

Modulbeschreibungen:
Fach Wirtschaft und Ethik im Bachelor Combined Studies

WE-1: Einführung in Wirtschaft und Ethik.....	2
WE-2: Nachhaltigkeit: Corporate Sustainability, Social Business und Social Entrepreneurship.....	4
WE-3: Wirtschaft und Ethik	6
WE-3a: Wirtschaft und Ethik.....	8
WE-4: Betriebs- und volkswirtschaftliche Anwendungsbereiche.....	10
WE-5: Studienprojekt.....	12
WE-6: Marketing und Unternehmensgründung.....	14
WE-7: Grundlagen und Perspektiven der praktischen Philosophie.....	16
WE-8: Gender – Ökonomie – Ethik.....	18

1.	Modul	WE-1
2.	Modulbezeichnung	Einführung in Wirtschaft und Ethik
3.	Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Nick Lin-Hi
4.	Lehrende	Prof. Dr. Nick Lin-Hi
5.	<p>Kompetenzen „Wissen und Verstehen“</p> <p>„Können“</p>	<p><u>Nach Abschluss des Moduls verfügen die Studierenden über:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • grundlegende wirtschafts- und unternehmensethische Kenntnisse; • ein grundlegendes Verständnis der Ökonomik und ihrer Perspektiven, um die Probleme der Gesellschaft rekonstruieren und zu ihrer Lösung konstruktiv beitragen zu können; • ein grundlegendes Verständnis der Ethik als kritischer Reflexionstheorie von Moral; • ein grundlegendes Verständnis der Systemlogik moderner Wirtschaftssysteme; • ein grundlegendes Verständnis der Rolle des Staates, gewinnorientierter und sozialer Unternehmen sowie anderer zivilgesellschaftlicher Organisationen; • die Fähigkeit, die gesellschaftlichen Herausforderungen (Armut, Klima, globale Gerechtigkeit etc.) aus einer integrativ ethischen und ökonomischen Perspektive kritisch zu diskutieren; • die Fähigkeit das erworbene Wissen im Bereich Wirtschaft und Ethik zu vertiefen; • ein im Rahmen des Propädeutikums gewonnenes Wissen in der Wissenschaftstheorie und des wissenschaftlichen Arbeitens. <p><u>Die Studierenden können:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • ihr Verständnis der Systemlogik moderner Wirtschaftssysteme auf eine Vielzahl von Prozessen in der Gesellschaft anwenden; • aktuelle Probleme der Gesellschaft als Systemdefizite identifizieren und aus ökonomischer und ethischer Sicht Argumente für eine Problemlösung erarbeiten; die modernen Phänomene gesellschaftlicher Veränderung - Corporate Social Responsibility, Social Business - als Ansätze zur Lösung gesellschaftlicher Probleme rekonstruieren und kritisch beurteilen; • schriftliche, wissenschaftliche Qualifizierungsarbeiten (Hausarbeiten, schriftliche Ausarbeitungen, Projektberichte) und Referate verfassen und ablegen.
6.	Inhalte	<ul style="list-style-type: none"> • Wirtschafts- und unternehmensethische Grundlagen • Wirtschaft: Grundlagen der Ökonomik und ihrer Perspektiven • Moral: Ethik als kritische Reflexionstheorie von Moral • Wirtschaftssysteme: Analyse der gesellschaftlichen Funktion der Marktwirtschaft • Corporate Social Responsibility: Gewinnorientierte Unternehmen adressieren moralische Anliegen, um wirtschaftlich

Modulbeschreibungen: Fach Wirtschaft und Ethik im Bachelor Combined Studies

		<p>erfolgreich zu sein (Moral als Produktionsfaktor)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Social Business: Gesellschaftlich orientierte Organisationen entwickeln wirtschaftlich tragfähige Geschäftsmodelle, um ihre soziale Anliegen nachhaltig verfolgen zu können • Propädeutikum: Erlernen der Grundlagen des wissenschaftlichen Arbeitens 				
7.	Ausgewählte Literatur	<p>Friedman, M. 1970: The social responsibility of business is to increase its profits. The New York Times Magazine, 13th September 1970: 32-33, 122-126.</p> <p>Homann, K. & Lütge, C. 2013: Einführung in die Wirtschaftsethik, 2. Aufl., Münster.</p> <p>Lin-Hi N. 2011: Corporate Social Responsibility: Eine Investition in den langfristigen Unternehmenserfolg?, RHI-Diskussion Nr. 18.</p> <p>Van Aaken, D. & Schreck, P. 2015: Theorien der Wirtschafts- und Unternehmensethik, Berlin.</p> <p>Steinmann, H. & Löhr, A. 1994: Grundlagen der Unternehmensethik, 2. Aufl., Stuttgart.</p> <p>Suchanek, A. 2007: Ökonomische Ethik, 2. Aufl.; Tübingen.</p> <p>Ulrich, P. 2007: Integrative Wirtschaftsethik, 4. Aufl., Bern et al. Marburg.</p> <p>Rost, F. 2010: Lern- und Arbeitstechniken für das Studium. 6. Aufl., Wiesbaden.</p>				
8.	Lehrveranstaltungen (SWS)	<p>WE-1.1 Propädeutikum/Einführung in wissenschaftliches Arbeiten (SE) (1 SWS)</p> <p>WE-1.2 Wirtschaftsethik: Wirtschaft und Moral (VL) (2 SWS)</p> <p>WE-1.3 Unternehmensethik: Social Business und Corporate Social Responsibility (VL) (2SWS)</p>				
9.	Zugangsvoraussetzungen <i>gemäß Prüfungsordnung</i>	Keine				
10.	Empfohlene Vorkenntnisse					
11.	Angebotsturnus	Jährlich				
12.	Semesterlage (WiSe/SoSe)/ empfohlenes Fachsemester	Wintersemester/ 1. Semester				
13.	Modulprüfung <i>gemäß Prüfungsordnung</i>	Klausur				
14.	Arbeitsaufwand	<table border="0"> <tr> <td>Kontaktstudium: 70</td> <td>Arbeitsstunden insgesamt: 270</td> </tr> <tr> <td>Selbststudium: 200</td> <td>Credit Points: 9 CP</td> </tr> </table>	Kontaktstudium: 70	Arbeitsstunden insgesamt: 270	Selbststudium: 200	Credit Points: 9 CP
Kontaktstudium: 70	Arbeitsstunden insgesamt: 270					
Selbststudium: 200	Credit Points: 9 CP					
15.	Verwendbarkeit des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • Pflichtbereich Bachelor Combined Studies, A- und B-Fach Wirtschaft und Ethik 				
16.	Sonstige Anmerkungen (z. B. Anmeldeformalitäten, max. Teilnehmer/innen-Zahl)					

