

Modul 31512
Internationale Unternehmensführung mit Kennzahlen

Modul-Nr./ Code	31512
Modultitel	Internationale Unternehmensführung mit Kennzahlen
Semester/Trimester	5. Semester
Dauer des Moduls	Ein Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflichtmodul
Häufigkeit des Angebots der Lehrveranstaltung	Jedes Semester
Zugangsvoraussetzung	Erfolgreicher Abschluss des Grundstudiums
Verwendbarkeit des Moduls für andere Module und Studiengänge	Unternehmensführung und Organisation, Internationales Marketing, Internationale Wirtschaftsbeziehungen
Modulverantwortlicher	Prof. Dr. Crössmann
Name des Hochschullehrers	Prof. Dr. Crössmann
Unterrichts-/Lehrsprache	Englisch
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	5
Workload und ihre Zusammensetzung (z.B. Selbststudium + Kontaktzeit)	150 Stunden (45 Stunden Vorlesung, 105 Stunden Selbststudium)
SWS	3
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Klausur oder mündliche Prüfung oder Hausarbeit
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	4,902 % (= 5/102)
Qualifikationsziele der Lehrveranstaltung	Kennenlernen und Anwenden der wesentlichen Controllinginstrumente und Kennzahlensysteme zur Steuerung international tätiger Unternehmen und Organisationen
Inhalte der Lehrveranstaltung	Gestaltung von Informationssystemen Grundlagen der Kennzahlenbildung Einzelkennzahlen Analysekennzahlensysteme Steuerungskennzahlensysteme Berichtssysteme Activity-Based-Costing and Pricing,

	Target-Costing and Pricing Cost-Volume-Profit-Analysis, Budgeting, Relevant Data for Decision Making
Lehr- und Lernmethoden	Vorlesung / Selbststudium
Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)	<p>Atkinson, A. A. / Banker, R. D. / Kaplan, R. S. / Young, S. M.: Management Accounting, Prentice Hall</p> <p>Crössmann, J.: Controlling/Banksteuerung: Konzepte und Stand der Verfahren, in: Deutscher Sparkassen und Giroverband e.V. (Hrsg.): Betriebswirtschaftliche Blätter, Heft Juli 2000</p> <p>Crössmann, J.: Erfolgskennzahlen für das Marketing-Controlling, in: is-report 8/2001</p> <p>Crössmann, J.: Für Kundenzufriedenheit, Kundenbindung und Marketing-Mix: Indices und Kennzahlen, is-report 9/2001</p> <p>Crössmann, J.: Marketing-Controlling-Erfolgskennzahlen, in: Pepels, W. (Hrsg.): Marketing-Controlling-Organisation, Berlin 2003</p> <p>Crössmann, J.: Risikocontrolling in Kreditinstituten, in: Deter, H. / Diegelmann, M. (Hrsg.): Creditor Relations, Frankfurt / M. 2003</p> <p>Crössmann, J. / Kroh, P.: Controlling mit Kennzahlen, in: Forschung und Wirtschaft, Heft 4, Mainz 2007</p> <p>Garrison, Ray H. / Noreen, Eric W.: Managerial Accounting, Chicago USA, Irwin)</p> <p>Gladen, W.: Performance Measurement, Gabler Verlag</p> <p>Kaplan, Robert S. / Norton, David P.: The Balanced Scorecard, Boston USA, Harvard Business School Press</p> <p>Lynch, R.L. / Cross, K.F.: How to Measure Corporate Performance, Malden Mass.</p> <p>Needles, B. E./ Powers, M.: Financial and Managerial Accounting, Houghton Mifflin Boston</p> <p>Nobes, Christopher / Parker, Robert:</p>

	<p>Comparative International Accounting, Prentice Hall</p> <p>Schweitzer, Marcell / Küpper, Hans-Ulrich: Systeme der Kosten- und Erlösrechnung, Verlag Vahlen</p>
--	---