern Einfluss auf so zentrale unternehmerische Kenngrößen wie Mitarbeiter-Fluktuation, Gewinn und Umsatz hat und so nachhaltige Wettbewerbsvorteile für das Unternehmen schaffen kann. Ziel der Veranstaltung ist die Hervorhebung der Bedeutung und Wichtigkeit von Unternehmensführung und Verhalten in Organisationen mit besonderem Bezug auf Wandel in Organisationen.<br>Hierzu werden im Wesentlichen folgende Aspekte behandelt: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Führungsstile</li> <li>• Kommunikation und Feedback</li> <li>• Verhandlungsmanagement</li> <li>• Konfliktmanagement</li> <li>• Messung von Stärken</li> <li>• Verschiedene Methoden und Ansätze des Change Management</li> </ul> <p>Nähere Informationen zum Modul finden sich jeweils zum Start der Veranstaltung in Stud.IP.</p> |
| Qualifikationsziele des Moduls                         | Verdeutlichung der Bedeutung und Wichtigkeit von Unternehmensführung und Verhalten in Organisationen  |
| Lehr- und Lernmethoden des Moduls                      | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Interaktiver Frontalunterricht</li> <li>• Diskussion der Change Inhalten mit Vertretern aus der Praxis</li> <li>• Erarbeitung von eigenen Tools zu den verschiedenen Themenbereichen</li> </ul>  |

| Zusammensetzung / Aufteilung des Workloads:  |  |                  |
|--|--|------------------|
| Veranstaltungen  | SWS  | LP / ECTS        |
| Vorlesung  | 2  |                  |
|  |  |                  |
| Summe  | 2  | 5                |
| Aufteilung des Workloads (zu berechnen in Stunden à 60 Minuten auf 15 Semesterwochen, d.h. 14 Vorlesungs- + 1 Prüfungswoche) |  |                  |
|  | Präsenzzeit  | Eigenarbeitszeit |
| Vorlesung  | 30   | 120              |
|  |  |                  |
|  |  |                  |
| Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten/ Dauer der Prüfung                                       | 60-minütige schriftliche Klausur am Ende des Semesters. <b>Voraussetzung für die Teilnahme an der Klausur ist die Abgabe und das Bestehen der ersten Teilleistung</b> , deren Bearbeitung parallel zur Veranstaltung verläuft. <b>Ohne das Erstellen und Bestehen der Teilleistungen ist eine Teilnahme an der Klausur nicht möglich und der Kurs gilt als nicht bestanden. Zum Bestehen der Veranstaltung müssen beide Teilleistungen einzeln bestanden werden.</b> Beachten Sie hierfür bitte die aktuellen Hinweise in der Veranstaltung sowie im Stud.IP.  |                  |
| Gewichtung der Einzelleistungen in der Modulnote   | Teilleistung 1: Bewertung der selbsterstellten Tools, 30%<br>Teilleistung 2: 60-minütige Klausur, 70%  |                  |
| Begründung der Prüfungsleistung  | Die Benotung der schriftlichen Stellungnahmen zu den verschiedenen Thesen soll zum einen der Umsetzung des theoretisch erlernten Stoffs in praxisrelevante Situationen dienen. Aufgrund der Thematik aus dem Bereich des Verhaltens von Mitarbeitern wäre ohne das Fördern des direkten und selbständigen Anwendens des Stoffs der für das Modul vorgesehene Lernprozess auf zu viele theoretische Komponenten beschränkt. Die praktische Anwendbarkeit wird den Studierenden häufig erst durch das aktive und selbstgesteuerte Durchdenken verschiedener Thematiken bewusst. Das eigentliche Verstehen geschieht erst dann, wenn die Studierenden dazu aufgefordert werden, auf Basis des erlernten Stoffs eigene Lösungswege für praxisrelevante Situationen und Probleme zu entwickeln. Daher soll das Erstellen der kurzen Stellungnahme (jeweils ca. 1 Seite) den vollen Lernerfolg des Moduls bei den Studierenden begünstigen. Gleichzeitig erfolgt durch die Korrektur der eingereichten Stellungnahmen eine Rückmeldung an die Studierenden über ihren Kenntnisstand und hilft somit, den Lernprozess des Moduls zu begleiten. Mögliche offene Fragen und Wissens- oder Verständnislücken |                  |

|  |  |
|--|--|
|  | <p>können somit sehr viel zielgenauer aufgegriffen und in der Veranstaltung diskutiert werden. Gleichzeitig soll das Erarbeiten der Stellungnahmen in der Gruppe die sozialen Fähigkeiten der Studierenden trainieren. Schlüsselqualifikationen wie das Arbeiten im Team oder die Problemlösungskompetenz in der Gruppe sollen dadurch ausgebaut werden. Da es sich bei den Thesen um durchaus kritische Themen handelt (z.B. „Konflikte sind ineffizient“ oder „Die großen Leistungen in der Geschichte sind insbesondere von Individuen geschaffen worden“) soll durch die in Gruppen entstehenden Diskussionen auch die Konfliktfähigkeit der Studierenden gefördert werden. Gleichzeitig sollen die auf den Umgang mit Menschen in Organisationen zugeschnittenen Fragestellungen eine Diskussion über ethisches Verhalten von Führungskräften sowie Mitarbeitern in Unternehmen anregen. Diese Diskussionen tragen enorm zum Erreichen der Qualifikationsziele des Moduls bei und könnten im Rahmen einer Klausur nicht annähernd abgedeckt werden. Zum Ende der Veranstaltung folgt zur Überprüfung der fachlichen Kompetenzen und des erlernten theoretischen Wissens zusätzlich eine Klausur. Diese soll zur abschließenden Bewertung des Lernerfolgs der Studierenden auf individueller Basis dienen.</p> |
| Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.) |  |
| Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)   | Werden in der Vorlesung und in den zur Vorlesung gehörenden Unterlagen im Stud.IP bekannt gegeben.   |
| Ansprechpartner für Fragen   | Franz Strich ( <a href="mailto:Franz.Strich@uni-passau.de">Franz.Strich@uni-passau.de</a> )  |