1.	Modul	WE-2
2.	Modulbezeichnung	Nachhaltigkeit: Corporate Sustainability, Social Business und Social Entrepreneurship
3.	Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Nick Lin-Hi
4.	Lehrende	Prof. Dr. Nick Lin-Hi Igor Blumberg (Wirtschaft und Ethik) Julia-Marie Degenhardt (Wirtschaft und Ethik)
5.	Kompetenzen „Wissen und Verstehen“ „Können“	<p><u>Nach Abschluss des Moduls verfügen die Studierenden über:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • fundierte Kenntnisse in Bezug auf Nachhaltigkeit sowie damit verbundene Konzepte • ein vertieftes Verständnis der Rolle von gewinnorientierten Unternehmen und sozialen Unternehmen in der modernen Marktwirtschaft; • ein breites und integriertes <i>Verständnis</i> von unternehmerischer Nachhaltigkeit (Corporate Sustainability) bzw. Corporate Social Responsibility, Social Business und Social Entrepreneurship; • die Fähigkeit, den gesellschaftlichen Herausforderungen der Nachhaltigkeit (Armut, Klima, globale Gerechtigkeit) mit Maßnahmen unternehmerischer Wertschöpfung begegnen zu können. <p><u>Die Studierenden können:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • das Verständnis von Corporate Sustainability, Social Business und Social Entrepreneurship im Beruf anwenden; • eigenständig Problemlösungen und Konzepte von Corporate Sustainability, Social Business und Social Entrepreneurship erarbeiten und weiterentwickeln; • unternehmerische Herausforderungen bei der Implementierung von Corporate Sustainability, Social Business und Social Entrepreneurship sowohl eigenständig als auch im Team lösen.
6.	Inhalte	<ul style="list-style-type: none"> • Nachhaltigkeit und Nachhaltigkeitskonzepte • Unternehmerische Nachhaltigkeit (Corporate Sustainability) • Ökonomik von Social Entrepreneurship, Social Business und Non-Profit-Organisations • Praxis von Social Entrepreneurship und Social Business (Business Plan, Finanzierung, Rechtsform, Impact Measurement)
7.	Ausgewählte Literatur	<p>Baumast A. & Pape, J. (Hrsg.) 2013: Betriebliches Nachhaltigkeitsmanagement, Stuttgart.</p> <p>Dyllick, T. & Hockerts, K. 2002: Beyond the business case for corporate sustainability. Business Strategy and the Environment, 11(2): 130-141.</p> <p>Lin-Hi, N. & Blumberg, I. 2015: Social Entrepreneure als Change-Agenten für eine nachhaltige Entwicklung: Neue Anreize für</p>

Modulbeschreibungen: Fach Wirtschaft und Ethik im Bachelor Combined Studies

		<p>klassisches Unternehmertum. UmweltWirtschaftsForum, 23(4): 171-176.</p> <p>Harbrecht, A. 2010: Social Entrepreneurship - Gewinn ist Mittel, nicht Zweck: eine Untersuchung über Entstehung, Erscheinungsweisen und Umsetzung (Vol. 19), Karlsruhe.</p> <p>Seelos, C. & Mair, J. 2005: Social entrepreneurship: Creating new business models to serve the poor. Business Horizons 48(3): 241-246.</p> <p>Yunus, M. 2009: Economic Security for a World in Crisis.. World Policy Journal, Summer 2009: 5-12.</p>	
8.	Lehrveranstaltungen (SWS)	<p>WE-2.1 Corporate Sustainability (VL) (2 SWS)</p> <p>WE-2.2 Ökonomik von Social Entrepreneurship, Social Business und Non-Profit-Organisationen (SE) (2 SWS)</p> <p>WE-2.3 Unternehmerische Konzepte von Social Entrepreneurship und Social Business (SE) (2 SWS)</p>	
9.	Zugangsvoraussetzungen <i>gemäß Prüfungsordnung</i>	Keine	
10.	Empfohlene Vorkenntnisse		
11.	Angebotsturnus	Jährlich	
12.	Semesterlage (WiSe/SoSe)/ empfohlenes Fachsemester	Wintersemester/ 3. Semester	
13.	Modulprüfung <i>gemäß Prüfungsordnung</i>	Referat oder Hausarbeit	
14.	Arbeitsaufwand	Kontaktstudium: 84	Arbeitsstunden insgesamt: 270
		Selbststudium: 186	Credit Points: 9 CP
15.	Verwendbarkeit des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • Pflichtbereich Bachelor Combined Studies, A- und B-Fach Wirtschaft und Ethik 	
16.	Sonstige Anmerkungen (z. B. Anmeldeformalitäten, max. Teilnehmer/innen-Zahl)		

