

Modulhandbuch

**für den Studiengang
Handel und Internationales Manage-
ment**

vom 01.10.2024

Inhaltsverzeichnis

A.	Pflichtmodule für den Studiengang Handel und Internationales Management	4
1	Allgemeine Betriebswirtschaftslehre (ABW)	5
	Grundlagen der Allgemeinen Betriebswirtschaftslehre und Einführung in das wissenschaftliche Arbeiten.....	6
	Service Management und E-Business.....	10
	Investition, Finanzierung, betriebliche Steuerlehre.....	14
	Organisation, Personal und Arbeitsrecht.....	18
	Unternehmens- und Personalführung.....	22
2	Spezielle Betriebswirtschaftslehre (SBW)	26
	Logistik und Supply Chain Management	26
3	Rechnungswesen (REW).....	29
	Buchführung und Jahresabschluss.....	30
	Kosten- und Leistungsrechnung	33
4	Volkswirtschaftslehre und Recht (VWR).....	36
	Grundlagen der Volkswirtschaftslehre und Mikroökonomie	37
	Makroökonomie	40
	Wirtschaftsrecht	43
5	Methoden und Kompetenzen (MUK)	46
	Digitale und soziale Kompetenz	47
	Wirtschafts- und Finanzmathematik	51
	Angewandte Statistik	54
	Digitalisierung und angewandte KI	57
	Interkulturelle Kommunikation und Kompetenz	61
6	Wirtschaftsenglisch (WEN)	64
	Wirtschaftsenglisch I.....	65
	Wirtschaftsenglisch II.....	68
B.	Pflichtmodule der Studienrichtung Handel, Vertrieb und Internationales Management.....	71
	Handels- und Internationales Management.....	72
	Controlling und Qualitätsmanagement	76
	Vertrieb und Außenhandel	80
	Projekt- und Change-Management.....	84
	Nachhaltigkeit und Innovationsmanagement.....	87
D.	Pflichtmodule der Studienrichtung Food Franchise Management	90
	Systemgastronomie-Management.....	91
	Ernährungs- und Lebensmittelsicherheit	94
	Warenkunde.....	96
	Projekt- und Change-Management in der Systemgastronomie.....	99
	Aufbau und Entwicklung von Franchise-Unternehmen	102
E.	Wahlpflichtmodule des Studiengangs Handel und Internationales Management.....	105
1	Wahlpflicht Sprachen (WPS)	105
	Zweite Fremdsprache Niveaustufe A1.....	106
	(Chinesisch, Französisch, Italienisch, Russisch, Spanisch, Tschechisch).....	106
	Zweite Fremdsprache Niveaustufe A2.....	109
	(Chinesisch, Französisch, Italienisch, Russisch, Spanisch, Tschechisch).....	109
	Zweite Fremdsprache Niveaustufe B1.....	112
	(Chinesisch, Französisch, Italienisch, Russisch, Spanisch, Tschechisch).....	112
	Zweite Fremdsprache Niveaustufe A2.....	115
	(Chinesisch, Französisch, Italienisch, Russisch, Spanisch, Tschechisch).....	115
	Zweite Fremdsprache Niveaustufe B1.....	118
	(Chinesisch, Französisch, Italienisch, Russisch, Spanisch, Tschechisch).....	118
	Zweite Fremdsprache Niveaustufe B2.....	121
	(Chinesisch, Französisch, Italienisch, Russisch, Spanisch, Tschechisch).....	121
2	Wahlpflicht fachspezifisch (WPF)	124
	Social Media Marketing.....	125
	Ceyp, M.; Scupin, J.-P.: Erfolgreiches Social Media Marketing Konzepte, Maßnahmen und Praxisbeispiele. Wiesbaden: Springer Gabler. [ebook].....	126
	Kreutzer, R. T.: Social-Media-Marketing kompakt. Ausgestalten, Plattformen finden, messen, organisatorisch verankern. Wiesbaden: Springer Gabler. [ebook]	126

	Kommunikation und verkaufpsychologische Aspekte.....	131
	Gesundheitsförderung und -prävention	134
	IT-gestützte Produktionsplanung und -steuerung.....	136
	Auditieren von Managementsystemen	138
	Unternehmensgründung und Geschäftsmodellentwicklung	140
	Aktuelle Themen der Lebensmittel- und Ernährungswirtschaft sowie des Verbraucherschutzes	143
F.	Praxismodule der Studienrichtung Handel, Vertrieb und Internationales Management	145
	Praxismodul Unternehmensanalyse	146
	Praxismodul Rechnungswesen / Marketing.....	148
	Praxismodul Controlling und QM / Internationales Management	150
	Praxismodul Personal / Vertrieb	152
	Praxismodul Projekt.....	154
G.	Praxismodule der Studienrichtung Food Franchise Management	156
	Praxismodul Unternehmensanalyse	157
	Praxismodul Rechnungswesen /Service in der Systemgastronomie	159
	Praxismodul Ernährungs- und Lebensmittelsicherheit	162
	Praxismodul Personal / Warenkunde	164
	Praxismodul Projekt.....	166
H.	Bachelorarbeit (BAA).....	168
	Bachelorarbeit.....	168