<sup>4</sup>Services Marketing:

|  |  |           |
|--|--|-----------|
| Veranstaltungstitel                                    | (PN 265111)  |           |
|  | <b>34530 Services Marketing</b>  |           |
| Name des Hochschullehrers / der Hochschullehrerin      | Prof. Dr. Jan H. Schumann  |           |
| Häufigkeit des Angebots von Modulen / Dauer der Module | Jedes Wintersemester<br>1 Semester   |           |
| Inhalt des Moduls                                      | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Focus on the characteristics of service marketing</li> <li>• Distinction between services and products</li> <li>• Organizational challenges of service management</li> <li>• Tools used to market services</li> <li>• Overarching tools for planning and strategic control such as Customer Relationship Management and examples of selected service industries (media, financial services)</li> </ul>  |           |
| Qualifikationsziele des Moduls                         | <p>At the end of the lecture students will be able to...</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• ... understand the specific challenges regarding management and marketing of services versus physical products</li> <li>• ...develop and establish the organizational preconditions for an effective service management</li> <li>• ...plan and implement the marketing mix for services</li> <li>• ...obtain a deeper understanding of customers' perceptions of services</li> </ul> |           |
| Lehr- und Lernmethoden des Moduls                      | Interaktiver Frontalunterricht   |           |
| Voraussetzungen für die Teilnahme                      | Grundkenntnisse in „Marketing“ sind vorteilhaft.   |           |
| <b>Zusammensetzung / Aufteilung des Workloads:</b>     |  |           |
| Veranstaltungen  | SWS  | LP / ECTS |
|  |  |           |
| Vorlesung  | 2  |           |
|  |  |           |
| Summe  | 2  | 5         |

|  |             |  |
|--|-------------|--|
| Aufteilung des Workloads (zu berechnen in Stunden à 60 Minuten auf 15 Semesterwochen, d.h. 14 Vorlesungs- + 1 Prüfungswoche) |             |  |
|  | Präsenzzeit | Eigenarbeitszeit   |
| Vorlesung  | 30          | 120  |
| Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten/ Dauer der Prüfung                                       |             | Endklausur, 60 Minuten   |
| Gewichtung der Einzelleistungen in der Modulnote   |             | Endklausur: 100 %  |
| Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)   |             | Die Veranstaltung soll durch Gastvorträge ergänzt werden.<br>Die Veranstaltung findet in <b>englischer Sprache</b> statt.  |
| Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)   |             | Fitzsimmons, J. A. & Fitzsimmons, M. J. (2013). Service Management: Operations, Strategy, Information Technology (8th ed.). McGraw-Hill: New York.<br><br>Lovelock, C. & Wirtz, J. (2011). Services Marketing: People, Technology, Strategy (7th ed.). Prentice Hall: Upper Saddle River.<br><br>Meffert, H. & Bruhn, M. (2012). Dienstleistungsmarketing: Grundlagen, Konzepte, Methoden (7. Aufl.). Gabler: Wiesbaden.<br><br>Wilson, A. et al. (2012). Services Marketing. Integrating Customer Focus Across the Firm. 2. europäische Auflage, New York: McGraw-Hill. |



<sup>5</sup>Konsumentenverhalten:

|  |   |
|--|---|
| Veranstaltungstitel                                    | <b>34730 Konsumentenverhalten</b> (PN 264840)   |
| Name des Hochschullehrers / der Hochschullehrerin      | Prof. Dr. Jan H. Schumann   |
| Häufigkeit des Angebots von Modulen / Dauer der Module | Jedes Sommersemester / 1 Semester   |
| Inhalt des Moduls                                      | Das Modul gibt einen Überblick über konsumrelevante Wahrnehmungs-, Bewertungs- und Entscheidungsprozesse im Rahmen der individuellen Informationsverarbeitung. Hierbei werden aktuelle Erkenntnisse aus der Motivations-, Emotions-, Wahrnehmungs- und Sozialpsychologie berücksichtigt und aus einer problem- und managementorientierten Perspektive dargestellt. Zahlreiche Beispiele illustrieren, wie diese grundlegenden theoretischen Prinzipien in der Unternehmenspraxis zur Anwendung kommen können.   |
| Qualifikationsziele des Moduls                         | Durch aktive Teilnahme und das dazugehörige Selbststudium sollen die Studierenden in die Lage versetzt werden: <ul style="list-style-type: none"> <li>• die wesentlichen Aussagen der zentralen verhaltenswissenschaftlichen Theorien zu verinnerlichen.</li> <li>• verhaltenswissenschaftliche Theorien und Erkenntnisse auf praktische Problemstellungen des Marketing anzuwenden.</li> <li>• die Anwendung der Instrumente des Marketing-Mix im Hinblick auf den Konsumenten optimal zu gestalten.</li> <li>• die ethischen Konsequenzen der Anwendung der gelernten Inhalte vor dem Hintergrund einer gesamtgesellschaftlichen Verantwortung kritisch zu hinterfragen.</li> </ul> |
| Lehr- und Lernmethoden des Moduls                      | Interaktiver Frontalunterricht  |
| Voraussetzungen für die Teilnahme                      | Grundkenntnisse in „Marketing“ werden empfohlen.  |

| Zusammensetzung / Aufteilung des Workloads:  |  |                  |
|--|--|------------------|
| Veranstaltungen  | SWS  | LP / ECTS        |
| Vorlesung  | 2  |                  |
|  |  |                  |
| Summe  | 2  | 5                |
| Aufteilung des Workloads (zu berechnen in Stunden à 60 Minuten auf 15 Semesterwochen, d.h. 14 Vorlesungs- + 1 Prüfungswoche) |  |                  |
|  |  |                  |
|  | Präsenzzeit  | Eigenarbeitszeit |
| Vorlesung  | 30   | 120              |
|  |  |                  |
| Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten/ Dauer der Prüfung                                       | Endklausur, 60 Minuten   |                  |
| Gewichtung der Einzelleistungen in der Modulnote   | Endklausur: 100%   |                  |
| Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)   | Die Veranstaltung soll durch Gastvorträge ergänzt werden.  |                  |
| Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Koeber-Riel, W. Weinberg, P. / Gröppel-Klein, A. (2008): Konsumentenverhalten (9. Aufl.), München: Vahlen.</li> <li>• Hoyer, W.D./MacInnis, D. J. (2009): Consumer Behavior, International Edition (5th ed.), Cengage Learning Services.</li> <li>• Trommsdorff, H (2004): Konsumentenverhalten (6. Aufl.), Stuttgart.</li> </ul> |                  |