1.	Modul	WE -3
2.	Modulbezeichnung	Wirtschaft und Ethik
3.	Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Nick Lin-Hi
4.	Lehrende	Prof. Dr. Nick Lin-Hi Prof. Dr. Martin Schweer wiss. Mit. / LfbA AB Pädagogische Psychologie
5.	<p>Kompetenzen „Wissen und Verstehen“</p> <p>„Können“</p>	<p><u>Nach Abschluss des Moduls verfügen die Studierenden über:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • ein vertieftes Verständnis der Ökonomik als Methode, um die moralischen Probleme der Gesellschaft rekonstruieren und zu ihrer Lösung konstruktiv beitragen zu können; • ein vertieftes Verständnis von Maßnahmen der Unternehmensverantwortung, mit denen Unternehmen moralische Anliegen adressieren; • ein vertieftes Verständnis der Ethik als kritischer Reflexionstheorie von Moral; • breites und integriertes Wissen über Vertrauen als gesellschaftliches Phänomen auf personaler, systemischer und transsystemischer Ebene; • differenziertes Verständnis von Vertrauen als grundlegende moralische Orientierung und als Organisationsprinzip; • differenziertes Verständnis des Zusammenhangs zwischen den gesellschaftlichen Institutionen (Sozialstruktur) und den gesellschaftlichen Ideen und Moralvorstellungen (Semantik); • differenziertes Verständnis moralischer Prinzipien und Semantiken (z.B. Vertrauen); • ein Verständnis der moralischen Grundlagen des Wirtschaftens, das dem Stand der Fachliteratur im Bereich Ökonomik und Ethik entspricht. <p><u>Die Studierenden können:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • unternehmerische Handlungen in Bezug auf ihre Verantwortlichkeit kritisch reflektieren sowie deren betriebswirtschaftlichen Implikationen ableiten; • die moralische Dimension ökonomischer Problemlösungen sowie die ökonomischen Folgen moralischer Forderungen rekonstruieren und kritisch diskutieren; • die Ambivalenz moralischer Prinzipien und Semantiken (z.B. Vertrauen) verstehen und kritisch reflektieren; • die moralischen Grundlagen des Wirtschaftens im Beruf anwenden; • Techniken wissenschaftlichen Arbeitens der formal strukturierten Diskussion (debating), der Erarbeitung (World-Café-Methode) und Präsentation wissenschaftlicher Ergebnisse (Posterpräsentationen) sicher anwenden.

6.	Inhalte	<ul style="list-style-type: none"> • Zusammenführung von wirtschaftsethischen Perspektiven und unternehmerischen Handlungslogiken • Behavioral Business Ethics • Corporate Social Irresponsibility • theoretische Ansätze und empirische Befunde der Vertrauensforschung bezogen auf den Kontext von Wirtschaft und Gesellschaft (Vertrauen als Organisationsprinzip)
7.	Ausgewählte Literatur	<p>Blumberg, I. & Lin-Hi, N. 2015: Business case-driven management of CSR: Does managers' "cherry picking" behavior foster irresponsible business practices? <i>Business and Professional Ethics Journal</i>, 33(4): 321-350.</p> <p>Ghoshal, S. 2005: Bad management theories are destroying good management practices. <i>Academy of Management Learning and Education</i>, 4(1): 75-91.</p> <p>Lange, D. & Washburn, N. T. 2012: Understanding attributions of corporate social irresponsibility. <i>Academy of Management Review</i>, 37(2): 300-326.</p> <p>Lin-Hi, N & Blumberg, I. 2016: The link between (not) practicing CSR and corporate reputation: Psychological foundations and managerial implications. <i>Journal of Business Ethics</i>, DOI: 10.1007/s10551-016-3164-0 (online first).</p> <p>Lin-Hi, N. & Müller, K. 2013: The CSR bottom line: Preventing corporate social irresponsibility. <i>Journal of Business Research</i>, 66(10): 1928-1936.</p> <p>Porter, M.E. & Kramer, M.R. 2002: The competitive advantage of corporate philanthropy. <i>Harvard Business Review</i>, 80(12): 56-69.</p> <p>Lyon, F., Möllering, G., Saunders, M.N.K. (Eds.) 2015: <i>Handbook of Research Methods on Trust</i> (2nd Edition). Cheltenham: Edward Elgar.</p> <p>Schweer, M. & Lachner, R. 2016: Vertrauen und soziale Verantwortung als psychologische Ressourcen der Handlungsregulation im Kontext gesellschaftlicher Herausforderungen - eine differentielle Betrachtung. <i>Politische Psychologie</i>, 5(1): 92-114.</p>
8.	Lehrveranstaltungen (SWS)	<p>WE -3.1 Ökonomik und Ethik: Moralische Grundlagen des Wirtschaftens (SE) (2 SWS)</p> <p>WE -3.2 Vertrauen als Basis unternehmerischen Handelns (VL) (2 SWS)</p> <p>WE -3.3 Ökonomik und Ethik: Aktuelle Probleme (SE) (2 SWS)</p>
9.	Zugangsvoraussetzungen gemäß Prüfungsordnung	keine
10.	Empfohlene Vorkenntnisse	Grundlegende betriebswirtschaftliche Kenntnisse
11.	Angebotsturnus	Jährlich
12.	Semesterlage (WiSe/SoSe)/ empfohlenes Fachsemester	Sommersemester/ 4.Semester