Erläuterung zum Modulhandbuch

Zu den Positionen „Verwendbarkeit des Moduls“ und „Voraussetzungen für die Teilnahme“

Die interne Verknüpfung der Module der Studienrichtungen folgt stringent den Abläufen der Curricula. Damit ist es für die Studierenden nicht möglich, eine Wahl in der Abfolge der einzelnen Module zu treffen.

In der Position „Verwendbarkeit des Moduls“ wird deshalb nur auf Studiengänge verwiesen, in denen das Modul identisch verwendet wird.

Erläuterung Abkürzungen zum Gesamtworkload

Prä	Präsenzveranstaltung
EVL-T	Eigenverantwortliches Lernen in der Theoriephase
EVL-P	Eigenverantwortliches Lernen in der Praxisphase
PV	Prüfungsvorbereitung
TU	Tutorium
PL	Prüfungsleistung

A. Pflichtmodule für den Studiengang Handel und Internationales Management

- Allgemeine Betriebswirtschaftslehre (ABW)
- Rechnungswesen (REW)
- Volkswirtschaftslehre und Recht (VWR)
- Methoden und Kompetenzen (MUK)
- Wirtschaftsenglisch (WEN)

1 Allgemeine Betriebswirtschaftslehre (ABW)

- Grundlagen der Allgemeinen Betriebswirtschaftslehre und Einführung wissenschaftliches Arbeiten
- Service Management und E-Business
- Investition, Finanzierung und betriebliche Steuerlehre
- Organisation, Personal und Arbeitsrecht
- Unternehmens- und Personalführung

Modul-Nr./Code	7HI-ABW01-HI
Modulbezeichnung	Grundlagen der Allgemeinen Betriebswirtschaftslehre und Einführung in das wissenschaftliche Arbeiten
Ggf. Lehrveranstaltungen des Moduls	Vorlesung 50h / Seminar 26h / Übung 10h / Tutorium 2h
Inhalte des Moduls	<p>Die Studierenden erwerben Grundlagen der allgemeinen Betriebswirtschaftslehre und des wissenschaftlichen Arbeitens. Sie sind in der Lage, die konstitutiven Entscheidungen von Unternehmen zu bewerten. Sie verstehen die Grundlagen unternehmerischer Tätigkeit und kennen die Strukturen und Funktionsbereiche von Unternehmen. Sie erlernen erforderliche Begriffe und Denkweisen des wissenschaftlichen Arbeitens. Es werden Kenntnisse zum formalen Aufbau einer wissenschaftlichen Arbeit sowie Planungsmethoden zu deren Erstellung vermittelt</p> <p>Grundlagen der Allgemeinen Betriebswirtschaftslehre</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Grundlagen: <ul style="list-style-type: none"> ○ Einordnung und Geschichte der BWL ○ Gegenstand der BWL ○ Gliederung der BWL ▪ Unternehmen und Umwelt: <ul style="list-style-type: none"> ○ Umwelt ○ Anspruchsgruppen ○ Funktionsbereiche im Unternehmen ○ Ziele ○ Planung ○ Ausführung ○ Kontrolle ▪ Konstitutive Unternehmensentscheidungen: <ul style="list-style-type: none"> ○ Wahl der Rechtsform ○ Zusammenschluss von Unternehmen ○ Wahl des Standorts ▪ Grundlagen Marketing <ul style="list-style-type: none"> ○ Begriff, Bedeutung ○ Rahmenbedingungen ○ Ziele ○ Strategien ▪ Handelsmarketing-Mix <ul style="list-style-type: none"> ○ Standortpolitik ○ Sortiments- und Markenpolitik ○ Preispolitik ○ Kommunikationspolitik ○ Präsentationspolitik ○ Personalpolitik ○ Servicepolitik <p>Unternehmenssimulation/Planspiel TOPSIM Easy Management</p> <p>Grundlagen zum wissenschaftlichen Arbeiten</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Grundbegriffe, Theorie und Empirie, Hypothese, Konstrukt, Modell, Erklärung, Tatsachen, Beobachtungen; normative - deskriptive - statistische Aussagen ▪ Erkenntnistheorie ▪ Induktion, Deduktion, Verifikation, Falsifikation, Paradigma ▪ Forschungsmethoden (Quantitative und Qualitative Forschungsstrategien und Methoden) ▪ Wissenschaftliches Arbeiten: Planung, Methoden, Darstellung ▪ Formen der Fachliteratur ▪ Richtlinien zur Erstellung wissenschaftlicher Arbeiten der Studi-