<sup>6</sup>Produkt-, Marken- und Kommunikationsmanagement:

|  |   |
|--|---|
| Veranstaltungstitel                                    | (PN 264950)   |
|  | <b>33820 Produkt-, Marken- und Kommunikationsmanagement</b>   |
| Name des Hochschullehrers / der Hochschullehrerin      | Prof. Dr. Dirk Totzek   |
| Häufigkeit des Angebots von Modulen / Dauer der Module | Wintersemester<br>1 Semester  |
| Inhalt des Moduls                                      | <p>Das Modul behandelt die Bedingungen und Herausforderungen des Managements von Produkten bzw. Marken sowie der Kommunikation. Die Inhalte umfassen:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Präferenztheoretische Grundlagen des Konsumentenverhaltens</li> <li>• Modellierung und Messung der Kommunikationswirkung</li> <li>• Instrumente zur Budgetierung von Kommunikationsausgaben</li> <li>• Grundlagen für die Gestaltung und Führung von Marken</li> <li>• Messung des Markenerfolgs</li> <li>• Zentrale Entscheidungsfelder der Ausgestaltung und Führung von Produktprogrammen und Markenarchitekturen.</li> </ul> |
| Qualifikationsziele des Moduls                         | <p>Die Studierenden sollen am Ende in der Lage sein:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Konzepte und Methoden zur Führung von Produktprogrammen und Marken anzuwenden</li> <li>• Methoden zur Bewertung und Steuerung von Marken einzusetzen</li> <li>• Wirkungen von Kommunikationsmaßnahmen zu messen</li> <li>• Optimale Kommunikationsbudgets zu planen</li> <li>• Optimale Verteilungen von Kommunikationsbudgets über verschiedene Medien und über die Zeit zu planen</li> </ul>  |
| Lehr- und Lernmethoden des Moduls                      | Interaktiver Frontalunterricht  |
| Voraussetzungen für die Teilnahme                      | Kenntnisse in „Marketing“ und Modulen des Gebiets Methoden (z.B. „Multivariate Verfahren“) werden nachdrücklich empfohlen.  |

| Zusammensetzung / Aufteilung des Workloads:   |             |                  |
|---|-------------|------------------|
| Veranstaltungen   | SWS         | LP / ECTS        |
| Vorlesung   | 2           |                  |
| Summe   | 2           | 5                |
| Aufteilung des Workloads (zu berechnen in Stunden à 60 Minuten auf 15 Semesterwochen, d.h. 14 Vorlesungs- + 1 Prüfungswoche)  |             |                  |
|   | Präsenzzeit | Eigenarbeitszeit |
| Vorlesung   | 30          | 120              |
| Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten   |             |                  |
| Klausur, 60 Minuten   |             |                  |
| Gewichtung der Einzelleistungen in der Gesamtnote   |             |                  |
| Klausur: 100%   |             |                  |
| Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)  |             |                  |
| Im Rahmen der Veranstaltung finden punktuell Gastvorträge statt.  |             |                  |
| Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)  |             |                  |
| Basisliteratur: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Herrmann, A., Huber, F. (2009), Produktmanagement, 2. Aufl., Wiesbaden.</li> <li>• Homburg, Ch. (2015), Marketingmanagement, 5. erw. Aufl., Wiesbaden.</li> <li>• Esch, F.-R. (2012), Strategie und Technik der Markenführung, 7. Aufl., München.</li> <li>• Shimp, T.A., Andrews, J.C. (2013), Advertising, Promotion, and other aspects of Integrated Marketing Communications, 9. Aufl., Stamford.</li> </ul> Ausgewählte Aufsätze als Pflichtlektüre |             |                  |

**§ 4: Modul Markt und Wettbewerb oder Sozialpolitik oder Arbeitsmarktökonomik  
(Master) (gemäß § 39 Abs. 2 Nr. 2 StuPO)**

|  |  |
|--|--|
| Veranstaltungstitel                                    | <b>Neue Standorttheorien – Regional- und Stadtökonomik in Theorie und Praxis</b><br><br>(PN 272041)  |
| Name des Hochschullehrers / der Hochschullehrerin      | Dr. Oliver Farhauer  |
| Häufigkeit des Angebots von Modulen / Dauer der Module | Jeweils im Wintersemester<br>1 Semester  |
| Inhalt des Moduls                                      | <p>In diesem Modul werden sowohl traditionelle als auch neuere und neueste Theorien zur Standortwahl vorgestellt. Die traditionellen Standorttheorien umfassen die klassische Standortlehre, die Agglomerationsökonomik sowie die Untersuchung der Effekte unterschiedlicher Branchenstrukturen auf eine Stadt oder Region. Daneben werden neuere Ansätze wie die Cluster- und Netzwerktheorie von Michael Porter und neueste Erklärungsmodelle wie die Neue Ökonomische Geographie und die Theorie der Kreativen Klasse präsentiert. Sie alle machen Gründe für die räumliche Ballung wirtschaftlicher Aktivität anschaulich. Von Interesse ist aber auch die Entwicklung von Regionen und Ballungsgebieten. Deshalb werden ebenfalls Theorien zu regionaler Entwicklung und regionalem Wachstum ausführlich thematisiert. Damit die Studierenden regional- und stadtökonomische Untersuchungen (z. B. im Rahmen von Seminar- und Abschlussarbeiten, Kurzanalysen etc.) selbst durchführen können, wird auch Wissen über die empirische Methodik vermittelt. So werden verschiedenste Maße der räumlichen Konzentration und regionalen Spezialisierung vorgestellt sowie die Durchführung einer Shift-Share- und Input-Output-Analyse demonstriert.</p> |
| Qualifikationsziele des Moduls                         | <p>Das Modul zeichnet sich durch eine besondere didaktische Aufbereitung aus: So werden Gleichungen in den theoretischen Kapiteln stets ausführlich interpretiert, damit der Gedankengang dahinter ersichtlich wird. Auf diese Weise wird angestrebt, den Studierenden die Scheu vor komplexeren Modellen oder auch nur „umständlich“ aussehenden Formeln zu nehmen. In den anwendungsorientierten Kapiteln wird stets auf einfache, leicht nachvollziehbare Beispiele zurückgegriffen, die es dem Leser ermöglichen, die vorgestellten Maßzahlen für eigene Untersuchungen selbst zu berechnen und die empirischen Analysen anhand des Leitfadens nachzuvollziehen. In dieser Lehrveranstaltung geht es</p>   |