Modulbeschreibungen: Fach Wirtschaft und Ethik im Bachelor Combined Studies

13.	Modulprüfung <i>gemäß Prüfungsordnung</i>	Hausarbeit oder Referat	
14.	Arbeitsaufwand	Kontaktstudium: 84	Arbeitsstunden insgesamt: 270
		Selbststudium: 186	Credit Points: 9 CP
15.	Verwendbarkeit des Moduls	<ul style="list-style-type: none">• Pflichtbereich Bachelor Combined Studies, A-Fach Wirtschaft und Ethik• Wahlpflicht im Bachelor Sozialer Dienstleitungen	
16.	Sonstige Anmerkungen		

1.	Modul	WE-3a
2.	Modulbezeichnung	Wirtschaft und Ethik
3.	Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Nick Lin-Hi
4.	Lehrende	Prof. Dr. Nick Lin-Hi
5.	<p>Kompetenzen „Wissen und Verstehen“</p> <p>„Können“</p>	<p><u>Nach Abschluss des Moduls verfügen die Studierenden über:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • ein vertieftes Verständnis der Ökonomik als Methode, um die moralischen Probleme der Gesellschaft rekonstruieren und zu ihrer Lösung konstruktiv beitragen zu können; • ein vertieftes Verständnis von Maßnahmen der Unternehmensverantwortung, mit denen Unternehmen moralische Anliegen adressieren; • ein vertieftes Verständnis der Ethik als kritischer Reflexionstheorie von Moral; • differenziertes Verständnis des Zusammenhangs zwischen den gesellschaftlichen Institutionen (Sozialstruktur) und den gesellschaftlichen Ideen und Moralvorstellungen (Semantik), • ein Verständnis der moralischen Grundlagen des Wirtschaftens, das dem Stand der Fachliteratur im Bereich Ökonomik und Ethik entspricht. <p><u>Die Studierenden können:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • unternehmerische Handlungen in Bezug auf ihre Verantwortlichkeit kritisch reflektieren sowie deren betriebswirtschaftlichen Implikationen ableiten; • die moralische Dimension ökonomischer Problemlösungen sowie die ökonomischen Folgen moralischer Forderungen rekonstruieren und kritisch diskutieren; • die moralischen Grundlagen des Wirtschaftens im Beruf anwenden; • Techniken wissenschaftlichen Arbeitens der formal strukturierten Diskussion (sicher anwenden.
6.	Inhalte	<ul style="list-style-type: none"> • Behavioral Business Ethics • Corporate Social Irresponsibility • Zusammenführung von wirtschaftsethischen Perspektiven und unternehmerischen Handlungslogiken • Zusammenhang zwischen gesellschaftlichen Institutionen (Sozialstruktur) und gesellschaftlichen Ideen und Moralvorstellungen (Semantik) • Sozialstruktur und Semantik des Vertrauens (Vertrauen als Organisationsprinzip)
7.	Ausgewählte Literatur	<p>Blumberg, I. & Lin-Hi, N. 2015: Business case-driven management of CSR: Does managers' "cherry picking" behavior foster irresponsible business practices? Business and Professional Ethics Journal, 33(4): 321-350.</p>

Modulbeschreibung: Fach Wirtschaft und Ethik im Bachelor Combined Studies

		<p>Ghoshal, S. 2005: Bad management theories are destroying good management practices. <i>Academy of Management Learning and Education</i>, 4(1): 75-91.</p> <p>Lange, D. & Washburn, N. T. 2012: Understanding attributions of corporate social irresponsibility. <i>Academy of Management Review</i>, 37(2): 300-326.</p> <p>Lin-Hi, N. & Blumberg, I. 2016: The link between (not) practicing CSR and corporate reputation: Psychological foundations and managerial implications. <i>Journal of Business Ethics</i>, DOI: 10.1007/s10551-016-3164-0 (online first).</p> <p>Lin-Hi, N. & Müller, K. 2013: The CSR bottom line: Preventing corporate social irresponsibility. <i>Journal of Business Research</i>, 66(10): 1928-1936.</p> <p>Porter, M.E. & Kramer, M.R. 2002: The competitive advantage of corporate philanthropy. <i>Harvard Business Review</i>, 80(12): 56-69.</p>				
8.	Lehrveranstaltungen (SWS)	<p>WE-3.1 Ökonomik und Ethik: Moralische Grundlagen des Wirtschaftens (SE) (2 SWS)</p> <p>WE-3.3 Ökonomik und Ethik: Aktuelle Probleme (SE) (2 SWS)</p>				
9.	Zugangsvoraussetzungen <i>gemäß Prüfungsordnung</i>	Keine				
10.	Empfohlene Vorkenntnisse	Grundlegende betriebswirtschaftliche Kenntnisse				
11.	Angebotsturnus	Jährlich				
12.	Semesterlage (WiSe/SoSe)/ empfohlenes Fachsemester	Sommersemester/ 4.Semester				
13.	Modulprüfung <i>gemäß Prüfungsordnung</i>	Hausarbeit oder Referat				
14.	Arbeitsaufwand	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 50%;">Kontaktstudium: 56</td> <td style="width: 50%;">Arbeitsstunden insgesamt: 210</td> </tr> <tr> <td>Selbststudium: 154</td> <td>Credit Points: 7 CP</td> </tr> </table>	Kontaktstudium: 56	Arbeitsstunden insgesamt: 210	Selbststudium: 154	Credit Points: 7 CP
Kontaktstudium: 56	Arbeitsstunden insgesamt: 210					
Selbststudium: 154	Credit Points: 7 CP					
15.	Verwendbarkeit des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • Pflichtbereich Bachelor Combined Studies, B-Fach Wirtschaft und Ethik 				
16.	Sonstige Anmerkungen (z. B. Anmeldeformalitäten, max. Teilnehmer/innen-Zahl)					