	<p>enakademie Plauen</p>
<p>Lernergebnisse des Moduls</p>	<p>Wissen und Verstehen Die Studierenden erwerben Wissen über die Entwicklung der BWL, deren Zielsetzung, Binnendifferenzierung und Einordnung in das allgemeine Wissenschaftssystem. Sie kennen ihre relevanten Grundbegriffe, Theorien und Methoden. Ferner erwerben sie Kenntnisse über Teilaufgabengebiete und konstitutive Entscheidungsfelder im Lebenszyklus eines Unternehmens sowie externe und interne Wirkfaktoren für zentrale betriebswirtschaftliche Problemstellungen und die Erstellung von Zielsystemen eines Unternehmens. Die Studierenden kennen Aufgaben, Bedeutung, Organisation und Ablauf der Leistungserstellung im Unternehmen.</p> <p>Studierende verfügen über ein breit angelegtes Wissen hinsichtlich der strategischen und operativen Ausgestaltung der Instrumente des Handelsmarketing. Sie machen sich vertraut mit den konkreten Anforderungen an die optimale Kombination dieser Instrumente im Rahmen des Marketing-Mix der Handelsunternehmen.</p> <p>Die Studierenden lernen grundlegende wissenschaftstheoretische Denkansätze sowie Prinzipien und Methoden der Erkenntnisgewinnung kennen. Sie kennen die grundlegenden Begriffe und Denkweisen des wissenschaftlichen Arbeitens. Es werden Kenntnisse zum formalen Aufbau einer wissenschaftlichen Arbeit sowie Planungsmethoden zu deren Erstellung vermittelt und die Präsentation eigener Ergebnisse trainiert.</p> <p><u>Wissensvertiefung</u> Die Studierenden verfügen über ein kritisches Verständnis zu den wichtigsten Theorien, Prinzipien und ausgewählten Methoden der BWL und vertiefen ihr Wissen bedarfsgerecht.</p> <p>Studierende erfahren die branchenspezifische Ausprägung der im Rahmen der Allgemeinen Betriebswirtschaftslehre vermittelten Lehrinhalte. Sie verstehen die Handelsleistung als spezifische Dienstleistung. Die Studierenden erkennen die Notwendigkeit der unmittelbaren Einbeziehung von Kunden und Lieferanten in die Marketingaktivitäten der Handelsunternehmen. Studierende erlangen Wissen darüber, wie die verschiedenen Marktteilnehmer auf die einzelnen Marketingentscheidungen reagieren.</p> <p>Die Studierenden verfügen über ein kritisches Verständnis der wichtigsten Erkenntnistheorien und können die Betriebswirtschaftslehre hinsichtlich ihrer Zielstellung und Arbeitsweise in die Systematik der Wissenschaften einordnen und von anderen Wissenschaften abgrenzen. Sie sind in der Lage, wissenschaftlich relevante Themen zu erkennen und für die eigene Arbeit auszuwählen.</p> <p>Können <u>Instrumental</u> Die Studierenden haben die grundlegende Fähigkeit, Ziele von Unternehmen unter Berücksichtigung der vielschichtigen Einflussfaktoren abzuleiten und somit das Unternehmen als Organisation in seiner Abhängigkeit von internen und externen Wirkungsfaktoren zu verstehen. Sie können Zusammenhänge zwischen Leistungs- und Wertschöpfungsprozess herstellen sowie die Verflechtung güterwirtschaftlicher und finanzwirtschaftlicher Prozesse im Unternehmen darstellen. Die Studierenden sind in der Lage, die Eignung der verschiedenen Rechtsformen, die Wahl von Standorten und andere konstitutive Unternehmensentscheidungen einzuschätzen.</p>