|  |   |                            |
|--|---|----------------------------|
|  | daher nicht nur um die Vermittlung von Fach- und Faktenwissen, sondern es soll vielmehr anwendbares Wissen vermittelt werden, das befähigt, das Gelesene eigenständig zu reproduzieren und anzuwenden.  |                            |
|  | Inhaltliche Schwerpunkte bilden:  |                            |
|  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Industriestandortlehre und Standortstrukturtheorien</li> <li>• Agglomerationsökonomik und Branchenstrukturen</li> <li>• Cluster- und Netzwerktheorie</li> <li>• Regionale Entwicklungs- und Wachstumstheorien</li> <li>• Maße der regionalen Spezialisierung und räumlichen Konzentration</li> <li>• Shift-Share-Analyse und Input-Output-Analyse</li> </ul> |                            |
| Lehr- und Lernmethoden des Moduls  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Interaktiver Frontalunterricht</li> </ul>  |                            |
| <b>Zusammensetzung / Aufteilung des Workloads:</b>   |   |                            |
| Veranstaltungen  |   | SWS                        |
| Vorlesung  |   | 2                          |
| Übung  |   | 2                          |
| Summe  |   | 4                          |
|  |   | 5                          |
| Aufteilung des Workloads (zu berechnen in Stunden à 60 Minuten auf 15 Semesterwochen, d.h. 14 Vorlesungs- + 1 Prüfungswoche) |   |                            |
|  | Präsenzzeit (in Std.)   | Eigenarbeitszeit (in Std.) |
| Vorlesung  | 30  | 45                         |
| Übung  | 30  | 45                         |
| Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten/ Dauer der Klausur                                       | Klausur 90 Minuten  |                            |
| Gewichtung der Einzelleistungen in der Modulnote   | Klausur: 100%   |                            |
| Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)   | Durch Gastvorträge soll den Studierenden ein Einblick in die aktuelle Standortforschung ermöglicht werden.  |                            |
| Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Farhauer/Kröll (2014): Standorttheorien - Regional- und Stadtökonomik in Theorie und Praxis, Springer Gabler Verlag, 2 Auflage.</li> </ul>   |                            |

**§ 5: Didaktik der Wirtschaftswissenschaften mit 10 ECTS-Leistungspunkten  
(gemäß § 60 StuPO)**

(1) Bei der Wahl der Didaktik der Wirtschaftswissenschaften mit zehn ECTS-Leistungspunkten sind die Aufbaumodule nach Abs. 2 Nrn. 1 und 2 zu bestehen.

(2) Die Studierenden absolvieren folgende Module:

1. Aufbaumodul Didaktik der Wirtschaftswissenschaften I mit fünf ECTS-Leistungspunkten

| <b>Aufbaumodul Didaktik der Wirtschaftswissenschaften I</b> | SWS | LP | Summe    |  |
|---|-----|----|----------|--|
| - SE Didaktik des Rechnungswesens                           | 2   | 5  |          | Schriftliche Hausarbeit (12 – 15<br>Seiten Text ohne Anhang)<br>(Themen nach Losverfahren) |
|   |     |    | <b>5</b> |  |

2. Aufbaumodul Didaktik der Wirtschaftswissenschaften II mit fünf ECTS-Leistungspunkten.

| <b>Aufbaumodul Didaktik der Wirtschaftswissenschaften II</b>   | SWS | LP | Summe    |                      |
|--|-----|----|----------|----------------------|
| - SE Fachdidaktik II (andere thematische Ausrichtung, als im<br>Vertiefungsmodul Wahlpflicht Praxis Didaktik der<br>Wirtschaftswissenschaften) | 2   | 5  |          | Klausur (60 Minuten) |
|  |     |    | <b>5</b> |                      |

**§ 6: Aufbaumodul Didaktik der Wirtschaftswissenschaften I**  
(zu § 60 Abs. 2 Nr. 1 StuPO)

| Modulvoraussetzungen | Modulangebot | Empfohlener Zeitpunkt | Moduldauer |
|----------------------|--------------|-----------------------|------------|
| keine                | WS           | 1. – 2. Semester      | 1 Semester |

| Pnr    | Veranstaltung                   | SWS | ECTS | Prüfung   | SL/PL | Anwesenheit* |     |         |
|--------|---------------------------------|-----|------|---|-------|--------------|-----|---------|
|        |                                 |     |      |   |       | keine        | 50% | vollst. |
| 744711 | SE Didaktik des Rechnungswesens | 2   | 5    | Schriftliche Hausarbeit (12 – 15 Seiten Text ohne Anhang)<br>(Themen nach Losverfahren) | PL    | X            |     |         |
|        |                                 | 2   | 5    |   |       |              |     |         |

**Errechnung der Modulnote**

Die Endnote des Moduls entspricht der Note der Veranstaltung

**Fachgebiet | verantwortlich:**

Didaktik der Wirtschaftswissenschaften | Gerhard Hopf, Steffen Ellbrück

**Berechnung des Workload:**

30 Stunden Präsenzstundenzeit | 120 Stunden Selbststudienzeit

**\* Begründung der Anwesenheitspflicht: -****Inhalte und Kompetenzerwerb:**

Die Veranstaltungen des Moduls behandeln ausgewählte Inhalte der Bekanntmachung des Bayerischen Staatsministeriums für Unterricht und Kultus vom 2.1.2009, AZ: III.8-5S 4020-PRA.599 zu § 56 LPO I (KWMBI. Nr. 2/2009, S. 34ff), im Speziellen:

- Systematik wirtschaftsdidaktischer Konzeptionen
- Erklärungswert didaktischer Theorien und Modelle
- Unterrichtsplanung und wirtschaftsdidaktische Konzeption
- Lehrplan und Curriculum
- Lernmittelanalyse
- Reflexion ökonomischen Handelns und wirtschaftsethischer/unternehmensethischer Positionen
- Reflexion und Weiterentwicklung innovativer Konzepte zur Förderung ökonomischer Bildung



Mittels dieser Inhalte werden die Studierenden in der Lage sein,

- methodisch durchdachte Lernprozesse zu selbst gewählten Beispielen der Wirtschaftsinformatik, Buchführung und Betriebswirtschaftslehre/Rechnungswesen unter Berücksichtigung des Lehrplans zu konzipieren.
- Wirtschaftsinformatik, Buchführung und Betriebswirtschaftslehre/Rechnungswesen unter didaktischen Gesichtspunkten zu erfassen.
- Lernprozesse mit Hilfe von Fremd- und Selbstevaluation zu beurteilen.
- fachliche Prinzipien und Arbeitsweisen sach- und schülergerecht einzuführen, weiterzuentwickeln und zu beurteilen.