1.	Modul	WE-4
2.	Modulbezeichnung	Betriebs- und volkswirtschaftliche Anwendungsbereiche
3.	Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Nick Lin-Hi (Professur Wirtschaft und Ethik)
4.	Lehrende	Prof. Dr. Nick Lin-Hi N.N. (Juniorprofessur für Unternehmensethik) Moritz M. Botts
5.	<p>Kompetenzen</p> <p>„Wissen und Verstehen“</p> <p>„Können“</p>	<p>Nach Abschluss des Moduls verfügen die Studierenden über:</p> <ul style="list-style-type: none"> • vertieftes Wissen betriebswirtschaftlicher Theorien und Methoden sowie volkswirtschaftlicher Modelle und Analysetechniken; • fundiertes Grundlagenwissen in der qualitativen und quantitativen Sozialforschung. <p>Die Studierenden können:</p> <ul style="list-style-type: none"> • aktuelle soziale, ökologische und moralische Probleme (Armut, Klimawandel, Korruption, etc.) sowie die dafür vorgesehenen Lösungsvorschläge (CSR, Social Entrepreneurship, Social Business) vor dem Hintergrund ökonomischer Theorien und Methoden sowie unter Berücksichtigung ethischer, sozialer und ökologischer Kriterien kritisch diskutieren und eigenständig beurteilen; • konkrete betriebs- und volkswirtschaftliche Problemfelder mit einem sozialen, ökologischen und moralischen Bezug in Forschungsdesigns überführen, auf dieser Basis Daten gewinnen und diese strukturiert und systematisch auswerten.
6.	Inhalte	<ul style="list-style-type: none"> • Anwendung von Mikro- und Makroökonomik • Anwendung betriebswirtschaftlicher Methoden und Managementtools • Neue betriebswirtschaftliche Instrumente: Corporate Social Responsibility, Social Entrepreneurship, Social Business • Zusammenhang zwischen ökonomischen Theorien und wirtschaftspolitischen sowie unternehmerischen Entscheidungen • Berücksichtigung ethischer, sozialer und ökologischer Ziele als relevante Rahmenbedingungen bei unternehmerischen Entscheidungen • Forschendes Lernen: Gewinnung und Interpretation von Daten mithilfe qualitativer (problemzentrierte und narrative Interviewformen) und quantitativer (standardisierte Fragebogentechnik, Experimente) Methoden in konkreten Praxisfällen
7.	Ausgewählte Literatur	Albers, S., Klapper, D., Konradt, U., Walter, A. & Wolf, J. 2009:

Modulbeschreibung: Fach Wirtschaft und Ethik im Bachelor Combined Studies

		<p>Methodik der empirischen Forschung, 3. Aufl., Wiesbaden. Mankiw, N. G. 2008: Grundzüge der Volkswirtschaftslehre, 4. Aufl., Stuttgart. Schnell, R., Hill, P. B. & Esser, E. 2013: Methoden der empirischen Sozialforschung, 10. Aufl., München. Rasch, B., Friese, M., Hofmann, W. & Naumann, E. 2014: Quantitative Methoden, 4. Aufl., Heidelberg. Raab-Steiner, E. & Benesch, M. 2015: Der Fragebogen: Von der Forschungsidee zur SPSS-Auswertung, 4. Aufl., Wien. Wiswede, G. 2012: Einführung in die Wirtschaftspsychologie, 5. Aufl., München. Flick, Uwe/ von Kardorff, Ernst/ Steinke, Ines (Hrsg.) (2005): Qualitative Forschung. Ein Handbuch, Reinbeck.</p>	
8.	Lehrveranstaltungen (SWS)	<p>WE-4.1 Betriebswirtschaftliche Anwendungsbereiche (SE) (2 SWS) WE-4.2 Volkswirtschaftliche Anwendungsbereiche (SE) (2SWS)</p>	
9.	Zugangsvoraussetzungen <i>gemäß Prüfungsordnung</i>	keine	
10.	Empfohlene Vorkenntnisse	Grundlegende betriebswirtschaftliche Kenntnisse	
11.	Angebotsturnus	jährlich	
12.	Semesterlage (WiSe/SoSe)/ empfohlenes Fachsemester	Wintersemester/ 5. Semester	
13.	Modulprüfung <i>gemäß Prüfungsordnung</i>	Referat	
14.	Arbeitsaufwand	Kontaktstudium: 56	Arbeitsstunden insgesamt: 180
		Selbststudium: 124	Credit Points: 6 CP
15.	Verwendbarkeit des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • Pflichtbereich Bachelor Combined Studies, A- und B-Fach Wirtschaft und Ethik 	
16.	Sonstige Anmerkungen (z. B. Anmeldeformalitäten, max. Teilnehmer/innen-Zahl)		