	<p>Studierende beherrschen die Inhalte der einzelnen Marketinginstrumente, können diese optimal kombinieren und in den Verkaufsprozess implementieren.</p> <p>Die Studierenden wenden wissenschaftliche Arbeitsprinzipien bei der Erstellung eigener Arbeiten an und sind in der Lage, effektiv und zielgerichtet Texte zu analysieren, und bezüglich ihrer Qualität zu beurteilen und erzielte Ergebnisse wissenschaftlich korrekt zu formulieren und zu interpretieren.</p> <p><u>Systemisch</u> Die Studierenden können Daten und Informationen aus diversen Quellen sammeln und nach vorgegebenen Kriterien aufbereiten. Sie haben gelernt, Verständnisfragen zu stellen und unter Anleitung Verantwortung für den eigenen Wissenserwerb zu übernehmen. Die Studierenden können Problemstellungen zielgerichtet bearbeiten, sinnvoll strukturieren sowie in sich schlüssige und logisch nachvollziehbare Lösungsansätze darstellen. Die Studierenden können auf Basis ihres erlangten Wissens die Prozessabläufe im Unternehmen erfassen, analysieren und sind selbstständig in der Lage, diese weiter zu optimieren.</p> <p><u>Kommunikativ</u> Die Studierenden können Fachbegriffe und Kategorien sowie grundlegende Zusammenhänge der Betriebswirtschaftslehre formulieren und erläutern. Studierende beherrschen das marketingspezifische Fachvokabular und können mit den Schnittstellen in den entsprechenden Fachabteilungen kommunizieren. Sie können die erarbeiteten Marketingkonzepte in strukturierter und zusammenhängender Form präsentieren und verteidigen. Sie können sich sowohl mit Fachvertretern als auch mit Laien über Informationen, Probleme und Lösungsansätze auf wissenschaftlicher Grundlage austauschen und ihre Ergebnisse übersichtlich und klar präsentieren.</p>														
Studiensemester	Semester 1														
Dauer des Moduls	1 Semester														
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Jährlich (Wintersemester)														
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	6														
Gesamtworkload	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Prä</th> <th>EvL-T</th> <th>EvL-P</th> <th>PV</th> <th>TU</th> <th>PL</th> <th>Σ</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>86</td> <td>20</td> <td>50</td> <td>20</td> <td>2</td> <td>2</td> <td>180</td> </tr> </tbody> </table>	Prä	EvL-T	EvL-P	PV	TU	PL	Σ	86	20	50	20	2	2	180
Prä	EvL-T	EvL-P	PV	TU	PL	Σ									
86	20	50	20	2	2	180									
Art des Moduls	Pflichtmodul														
Verwendbarkeit des Moduls															
Voraussetzungen für die Teilnahme	- -														
Modulverantwortlicher/Modulverantwortliche	Prof. Dr. Juliane Kellner-Fuchs														
Name der/des Hochschullehrer/s der Lehrveranstaltungen	Prof. Dr. Juliane Kellner-Fuchs, Gisbert Günther														
Lehrsprache	Deutsch														
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Klausur (Semesterende) 120 Min.														
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	ECTS des Moduls/168 ECTS * 80 %														
Medien/Arbeitsmaterialien	Skript, Übungen, Planspiel														

<p>Besonderes (z. B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)</p>	<p>Nutzung des Präsenz- und Online-Bereichs der Bibliothek für Literaturstudien, Einführungsveranstaltung in die Bibliothek, ggf. Praxisbesuch und Gastvorträge</p>
<p>Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)</p>	<p>Jeweils die neueste Auflage</p> <p><u>Basisliteratur</u></p> <p>Bardmann, M.: Grundlagen der Allgemeinen Betriebswirtschaftslehre. Wiesbaden: Springer Verlag. [ebook]</p> <p>Olfert, K; Rahn, H.J.: Einführung in die Betriebswirtschaftslehre. Herne: NWB-Verlag.</p> <p>Wöhe, G: Einführung in die allgemeine Betriebswirtschaftslehre. München: Verlag Vahlen.</p> <p>Meffert, H.; Burmann, C.; Kirchgeorg, M., Eisenbeiß, M.: Marketing. Grundlagen marktorientierter Unternehmensführung. Konzepte - Instrumente – Praxisbeispiele, Wiesbaden: Springer Gabler.</p> <p>Ahlert, D.; Kenning, P., Brock, C.: Handelsmarketing. Grundlagen der marktorientierten Führung von Handelsbetrieben. Berlin/Heidelberg: Springer Gabler. [ebook]</p> <p><u>Vertiefende Literatur</u></p> <p>Haller, S.: Handelsmarketing. Herne: Kiehl.</p> <p>Schierenbeck, H.; Wöhle, C.B.: Grundzüge der Betriebswirtschaftslehre. München: Oldenbourg-Verlag.</p> <p>Von Känel, S.: Betriebswirtschaftslehre: Eine Einführung. Wiesbaden: Springer-Verlag. [ebook]</p> <p>Wöhe, G.; Kaiser, H.; Döring, U.: Übungsbuch zur Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre. München: Verlag Vahlen.</p> <p>Goldenstein, J.; Hunoldt, M.; Walgenbach, P.: Wissenschaftliche(s) Arbeiten in den Wirtschaftswissenschaften. Wiesbaden: Springer Gabler. [ebook]</p> <p>Kollmann, T.; Kuckertz, A.; Stöckmann, C.: Das 1 x 1 des wissenschaftlichen Arbeitens. Wiesbaden: Springer Verlag. [ebook]</p> <p>Oehlich, M.: Wissenschaftliches Arbeiten und Schreiben, Springer-Verlag. [ebook]</p> <p>Bortz, J.; Döring, N.: Forschungsmethoden und Evaluation; Springer-Verlag. [ebook]</p> <p>Kornmeier, M.: Wissenschaftlich schreiben leicht gemacht. Für Bachelor, Master und Dissertation. Stuttgart: UTB. [ebook]</p> <p>Skern, T.: Writing scientific English. A workbook. Facultas / utb Verlag. [ebook]</p>