**§ 7: Aufbaumodul Didaktik der Wirtschaftswissenschaften II**  
(zu § 60 Abs. 2 Nr. 2 StuPO)

| Modulvoraussetzungen | Modulangebot | Empfohlener Zeitpunkt | Moduldauer |
|----------------------|--------------|-----------------------|------------|
| keine                | WS           | 1. – 2. Semester      | 1 Semester |

| Pnr    | Veranstaltung   | SWS      | ECTS     | Prüfung              | SL/PL | Anwesenheit* |     |         |
|--------|---|----------|----------|----------------------|-------|--------------|-----|---------|
|        |   |          |          |                      |       | keine        | 50% | vollst. |
| 778931 | SE Fachdidaktik II<br>( <i>es muss eine andere thematische Ausrichtung als im Vertiefungsmodul Wahlpflicht Praxis Didaktik der Wirtschaftswissenschaften gewählt werden</i> ) | 2        | 5        | Klausur (60 Minuten) | PL    | X            |     |         |
|        |   | <b>2</b> | <b>5</b> |                      |       |              |     |         |

**Errechnung der Modulnote**

Die Endnote des Moduls entspricht der Note der Veranstaltung.

**Fachgebiet | verantwortlich:**

Didaktik der Wirtschaftswissenschaften | Gerhard Hopf

**Berechnung des Workload:**

30 Stunden Präsenzstundenzeit | 120 Stunden Selbststudienzeit

**\* Begründung der Anwesenheitspflicht: -****Inhalte und Kompetenzerwerb:**

Die Veranstaltungen des Moduls behandeln ausgewählte Inhalte der Bekanntmachung des Bayerischen Staatsministeriums für Unterricht und Kultus vom 2.1.2009, AZ: III.8-5S 4020-PRA.599 zu § 56 LPO I (KWMBI. Nr. 2/2009, S. 34ff), im Speziellen:

- Systematik wirtschaftsdidaktischer Konzeptionen
- Methoden wirtschaftsdidaktischer Modellbildung
- Erklärungswert didaktischer Theorien und Modelle
- Bedeutung wirtschaftlicher und rechtlicher Bildung
- Institutionalisierung ökonomischer Bildung

- ökonomische Bildung und Bildungsauftrag der einzelnen Schularten (Realschule)
- Interaktionspartner und Lernorte zur Förderung ökonomischer Bildung
- Methodenkonzeptionen
- Medieneinsatz und multimediale Lernarrangements
- Unterrichtsplanung und wirtschaftsdidaktische Konzeption
- Lehrplan und Curriculum
- Reflexion und Weiterentwicklung innovativer Konzepte zur Förderung ökonomischer Bildung

Mittels dieser Inhalte werden die Studierenden in der Lage sein,

- wichtige (wirtschafts-)didaktische Theorien, Modelle und Konzeptionen zu beschreiben und deren Stellenwert bei der Unterrichtsplanung wiederzugeben.
- Lehrplan und Curriculum unter didaktischen und wirtschafts- bzw. unternehmensethischen Gesichtspunkten zu erfassen.
- Aspekte ökonomischen Handelns und ökonomischer Bildung zu reflektieren.
- Lernprozesse mit Hilfe von Fremd- und Selbstevaluation zu beurteilen.
- fachliche Prinzipien und Arbeitsweisen sach- und schülergerecht einzuführen, weiterzuentwickeln und zu beurteilen.

**§ 8: Didaktik der Wirtschaftswissenschaften mit 20 ECTS-Leistungspunkten  
(gemäß § 61 StuPO)**

(1) <sup>1</sup>Bei der Wahl der Didaktik der Wirtschaftswissenschaften mit 20 ECTS-Leistungspunkten sind das Basismodul nach Abs. 2 Nr. 1, das Vertiefungsmodul nach Abs. 2 Nr. 2 und die Aufbaumodule nach Abs. 2 Nrn. 3 und 4 abzulegen. <sup>2</sup>Das Basismodul soll vor dem Vertiefungsmodul, das Vertiefungsmodul vor den Aufbaumodulen absolviert werden. <sup>3</sup>Es besteht die Möglichkeit, das studienbegleitende fachdidaktische Praktikum nach § 41 Abs. 2 im Rahmen des Vertiefungsmoduls nach Abs. 2 Nr. 2 abzulegen.

(2) Die Studierenden absolvieren folgende Module:

1. Basismodul Grundlagen der Didaktik der Wirtschaftswissenschaften mit fünf ECTS-Leistungspunkten

| <b>Basismodul Grundlagen der Didaktik der Wirtschaftswissenschaften</b> | SWS | LP | Summe    |   |
|---|-----|----|----------|---|
| - V Einführung in die Fachdidaktik mit                                  | 2   | 5  |          | Keine<br><i>[Vor- und Nachbereitung der Lehrinhalte (unbewertet), SL]</i> |
| - V/WÜ Fachdidaktik I   | 2   |    |          | Klausur (60 Minuten)  |
|   |     |    | <b>5</b> |   |

2. Vertiefungsmodul Wahlpflicht Praxis Didaktik der Wirtschaftswissenschaften mit fünf ECTS-Leistungspunkten

| <b>Vertiefungsmodul Wahlpflicht Praxis Didaktik der Wirtschaftswissenschaften</b>  | SWS | LP | Summe    |  |
|--|-----|----|----------|--|
| - PR Studienbegleitendes fachdidaktisches Praktikum (Schule) mit SE Begleitseminar in Unterrichtsvorbereitung und Unterrichtsanalyse | 6   | 5  |          | Handakte (10-15 Seiten Text ohne Anhang, SL) |
| <b>oder</b>  |     |    |          |  |
| - SE Fachdidaktik II   | 2   | 5  |          | Klausur (60 Minuten)                         |
|  |     |    | <b>5</b> |  |

## 3. Aufbaumodul Didaktik der Wirtschaftswissenschaften I mit fünf ECTS-Leistungspunkten

| <b>Aufbaumodul Didaktik der Wirtschaftswissenschaften I</b> | SWS | LP | Summe    |  |
|---|-----|----|----------|--|
| - SE Didaktik des Rechnungswesens                           | 2   | 5  |          | Schriftliche Hausarbeit (12 – 15<br>Seiten Text ohne Anhang)<br>(Themen nach Losverfahren) |
|   |     |    | <b>5</b> |  |

