

Betriebswirtschaftslehre		Wahlpflichtmodul			
Inhalte:					
<u>Finanzen 1:</u> Bewertung von Investitionsprojekten; Zusammenhang zwischen Risiko und Rendite; grundlegende Modelle zur Behandlung von Interessenskonflikten					
<u>Marketing 1:</u> Grundprinzipien des Marketing; marktorientierte Denkweise; Konsumentenverhalten; Marktforschung; Unternehmensstrategien; Produkt- und Preispolitik					
Qualifikationsziele und Kompetenzen:					
Die Studierenden erhalten einen ersten umfassenden Überblick über das Fach Finanzwirtschaft und verstehen die Bewertung von Zahlungsströmen und Finanzinstrumenten.					
Die Studierenden verstehen die Grundprinzipien des Marketing und erkennen die zentrale Bedeutung einer marktorientierten Denkweise. Das Erlernete wenden sie auch beispielhaft an.					
Angebotszyklus:	jedes Semester				
Dauer des Moduls:	1 Semester				
Voraussetzung für die Teilnahme am Modul:	Zulassung zur Prüfung BWL beim Prüfungsamt des Hauptfaches				
Organisatorisches:	Jede Vorlesung wird durch eine begleitende Übung vertieft. Darin stellen die Studierenden Lösungskonzepte für Übungsaufgaben vor.				
Studiennachweise (Teilnahme- / Leistungsnachweise):					
kumulative Modulprüfung / Prüfungsform:	Abschlussklausur zu jeder Vorlesung				
Voraussetzung für die Vergabe der CP:	bestandene Modulteilprüfungen				
Herkunft des Moduls:	Fachbereich Wirtschaftswissenschaften (Nebenfach)				
Lehrveranstaltungen	Typ	SWS	Semester / CP		
			1	2	3 – 6
Finanzen 1 (OFIN)	V + Ü	3			5
Marketing 1 (OMAR)	V + Ü	3			5