Modul-Nr./Code	7HI-ABW02-HI
Modulbezeichnung	Service Management und E-Business
Ggf. Lehrveranstaltungen des Moduls	Vorlesung 42h / Seminar/Übung 30h / Tutorium 2h
Inhalte des Moduls	<p>Die Studierenden erlernen Grundlagen zum Service Management sowie zum E-Business. Moderne Volkswirtschaften sind in hohen und weiter zunehmenden Maßen durch professionelle Serviceleistungen gekennzeichnet. Zur besseren Einordnung der Aktivitäten ihrer Praxispartner lernen Studierende, was Dienstleistungen sind, welche Arten von Dienstleistungen sich unterscheiden lassen und wie sich der Sektors historisch, wie im internationalen Vergleich entwickelt, hat. Darauf aufbauend werden Grundlagen zum E-Business vermittelt. Die Informationsökonomie und die sich weiter entwickelnde Informationstechnologie ermöglichen einen stetigen Ausbau der E-Business-Tätigkeiten. Insbesondere die Prozesse und Systeme beim elektronischen Einkauf und Verkauf und dem elektronischen Handel werden vermittelt.</p> <p>Grundlagen zum Dienstleistungsbegriff und zur Dienstleistungsgesellschaft</p> <ul style="list-style-type: none"> - Definition von Dienstleistungen - Eigenschaften von Dienstleistungen - Dienstleistungstypologien - Potential-, Prozess- und Ergebnisdimension von Dienstleistungen - Service Transition als gesamtwirtschaftlicher Trend <p>Entwicklung des Service-Sektors im internationalen Vergleich</p> <ul style="list-style-type: none"> - Abgrenzung und Gewicht der verschiedenen Dienstleistungsbranchen - Erklärungen des Wachstums des Service-Sektors - Varianten der Dienstleistungsgesellschaft - Services und Wirtschaftswachstum <p>Besonderheiten Service Management</p> <ul style="list-style-type: none"> - Einbeziehung des Kunden in den Dienstleistungserstellungsprozess - Aufbau und Entwicklung von Guest Relations - Merkmale von Dienstleistungen und daraus abgeleitete Implikationen für das Dienstleistungsmarketing, Erweiterung des 4-P-Ansatzes - Schwierigkeiten der Messung der Dienstleistungsqualität - Struktur-, Prozess- und Ergebnisqualität von Dienstleistungen - Das SERVQUAL-Modell - Digitalisierung von Dienstleistungen <p>Grundlagen E-Business</p> <ul style="list-style-type: none"> - Begriff und Bedeutung - Informationstransfer, -ökonomie und -wettbewerb - Informationstechnologie, Standards und Werkzeuge - Grundlagen zur E-Company und E-Community <p>Elektronischer Einkauf (E-Procurement)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Prozesse und Systeme beim elektronischen Einkauf - Management und Marketing beim elektronischen Einkauf <p>Grundlagen E-Shop / elektronischer Verkauf</p> <ul style="list-style-type: none"> - Prozesse und Systeme beim elektronischen Verkauf - Management und Marketing beim elektronischen Verkauf