1.	Modul	WE-5
2.	Modulbezeichnung	Studienprojekt
3.	Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Ulrike Knobloch
4.	Lehrende	Prof. Dr. Nick Lin-Hi Prof. Dr. Ulrike Knobloch Igor Blumberg Moritz M. Botts Julia-Marie Degenhardt Corinna Dengler N.N. (Juniorprofessur für Unternehmensethik)
5.	<p>Kompetenzen „Wissen und Verstehen“</p> <p>„Können“</p>	<p><u>Nach Abschluss des Moduls verfügen die Studierenden über:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • einige vertiefte Kenntnisse der relevanten Fachliteratur im Bereich Betriebswirtschaftslehre, Corporate Social Responsibility, Social Business und Social Entrepreneurship; • einige vertiefte Wissensbestände, die theoretische Konzepte auf praktische Probleme differenziert anzuwenden. <p><u>Die Studierenden verfügen über:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • die Fähigkeit, eine praxisnahe Forschungsfrage im Bereich Betriebswirtschaftslehre, Corporate Social Responsibility, Social Business und Social Entrepreneurship zu entwickeln und • können mit Hilfe des theoretischen Wissens in relevanten Praxissituationen systematisch und eigenständig Forschungsprozesse strukturieren und Problemlösungen erarbeiten (Forschendes Lernen).
6.	Inhalte	<ul style="list-style-type: none"> • Untersuchungen von Forschungsfragen im Bereich Betriebswirtschaftslehre, Corporate Social Responsibility, Social Business und Social Entrepreneurship <ul style="list-style-type: none"> ○ lokal ○ regional ○ national ○ international • Anwendbarkeit wissenschaftlicher Ansätze auf praktisch orientierte Forschungsfragen • Umsetzung der theoretisch erworbenen Fähigkeiten und Wissensbestände in konkreten Praxiskontexten und in Kooperationen mit Akteuren aus Wirtschaft und Gesellschaft
7.	Ausgewählte Literatur	<p>Habisch, A., Schmidpeter, R. & Neureiter, M. 2008: Handbuch Corporate Citizenship Corporate Social Responsibility für Manager, Heidelberg.</p> <p>Kuhlemann, A.-K. 2010: Social Business: Corporate Citizenship 2.0, Heidelberg.</p> <p>Litke, D., Kunow, I. & Schulz-Wimmer, H. 2015: Projektmanagement, Freiburg i.Br.</p> <p>Töpfer, A. 2010: Erfolgreich Forschen. Ein Leitfaden für Bachelor-,</p>

Modulbeschreibung: Fach Wirtschaft und Ethik im Bachelor Combined Studies

		Master-Studierende und Doktoranden, Heidelberg.	
8.	Lehrveranstaltungen (SWS)	WE-5.1 Projektseminar (SE) (2 SWS)	
9.	Zugangsvoraussetzungen <i>gemäß Prüfungsordnung</i>	WE-1	
10.	Empfohlene Vorkenntnisse	Grundlegende betriebswirtschaftliche Kenntnisse	
11.	Angebotsturnus	jährlich	
12.	Semesterlage (WiSe/SoSe)/ empfohlenes Fachsemester	Wintersemester/ 5. Semester	
13.	Modulprüfung <i>gemäß Prüfungsordnung</i>	Projektbericht	
14.	Arbeitsaufwand	Kontaktstudium: 28	Arbeitsstunden insgesamt: 150
		Selbststudium: 122	Credit Points: 5 CP
15.	Verwendbarkeit des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • Pflichtbereich Bachelor Combined Studies, A- und B-Fach Wirtschaft und Ethik 	
16.	Sonstige Anmerkungen (z. B. Anmeldeformalitäten, max. Teilnehmer/innen-Zahl)		

1.	Modul	WE-6
2.	Modulbezeichnung	Marketing und Unternehmensgründung
3.	Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Nick Lin-Hi
4.	Lehrende	Moritz M. Botts
5.	<p>Kompetenzen „Wissen und Verstehen“</p> <p>„Können“</p>	<p><u>Nach Abschluss des Moduls verfügen die Studierenden über:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • breites und integriertes Wissen der vier Instrumente des Marketing; • kritisches Verständnis des Kaufverhaltens privater Konsumenten (B2C) bzw. des Kauf- und Entscheidungsverhaltens gewerblicher Beschaffer (B2B); • grundlegende Kenntnisse des Nachhaltigkeitsmarketing; • ein Wissen und Verstehen der Vorgehensweise bei einer Unternehmensgründung; • einige vertiefte Wissensbestände auf dem Stand der Forschung und der Praxis zur Erstellung eines Businessplans. <p><u>Die Studierenden können:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • relevante Informationen zur Marktbearbeitung sammeln, bewerten und interpretieren; • wissenschaftlich fundierte Urteile aus Informationen der Marketingtheorie ableiten, die gesellschaftliche, wissenschaftliche und ethische Erkenntnisse berücksichtigen; • selbständig weiterführende Lernprozesse im Rahmen der Marketinginstrumente gestalten; • fachbezogene Positionen und Problemlösungen der Unternehmensgründung formulieren und argumentativ verteidigen; • sich mit Fachvertreterinnen/Fachvertretern und mit Laien über Informationen, Ideen, Probleme und Lösungen zur Unternehmensgründung austauschen.
6.	Inhalte	<ul style="list-style-type: none"> • Im Rahmen der Marketingdenkhaltung erfolgt eine kritische Betrachtung der grundlegenden Bedeutung des Marktbeziehungsmanagements, der Marktsegmentierung, des Markenartikels und der Positionierung. Diese Elemente bilden die Grundlage jedweden qualifizierten marketingpolitischen Handelns • Darstellung der vier grundlegenden Instrumente des Marketings (Produktpolitik, Preispolitik, Vertriebspolitik und Kommunikationspolitik) • Diskussion verschiedener Marketingstrategien • Vermittlung des weit gefächerten Wissens zur Beurteilung von Unternehmensgründungen • Erarbeitung von Businessplänen im Rahmen der Unternehmensgründung
7.	Ausgewählte Literatur	Balderjahn, I. 2013: Nachhaltiges Management und