## 4. Aufbaumodul Didaktik der Wirtschaftswissenschaften II mit fünf ECTS-Leistungspunkten.

| <b>Aufbaumodul Didaktik der Wirtschaftswissenschaften II</b>   | SWS | LP | Summe    |                      |
|--|-----|----|----------|----------------------|
| - SE Fachdidaktik II (andere thematische Ausrichtung, als im<br>Vertiefungsmodul Wahlpflicht Praxis Didaktik der<br>Wirtschaftswissenschaften) | 2   | 5  |          | Klausur (60 Minuten) |
|  |     |    | <b>5</b> |                      |

**§ 9: Basismodul Grundlagen der Didaktik der Wirtschaftswissenschaften**  
(zu § 61 Abs. 2 Nr. 1 StuPO)

| Modulvoraussetzungen | Modulangebot   | Empfohlener Zeitpunkt | Moduldauer |
|----------------------|----------------|-----------------------|------------|
| keine                | a) WS<br>b) SS | 1. – 2. Semester      | 2 Semester |

| Pnr    | Veranstaltung                              | SWS      | ECTS     | Prüfung  | SL/PL | Anwesenheit* |     |         |
|--------|--|----------|----------|--|-------|--------------|-----|---------|
|        |  |          |          |  |       | keine        | 50% | vollst. |
| 744811 | a)<br>V Einführung in die Fachdidaktik mit | 2        | 5        | <i>Keine</i><br>[Vor- und Nachbereitung der<br>Lehrinhalte (unbewertet)] | SL    | X            |     |         |
|        | b)<br>V / WÜ Fachdidaktik I                | 2        |          | Klausur (60 Minuten)   | PL    | X            |     |         |
|        |  | <b>4</b> | <b>5</b> |  |       |              |     |         |

**Errechnung der Modulnote**

Die Endnote des Moduls entspricht der erreichten Note der Veranstaltung b).

**Fachgebiet | verantwortlich:**

Didaktik der Wirtschaftswissenschaften | Gerhard Hopf

**Berechnung des Workload:**

a) und b) 30+30 Stunden Präsenzstundenzeit | 90 Stunden Selbststudienzeit

**\* Begründung der Anwesenheitspflicht: -****Inhalte und Kompetenzerwerb:**

Die Veranstaltungen des Moduls behandeln ausgewählte Inhalte der Bekanntmachung des Bayerischen Staatsministeriums für Unterricht und Kultus vom 2.1.2009, AZ: III.8-5S 4020-PRA.599 zu § 56 LPO I (KWMBI. Nr. 2/2009, S. 34ff), im Speziellen:

- Systematik wirtschaftsdidaktischer Konzeptionen
- Methoden wirtschaftsdidaktischer Modellbildung
- Erklärungswert didaktischer Theorien und Modelle
- Bedeutung wirtschaftlicher und rechtlicher Bildung

- Institutionalisierung ökonomischer Bildung
- ökonomische Bildung und Bildungsauftrag der einzelnen Schularten (Realschule)
- Interaktionspartner und Lernorte zur Förderung ökonomischer Bildung
- Methodenkonzeptionen
- Medieneinsatz und multimediale Lernarrangements
- Unterrichtsplanung und wirtschaftsdidaktische Konzeption
- Lehrplan und Curriculum
- Reflexion und Weiterentwicklung innovativer Konzepte zur Förderung ökonomischer Bildung

Mittels dieser Inhalte werden die Studierenden in der Lage sein,

- Inhaltsfelder, Geschichte, Bildungsaufgaben und Lernziele der Wirtschaftsfächer und deren Beiträge für die Erfüllung der fächerübergreifenden Bildungs- und Erziehungsaufgaben abzurufen und zu erklären.
- Methoden-, Medienwahl und Evaluation von Lernprozessen der Wirtschaftsfächer darzustellen.
- methodisch durchdachte fachliche Lernprozesse zu selbst gewählten Beispielen der Wirtschaftsfächer auf Basis des Lehrplans zu konzipieren.
- Lernprozesse mit Hilfe von Fremd- und Selbstevaluation zu beurteilen und zu reflektieren.

**§ 10: Vertiefungsmodul Wahlpflicht Praxis Didaktik der Wirtschaftswissenschaften  
(gemäß § 61 Abs. 2 Nr. 2 StuPO)**

| Modulvoraussetzungen      | Modulangebot   | Empfohlener Zeitpunkt | Moduldauer |
|---------------------------|----------------|-----------------------|------------|
| Empfehlung:<br>Basismodul | a) WS<br>b) WS | 3. – 5. Semester      | 1 Semester |

| Pnr    | Veranstaltung  | SWS        | ECTS     | Prüfung                                     | SL/PL | Anwesenheit* |     |         |
|--------|--|------------|----------|---|-------|--------------|-----|---------|
|        |  |            |          |   |       | keine        | 50% | vollst. |
| 744821 | a)<br>PR Studienbegleitendes fachdidaktisches<br>Praktikum (Schule) mit SE Begleitseminar<br>in Unterrichtsvorbereitung und<br>Unterrichtsanalyse<br><b>oder</b> | 6          | 5        | Handakte (10-15 Seiten Text<br>ohne Anhang) | SL    | X            |     |         |
| 767391 | b)<br>SE Fachdidaktik II   | 2          | 5        | Klausur (60 Minuten)                        | PL    | X            |     |         |
|        |  | <b>6/2</b> | <b>5</b> |   |       |              |     |         |

**Errechnung der Modulnote**

Bei der Wahl des Praktikums:

Die Veranstaltung muss mit mindestens „ausreichend“ bestanden worden sein. Die Modulnote geht nicht in die Gesamtnote des Studiengangs ein.

Bei der Wahl von b):

Die Endnote des Moduls entspricht der erreichten Note der Veranstaltung b).