	<p>Praxisanteil/Übung: Aufbau eines eigenen Webshops</p> <p>Grundlagen E-Marketplace / elektronischer Handel</p> <ul style="list-style-type: none"> - Systemanforderungen und -lösungen beim elektronischen Handel - Management und Marketing beim elektronischen Handel
<p>Lernergebnisse des Moduls</p>	<p><i>Wissen und Verstehen</i></p> <p>Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden den Gegenstand Service-Management und E-Business erklären. Studierende wissen, was Dienstleistungen aus betriebswirtschaftlicher, volkswirtschaftlicher Sicht besonders macht und verstehen, warum Dienstleistungen und E-business-Aktivitäten an ökonomischer Bedeutung gewonnen haben und welche gesamtwirtschaftlichen und gesellschaftlichen Konsequenzen mit diesem Bedeutungsgewinn verbunden sind. Sie können Folgen der Digitalisierung für die wirtschaftliche Entwicklung abschätzen. Die Studierenden kennen Grundlagen und Aufgaben vom elektronischen Ein- und Verkauf sowie dem elektronischen Handel. Studierende lernen die Wesensmerkmale und Komponenten von Online-Vertriebssystemen kennen. Sie kennen das Spektrum der Entscheidungsspielräume bei der inhaltlichen, technischen und benutzerfreundlichen Shopgestaltung. Sie wissen um das Instrumentarium zur Erfolgsmessung von Websites und Optimierungskonsequenzen.</p> <p><u>Wissensvertiefung</u></p> <p>Studierende verstehen, wie die Strukturen und Prozesse bei ihren Praxispartnern durch Dienstleistungsbezüge geprägt sind. Sie wissen, welche besonderen betriebswirtschaftlichen Herausforderungen mit Dienstleistungen und E-Business-Aktivitäten verbunden sind. Sie verfügen über ein detailliertes Wissen zu strategischen, taktischen und operativen Problemstellungen beim elektronischen Ein-, Verkauf und Handel. Sie wenden das erworbene Wissen in einem E-Commerce-Übung zum Aufbau und Gestaltung eines Online-Shops direkt an und werten die Ergebnisse in Gruppengesprächen aus.</p> <p><i>Können</i></p> <p><u>Instrumental</u></p> <p>Studierende können allgemeine Empfehlungen zum Management von Dienstleistungen und E-Business-Tätigkeiten für ihre Praxispartner konkretisieren und beherrschen grundlegende Methoden zur Messung und Sicherung der Qualität von Dienstleistungen. Sie sind mit den grundlegenden Dienstleistungsstatistiken vertraut. Studierende sind in der Lage, Online-Shops zielgruppenkonform in allen Komponenten zu konzipieren, zu gestalten und bei der Implementierung mitzuwirken.</p> <p><u>Systemisch</u></p> <p>Studierende können das Dienstleistungsmanagement in der BWL verorten und haben gesamtwirtschaftlichen Hintergründe und Konsequenzen der Ausweitung des Dienstleistungssektors im Blick. Sie sind sich der Komplementaritäten zwischen Dienstleistungen und Sachgütern bewusst.</p> <p>Studierende können Fragestellungen in den Kontext der betrieblichen E-Business Aktivitäten einordnen. Die Studierenden sind in der Lage, die zur Verfügung stehenden Lern- und Arbeitsmittel selbstständig zum weiteren Wissenserwerb - insbesondere mit Blick auf die Erarbeitung von Optimierungsansätzen bei elektronischen Ein-, Verkaufs sowie Handelsprozessen abzuleiten. Sie konzipieren Onlinepräsen-</p>

	<p>zen als ganzheitliche Einheit gemäß Unternehmenszielen und -strategien des Anbieters.</p> <p><u>Kommunikativ</u> Die Studierenden können konstruktiv in einer Arbeitsgruppe mitarbeiten und sich über die Besonderheiten von Dienstleistungen und E-Business-Aktivitäten austauschen. Sie haben gelernt, ihren Standpunkt mittels einer fundierten fachlichen Argumentation zu verteidigen. Sie sind offen für kritische Hinweise ihrer Gesprächspartner und können auch selbst auf angemessene Weise Kritik äußern. Sie können sowohl innerhalb des Unternehmens als auch außerhalb des Unternehmens, bspw. mit externen Dienstleistern, über die Prozesse und Systeme im Kontext E-Business kommunizieren. Sie formulieren Anforderungen an die IT-Mitarbeiter/Dienstleister zur Programmierung und Vorschläge zur Umsetzung.</p>														
Studiensemester	Semester 2														
Dauer des Moduls	1 Semester														
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Jährlich (Sommersemester)														
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	5														
Gesamtworkload	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Prä</th> <th>EvL-T</th> <th>EvL-P</th> <th>PV</th> <th>TU</th> <th>PL</th> <th>Σ</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>72</td> <td>8</td> <td>46</td> <td>20</td> <td>2</td> <td>2</td> <td>150</td> </tr> </tbody> </table>	Prä	EvL-T	EvL-P	PV	TU	PL	Σ	72	8	46	20	2	2	150
Prä	EvL-T	EvL-P	PV	TU	PL	Σ									
72	8	46	20	2	2	150									
Art des Moduls	Pflichtmodul														
Verwendbarkeit des Moduls															
Voraussetzungen für die Teilnahme	- -														
Modulverantwortlicher/Modulverantwortliche	Prof. Dr. Juliane Kellner-Fuchs														
Name der/des Hochschullehrer/s der Lehrveranstaltungen	Prof. Dr. Juliane Kellner-Fuchs, Gisbert Günther														
Lehrsprache	Deutsch														
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Klausur (Semesterende) 90 Min.														
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	ECTS des Moduls/168 ETCS * 80 %														
Medien/Arbeitsmaterialien	Skript, Übungen und Fallbeispiele														
Besonderes (z. B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	Nutzung des Online-Bereichs der Bibliothek für die Literaturstudien; Aufbau eines eigenen Webshops														
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	<p>Jeweils die neueste Auflage</p> <p><u>Basisliteratur</u></p> <p>Biesel, H.; Hame, H.: Vertrieb und Marketing in der digitalen Welt. So schaffen Unternehmen die Business Transformation in der Praxis. Wiesbaden, Germany: Springer Gabler. [ebook]</p> <p>Bruhn, M.: Qualitätsmanagement für Dienstleistungen, Wiesbaden: Springer Gabler. [ebook]</p> <p>Corsten, H.; Roth, St. [Hrsg.]: Handbuch Dienstleistungsmanagement. München: Vahlen. [ebook]</p> <p>Deges, F.: Grundlagen des E-Commerce. Wiesbaden: Springer Gabler. [ebook]</p>														