Modulbeschreibung: Fach Wirtschaft und Ethik im Bachelor Combined Studies

		<p>Konsumentenverhalten, München.</p> <p>Bruhn, M. 2012: Marketing: Grundlagen für Studium und Praxis, 11. Aufl., Wiesbaden.</p> <p>Kotler, P., Keller, K.L. & Bliemel, F. 2007: Marketing-Management: Strategien für wertschaffendes Handeln, 12. Aufl, München.</p> <p>Kraus, S. 2011: Entrepreneurship - Fallstudien: Unternehmensgründung, Intrapreneurship und Innovationsmanagement, Wien.</p> <p>Nagl, A. 2010: Der Businessplan: Geschäftspläne professionell erstellen: Mit Checklisten und Fallbeispielen, 5. Aufl., Wiesbaden.</p>
8.	Lehrveranstaltungen (SWS)	WE-6.1 Marketing (SE) (2 SWS) WE-6.2 Projektarbeit: Businessplan (SE) (2 SWS)
9.	Zugangsvoraussetzungen <i>gemäß Prüfungsordnung</i>	keine
10.	Empfohlene Vorkenntnisse	Grundlegende betriebswirtschaftliche Kenntnisse
11.	Angebotsturnus	jährlich
12.	Semesterlage (WiSe/SoSe)/ empfohlenes Fachsemester	6. Semester/ Sommersemester
13.	Modulprüfung <i>gemäß Prüfungsordnung</i>	Portfolio
14.	Arbeitsaufwand	Kontaktstudium: 56 Arbeitsstunden insgesamt: 180
		Selbststudium: 124 Credit Points: 6 CP
15.	Verwendbarkeit des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • Pflichtbereich Bachelor Combined Studies, A- und B-Fach Wirtschaft und Ethik • Wahlpflicht im Bachelor Sozialer Dienstleistungen
16.	Sonstige Anmerkungen (z. B. Anmeldeformalitäten, max. Teilnehmer/innen-Zahl)	

1.	Modul	WE-7
2.	Modulbezeichnung	Grundlagen und Perspektiven der praktischen Philosophie
3.	Modulverantwortlicher	Prof. Dr. Jean-Christophe Merle
4.	Lehrende	Prof. Dr. Jean-Christophe Merle Dr. Sandra Markewitz Dr. Anna Szyrwińska
5.	<p>Kompetenzen „Wissen und Verstehen“</p> <p>„Können“</p>	<p><u>Nach Abschluss des Moduls wissen die Studierenden,</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • worin die wichtigsten ethischen Theorien bestehen; • welche Themenbereiche durch die angewandte Ethik behandelt werden; • worin der Unterschied zwischen der allgemeinen Ethik und der angewandten Ethik besteht; • welche normativen Fragen von der Wirtschaftsphilosophie sowie von der relevanten politischen, der Rechts- und Sozialphilosophie untersucht werden; • welche Methoden von der Wirtschaftsphilosophie, der philosophischen Wirtschaftsethik und den weiteren Teilen der angewandten praktischen Philosophie verwendet werden; • warum die Auseinandersetzung mit Fragen und Überlegungen der praktischen Philosophie das normative Verständnis des demokratischen Rechtsstaats und seiner Wirtschaftsordnung fördert. <p><u>Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • ethische Positionen und deren Argumente analysieren und abwägen; • auf dieser Basis ein fundiertes kritisches Urteil darüber treffen; • wirtschaftliche und soziale Zusammenhänge und Entwicklungen unter ethischen Gesichtspunkten analysieren; • die gesellschaftliche Relevanz von Thesen der praktischen Philosophie beurteilen und ihre Anwendung skizzieren; • relevante Zusammenhänge zwischen gesellschaftstheoretischen und normativen Fragen feststellen; • die im Modul erworbenen Kompetenzen in öffentlichen Debatten zur Anwendung bringen.
6.	Inhalte	<ul style="list-style-type: none"> • zentrale Konzepte, Annahmen und Methoden der Ethik und insbesondere der angewandten Ethik, der Wirtschaftsphilosophie und der relevanten Rechts-, Sozial- und Staatsphilosophie • Methoden der ethischen Analyse, Argumentation, Abwägung und Bewertung anhand von ausgewählten Beispielen aus einschlägigen Bereichen der angewandten praktischen Philosophie