**Fachgebiet | verantwortlich:**

Didaktik der Wirtschaftswissenschaften | Gerhard Hopf

**Berechnung des Workload:**

a) 90 Stunden Präsenzstudienzeit | 60 Stunden Selbststudienzeit

b) 30 Stunden Präsenzstudienzeit | 120 Stunden Selbststudienzeit



**\* Begründung der Anwesenheitspflicht: -****Inhalte und Kompetenzerwerb:**

Die Veranstaltungen des Moduls behandeln ausgewählte Inhalte der Bekanntmachung des Bayerischen Staatsministeriums für Unterricht und Kultus vom 2.1.2009, AZ: III.8-5S 4020-PRA.599 gemäß § 56 LPO I (KWMBI. Nr. 2/2009, S. 34ff), im Speziellen:

- Unterrichtsplanung und wirtschaftsdidaktische Konzeption
- Lehrplan und Curriculum
- Lernmittelanalyse
- Bewertung und Kontrolle des Lernerfolgs
- Reflexion anthropologischer Grundannahmen
- Reflexion ökonomischen Handelns und wirtschaftsethischer/unternehmensethischer Positionen
- Systematik wirtschaftsdidaktischer Konzeptionen
- Erklärungswert didaktischer Theorien und Modelle

Mittels dieser Inhalte werden die Studierenden bei Wahl von a) in der Lage sein,

- Fachunterricht theoriegeleitet und wissenschaftlich begründet zu konzipieren.
- eigene Unterrichtsversuche auf Basis des Lehrplans durchzuführen und auszuwerten.
- Lernzielkontrollen zu modellieren und zu beurteilen.
- durch die Anfertigung einer Handakte eigene Lernerfahrungen zu reflektieren.

Mittels dieser Inhalte werden die Studierenden bei Wahl von b) in der Lage sein,

- wichtige (wirtschafts-)didaktische Theorien, Modelle und Konzeptionen zu beschreiben und deren Stellenwert bei der Unterrichtsplanung wiederzugeben.
- Lehrplan und Curriculum unter didaktischen und wirtschafts- bzw. unternehmensethischen Gesichtspunkten zu erfassen.
- Aspekte ökonomischen Handelns und ökonomischer Bildung zu reflektieren.
- Lernprozesse mit Hilfe von Fremd- und Selbstevaluation zu beurteilen.
- fachliche Prinzipien und Arbeitsweisen sach- und schülergerecht einzuführen, weiterzuentwickeln und zu beurteilen.

**§ 11: Aufbaumodul Didaktik der Wirtschaftswissenschaften I**  
(zu § 61 Abs. 2 Nr. 3 StuPO)

| Modulvoraussetzungen | Modulangebot | Empfohlener Zeitpunkt | Moduldauer |
|----------------------|--------------|-----------------------|------------|
| keine                | WS           | 1. – 2. Semester      | 1 Semester |

| Pnr    | Veranstaltung                   | SWS | ECTS | Prüfung   | SL/PL | Anwesenheit* |     |         |
|--------|---------------------------------|-----|------|---|-------|--------------|-----|---------|
|        |                                 |     |      |   |       | keine        | 50% | vollst. |
| 744711 | SE Didaktik des Rechnungswesens | 2   | 5    | Schriftliche Hausarbeit (12 – 15 Seiten Text ohne Anhang)<br>(Themen nach Losverfahren) | PL    | X            |     |         |
|        |                                 | 2   | 5    |   |       |              |     |         |

**Errechnung der Modulnote**

Die Endnote des Moduls entspricht der Note der Veranstaltung

**Fachgebiet | verantwortlich:**

Didaktik der Wirtschaftswissenschaften | Gerhard Hopf, Steffen Ellbrück

**Berechnung des Workload:**

30 Stunden Präsenzstundenzeit | 120 Stunden Selbststudienzeit

**\* Begründung der Anwesenheitspflicht: -****Inhalte und Kompetenzerwerb:**

Die Veranstaltungen des Moduls behandeln ausgewählte Inhalte der Bekanntmachung des Bayerischen Staatsministeriums für Unterricht und Kultus vom 2.1.2009, AZ: III.8-5S 4020-PRA.599 zu § 56 LPO I (KWMBI. Nr. 2/2009, S. 34ff), im Speziellen:

- Systematik wirtschaftsdidaktischer Konzeptionen
- Erklärungswert didaktischer Theorien und Modelle
- Unterrichtsplanung und wirtschaftsdidaktische Konzeption
- Lehrplan und Curriculum
- Lernmittelanalyse
- Reflexion ökonomischen Handelns und wirtschaftsethischer/unternehmensethischer Positionen
- Reflexion und Weiterentwicklung innovativer Konzepte zur Förderung ökonomischer Bildung

Mittels dieser Inhalte werden die Studierenden in der Lage sein,

- methodisch durchdachte Lernprozesse zu selbst gewählten Beispielen der Wirtschaftsinformatik, Buchführung und Betriebswirtschaftslehre/Rechnungswesen unter Berücksichtigung des Lehrplans zu konzipieren.
- Wirtschaftsinformatik, Buchführung und Betriebswirtschaftslehre/Rechnungswesen unter didaktischen Gesichtspunkten zu erfassen.
- Lernprozesse mit Hilfe von Fremd- und Selbstevaluation zu beurteilen.
- fachliche Prinzipien und Arbeitsweisen sach- und schülergerecht einzuführen, weiterzuentwickeln und zu beurteilen.

**§ 12: Aufbaumodul Didaktik der Wirtschaftswissenschaften II**  
(zu § 61 Abs. 2 Nr. 4 StuPO)

| Modulvoraussetzungen | Modulangebot | Empfohlener Zeitpunkt | Moduldauer |
|----------------------|--------------|-----------------------|------------|
| keine                | WS           | 1. – 2. Semester      | 1 Semester |

| Pnr    | Veranstaltung   | SWS      | ECTS     | Prüfung              | SL/PL | Anwesenheit* |     |         |
|--------|---|----------|----------|----------------------|-------|--------------|-----|---------|
|        |   |          |          |                      |       | keine        | 50% | vollst. |
| 778931 | SE Fachdidaktik II<br>( <i>es muss eine andere thematische Ausrichtung als im Vertiefungsmodul Wahlpflicht Praxis Didaktik der Wirtschaftswissenschaften gewählt werden</i> ) | 2        | 5        | Klausur (60 Minuten) | PL    | X            |     |         |
|        |   | <b>2</b> | <b>5</b> |                      |       |              |     |         |

**Errechnung der Modulnote**

Die Endnote des Moduls entspricht der Note der Veranstaltung.