	<p>Haller, S.: Dienstleistungsmanagement: Grundlagen – Konzepte – Instrumente., Wiesbaden: Springer Gabler. [ebook]</p> <p>Heinemann, G.: Der neue Online-Handel: Geschäftsmodelle, Geschäftssysteme und Benchmarks im E-Commerce. Wiesbaden: Springer Gabler. [ebook]</p> <p>Kollmann, T.: E-Business, Wiesbaden: Springer Gabler. [ebook]</p> <p>Meffert, H.; Bruhn, M.; Hadwich, K.: Dienstleistungsmarketing: Grundlagen – Konzepte – Methoden., Wiesbaden: Springer Gabler. [ebook]</p> <p>Schmitz, U.: Grundkurs Electronic Business. Wiesbaden: Springer Vieweg. [ebook]</p> <p><u>Vertiefende Literatur</u></p> <p>Baethge, M. (2011): Die Arbeit in der Dienstleistungsgesellschaft, in: Evers, A.; Heinze, R.G.; Olk, T. [Eds.], Handbuch Soziale Dienste. Wiesbaden: VS, 35-61.</p> <p>Brandt, A.; Polom, L.; Danneberg, M. (2016): Gute Digitale Arbeit: Auswirkungen der Digitalisierung im Dienstleistungsbereich. FriedrichEbert Stiftung, WISO Diskurs 16/2016, Berlin.</p> <p>Deckert, R.; Wohllebe, A.: Digitalisierung und Einzelhandel. Taktiken und Technologien, Praxisbeispiele und Herausforderungen. Wiesbaden: Springer Gabler. [ebook]</p> <p>Kollmann, T.; Hensellek, S.: E-Business Generator, Wiesbaden: Springer Gabler. [ebook]</p> <p>Magrath, A.J. (1986): When Marketing Services, 4Ps are not enough, in: Business Horizon, Vol. 29 (3), pp. 44-50.</p> <p>Parasuraman, A.; Zeithaml, V. A.; Berry, L. L (1988): SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality, in: Journal of Retailing, Vol. 64 (1), pp. 12-40.</p> <p>Digital Business (Journal): Online Zugang über Bibliothek.</p> <p>Wirtz, B. W.: Electronic Business. Wiesbaden: springer Fachmedien. [ebook]</p>
--	---