Modulbeschreibung: Fach Wirtschaft und Ethik im Bachelor Combined Studies

7.	Ausgewählte Literatur	<p>Birnbacher, D. 2007: Analytische Einführung in die Ethik, Berlin, New York.</p> <p>Frey, R.G. & Wellman, C. H. (Hrsg.) 2005: A Companion to Applied Ethics, Oxford.</p> <p>Gesang, B. 2016: Wirtschaftsethik und Menschenrechte, Tübingen.</p> <p>Hausman, D. M. & McPherson, M. S. (Hrsg.) 2006: Economic Analysis, Moral Philosophy and Public Policy, Cambridge.</p> <p>Neuhäuser, C. 2011: Unternehmen als moralische Akteure, Berlin.</p> <p>Reiss, J. 2013: Philosophy of Economics, London.</p>	
8.	Lehrveranstaltungen (SWS)	<p>WE-7.1 Ethik (SE) (2 SWS)</p> <p>WE-7.2 Wirtschaftsphilosophie / Sozialphilosophie (SE) (2 SWS)</p>	
9.	Zugangsvoraussetzungen gemäß Prüfungsordnung	keine	
10.	Empfohlene Vorkenntnisse		
11.	Angebotsturnus	jährlich	
12.	Semesterlage (WiSe/SoSe)/ empfohlenes Fachsemester	Wintersemester/ 3. Semester	
13.	Modulprüfung gemäß Prüfungsordnung	Klausur	
14.	Arbeitsaufwand	Kontaktstudium: 56	Arbeitsstunden insgesamt: 180
		Selbststudium: 124	Credit Points: 6 CP
15.	Verwendbarkeit des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> Wahlpflichtbereich Bachelor Combined Studies, A- und B-Fach Wirtschaft und Ethik 	
16.	Sonstige Anmerkungen (z. B. Anmeldeformalitäten, max. Teilnehmer/innen-Zahl)		

1.	Modul	WE-8
2.	Modulbezeichnung	Gender - Ökonomie - Ethik
3.	Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Ulrike Knobloch
4.	Lehrende	Prof. Dr. Ulrike Knobloch, Corinna Dengler
5.	<p>Kompetenzen</p> <p>„Wissen und Verstehen“</p> <p>„Können“</p>	<p><u>Nach Abschluss des Moduls verfügen die Studierenden über:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • breites und integriertes Wissen und Verstehen in Bezug auf Grundbegriffe, Kategorien und Theorien der Geschlechterforschung in Verbindung mit den Wirtschaftswissenschaften • kritisches Verständnis von zeit- und gesellschaftsabhängigen Problemkonstellationen • Wissen und Verstehen, das dem Stand der Fachliteratur im Schnittpunkt von Wirtschaftsethik und Geschlechterforschung entspricht verbunden mit der Fähigkeit, das erworbene Wissen zu vertiefen und auf neue Themenstellungen zu beziehen • Wissen um Transfermöglichkeiten der erworbenen Kenntnisse in den beruflichen und außerberuflichen Alltag <p><u>Die Studierenden können:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Grundbegriffe aus der Perspektive unterschiedlicher geschichtlicher Perioden und unterschiedlicher theoretischer Ansätze bestimmen und analysieren • die normativen Grundlagen und Geschlechterverhältnisse gängiger Wirtschaftstheorien herausarbeiten • grundlegende Fragestellungen und Problemkonstellationen im Schnittpunkt von Wirtschaftsethik und Geschlechterforschung erkennen und analysieren • gesellschaftliche Fragestellungen im Schnittpunkt von Wirtschaftsethik und Geschlechterforschung bestimmen und im Team diskutieren • weiterführende Lernprozesse gestalten und fachbezogene Argumentationen leiten
6.	Inhalte	<ul style="list-style-type: none"> • Wissensvermittlung von Grundbegriffen und Kategorien im Schnittpunkt von Wirtschaftsethik und Geschlechterforschung • Einordnung von Ansätzen und Begriffen in ihren zeitgeschichtlichen Zusammenhang • Diskussion von theoretischen Ansätzen und deren Relevanz für aktuelle Fragestellungen • Kritische Betrachtung aktueller gesellschaftlicher Fragestellungen im Schnittpunkt von Wirtschaftsethik und Geschlechterforschung
7.	Ausgewählte Literatur	<p>Budowski, M., Knobloch, U. & Nollert, M. (Hrsg.) 2016: Unbezahlt und dennoch Arbeit, Zürich.</p> <p>Haidinger, B. & Knittler, K. 2014: Feministische Ökonomie. INTRO. Eine Einführung, Wien.</p>

Modulbeschreibung: Fach Wirtschaft und Ethik im Bachelor Combined Studies

		<p>Hoppe H. 2002: Feministische Ökonomik. Gender in Wirtschaftstheorien und ihren Methoden, Berlin.</p> <p>Nelson, J.A. 2006: Economics for Humans, Chicago IL.</p> <p>Ulrich, P. 2016: Integrative Wirtschaftsethik. Grundlagen einer lebensdienlichen Ökonomie, 5. Aufl., Bern u.a.</p> <p>Verein Joan Robinson u.a. (Hrsg.) 2010: Wirtschaft anders denken. Handbuch feministische Wirtschaftsalphabetisierung, 2. Aufl., Wien.</p>
8.	Lehrveranstaltungen (SWS)	<p>WE-8.1: Gender – Ökonomie – Ethik: Einführung (VL) (2 SWS)</p> <p>WE-8.2: Gender – Ökonomie – Ethik: Aktuelle Themen (SE) (2 SWS)</p>
9.	Zugangsvoraussetzungen <i>gemäß Prüfungsordnung</i>	Keine
10.	Empfohlene Vorkenntnisse	Hilfreich sind einführende Kenntnisse der Wirtschaftsethik
11.	Angebotsturnus	jährlich
12.	Semesterlage (WiSe/SoSe)/ empfohlenes Fachsemester	Sommersemester / 4. Semester
13.	Modulprüfung <i>gemäß Prüfungsordnung</i>	Referat
14.	Arbeitsaufwand	Kontaktstudium: 56 Arbeitsstunden insgesamt: 180
		Selbststudium: 124 Credit Points: 6
15.	Verwendbarkeit des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • Wahlpflichtbereich Bachelor Combined Studies, A- und B-Fach Wirtschaft und Ethik • Besonders geeignet für den Profilierungsbereich
16.	Sonstige Anmerkungen (z. B. Anmeldeformalitäten, max. Teilnehmer/innen-Zahl)	