**Fachgebiet | verantwortlich:**

Didaktik der Wirtschaftswissenschaften | Gerhard Hopf

**Berechnung des Workload:**

30 Stunden Präsenzstundenzeit | 120 Stunden Selbststudienzeit

**\* Begründung der Anwesenheitspflicht: -****Inhalte und Kompetenzerwerb:**

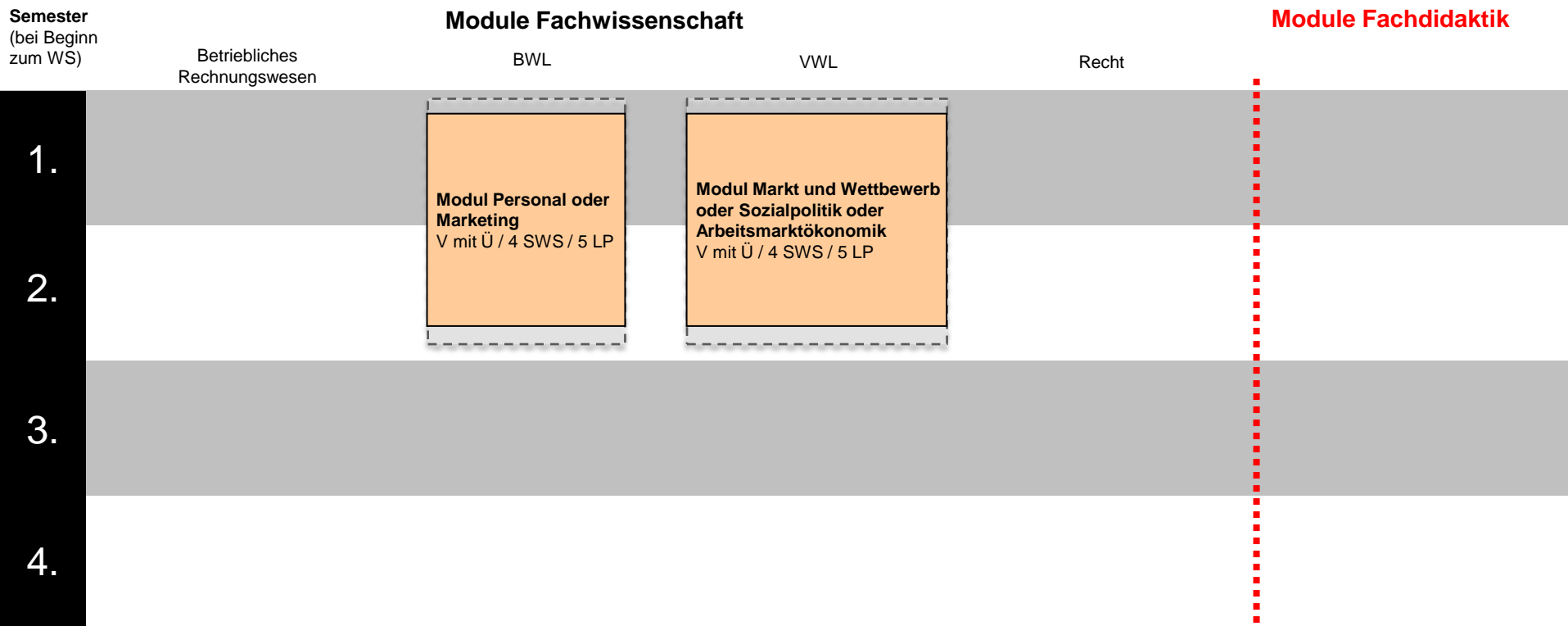
Die Veranstaltungen des Moduls behandeln ausgewählte Inhalte der Bekanntmachung des Bayerischen Staatsministeriums für Unterricht und Kultus vom 2.1.2009, AZ: III.8-5S 4020-PRA.599 zu § 56 LPO I (KWMBI. Nr. 2/2009, S. 34ff), im Speziellen:

- Systematik wirtschaftsdidaktischer Konzeptionen
- Methoden wirtschaftsdidaktischer Modellbildung
- Erklärungswert didaktischer Theorien und Modelle
- Bedeutung wirtschaftlicher und rechtlicher Bildung
- Institutionalisierung ökonomischer Bildung

- ökonomische Bildung und Bildungsauftrag der einzelnen Schularten (Realschule)
- Interaktionspartner und Lernorte zur Förderung ökonomischer Bildung
- Methodenkonzeptionen
- Medieneinsatz und multimediale Lernarrangements
- Unterrichtsplanung und wirtschaftsdidaktische Konzeption
- Lehrplan und Curriculum
- Reflexion und Weiterentwicklung innovativer Konzepte zur Förderung ökonomischer Bildung

Mittels dieser Inhalte werden die Studierenden in der Lage sein,

- wichtige (wirtschafts-)didaktische Theorien, Modelle und Konzeptionen zu beschreiben und deren Stellenwert bei der Unterrichtsplanung wiederzugeben.
- Lehrplan und Curriculum unter didaktischen und wirtschafts- bzw. unternehmensethischen Gesichtspunkten zu erfassen.
- Aspekte ökonomischen Handelns und ökonomischer Bildung zu reflektieren.
- Lernprozesse mit Hilfe von Fremd- und Selbstevaluation zu beurteilen.
- fachliche Prinzipien und Arbeitsweisen sach- und schülergerecht einzuführen, weiterzuentwickeln und zu beurteilen.



Gestrichelte Linien deuten an, dass das Modul nicht zwingend in diesem Semester absolviert werden muss

BM = Basismodul  
 VM = Vertiefungsmodul  
 AM = Aufbaumodul

**Semester**  
(bei Beginn  
zum WS)

**Module Fachwissenschaft**

**Module Fachdidaktik**

1.

AM Didaktik der  
Wirtschaftswissenschaften I  
SE / 2 SWS / 5 ECTS

2.

AM Didaktik der  
Wirtschaftswissenschaften II  
SE / 2 SWS / 5 ECTS

3.

4.

**Semester**  
(bei Beginn  
zum WS)

**Module Fachwissenschaft**

**Module Fachdidaktik**

|    |  |  |   |   |
|----|--|--|---|---|
| 1. |  |  | <b>BM Grundlagen der WiWi-Did</b><br>V+V/WÜ /<br>4 SWS / 5 ECTS | <b>VM Wahlpflicht Praxis Didaktik der WiWi</b><br>PR bzw. SE /<br>6 bzw. 2 SWS / 5 LP |
| 2. |  |  | <b>AM Didaktik der WiWi I</b><br>SE / 2 SWS /<br>5 ECTS         | <b>AM Didaktik der WiWi II</b><br>SE / 2 SWS /<br>5 ECTS                              |
| 3. |  |  |   |   |
| 4. |  |  |   |   |

Gestrichelte Linien deuten an, dass das Modul nicht zwingend in diesem Semester absolviert werden muss

BM = Basismodul  
 VM = Vertiefungsmodul  
 AM = Aufbaumodul