Modul-Nr./Code	7HI-ABW03-HI
Modulbezeichnung	Investition, Finanzierung, betriebliche Steuerlehre
Ggf. Lehrveranstaltungen des Moduls	Vorlesung 42h / Seminar 40h / Tutorium 2h
Inhalte des Moduls	<p>Die Studierenden verfügen nach Teilnahme der Lehrveranstaltung über ein fundiertes Basiswissen im Themengebiet der Investition / Finanzierung und dem deutschen Steuerrecht.</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Erwerb von Basiswissen zu Elementen der Finanzierung, zu Finanzierungs- und Investitionsarten sowie zur Verschuldung ▪ Beherrschung traditioneller Finanzierungsregeln in Theorie und praktischer Anwendung ▪ Herausbildung elementarer Fähigkeiten zur Ermittlung und Bewertung der absoluten und relativen Liquidität im Unternehmen ▪ Befähigung zum Erkennen von Investitionsrisiken ▪ Herausbildung sicherer Methodenkenntnisse zu statischen und dynamischen Investitionsrechnungsverfahren ▪ Erwerb von Kenntnissen zu den Möglichkeiten der kurz- und langfristigen Fremdfinanzierung ▪ Befähigung zur Bewertung von Innenfinanzierungschancen und -alternativen ▪ Bedeutung der Cash–Flow-Kennzahl für die Beurteilung der Ertrags- und Finanzkraft des Unternehmens ▪ Beherrschung der Ermittlung des Cash-Flows ▪ Anwendung der Kapitalflussrechnung <p>Finanzierung</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Finanzierungsarten ▪ Traditionelle Finanzierungsregeln ▪ Probleme der absoluten und relativen Liquidität ▪ Innen- und Außenfinanzierung ▪ EK und EK-Beschaffung nach Rechtsformen ▪ Lieferanten- und Kundenkredite ▪ Kurz- und langfristige Bankkredite ▪ Finanzierung aus Rückstellungen, Gewinn und Abschreibungsgegenwerten ▪ Credit Default Swaps ▪ Asset Backed Securities im Liquiditätsmanagement ▪ Leasing (Operate Lease und Finance Lease) ▪ Currency Carry Trades <p>Investition</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Investitionsbegriff, Investitionsarten, ▪ Entscheidungsprozess einer Investition ▪ Fallbeispiele zur Investitionsrechnung ▪ Einführung in Geld- und Kapitalmärkte ▪ Finanzmärkte und Produkte ▪ Bedeutung, Begriff und Elemente des Kapitalbedarfs ▪ Contracts for Difference ▪ Optionsscheingeschäfte ▪ Futures und Forwards ▪ OTC-Geschäfte ▪ Capital Asset Pricing Model ▪ Portfoliotheorie

	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Weighted Average Cost of Capital ▪ Leverage-Effekt ▪ Kapitalmarkttheorie (sichere und unsichere Erwartungen) <p>Betriebliche Steuerlehre</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Betriebswirtschaftliche Aspekte der Steuerlehre, Besteuerungswirkungen ▪ Steuerliche Grundbegriffe ▪ Grundzüge des Steuersystems (u. a. Steuerarten: Umsatzsteuer, Einkommensteuer, Körperschaftsteuer, Gewerbesteuer) ▪ Grundzüge der Rechtsanwendung, Überblick über das Besteuerungsverfahren und Finanzgerichtsbarkeit
<p>Lernergebnisse des Moduls</p>	<p><i>Wissen und Verstehen</i></p> <p>Die Studierenden kennen finanzwirtschaftliche Zusammenhänge, insbesondere investitionstheoretische- und finanzierungstheoretische Fragestellungen. Sie erlangen dabei grundlegende Kenntnisse zur Planung, Durchführung und Kontrolle von Investitionen.</p> <p>Die Studierenden erkennen den Zusammenhang zwischen der Beschaffung, Verwaltung und Verwendung finanzieller Mittel. Sie kennen die verschiedenen Finanzierungsmöglichkeiten und ihre Auswirkungen auf die Kapitalstruktur.</p> <p>Die Studierenden kennen die wichtigsten Steuerarten, die Grundlagen des Steuersystems und das Zusammenwirken der einzelnen Steuerarten.</p> <p>Die Studierenden kennen die verschiedenen Methoden der statischen und dynamischen Investitionsrechnung und die Erarbeitung von Lösungen anhand von Fallstudien. Sie besitzen Kenntnisse für die Investitionsrechnung mit Hilfe vollständiger Finanzpläne und bei Unsicherheiten.</p> <p>Die Studierenden kennen für mittelständische Unternehmen überblicksweise die relevanten finanzwirtschaftlichen- und analytischen Regelungen. Zentrale Aspekte des differenzierten Finanzmanagement werden erkannt und beachtet.</p> <p><u>Wissensvertiefung</u></p> <p>Anhand von Übungsaufgaben werden die Studierenden in die Lage versetzt, das erworbene Wissen bei der Lösung von Fallbeispielen umzusetzen. Diese Fallbeispiele sind den Geschäftsfällen von Unternehmen nachempfunden und ermöglichen es den Studierenden Entscheidungen des Unternehmers zu analysieren, Lösungen zu beschreiben und deren Auswirkungen auf operative und strategische Entscheidungen des Unternehmens zu beleuchten. Dadurch begreifen sie die Komplexität und Wechselwirkungen von Mittelbeschaffung und -verwendung zur Realisierung der Unternehmensziele. Sie können Finanzierungsprobleme in den betrieblichen Lebenszyklus einordnen und vor dem Hintergrund von Zielkonflikten und Schnittstellenproblemen bewerten.</p> <p><i>Können</i></p> <p><u>Instrumental</u></p> <p>Die Studierenden sind im Rahmen der Investitionswirtschaft neben dem Treffen von Einzel- und Auswahlentscheidungen in der Lage, Programmentscheidungen vorzunehmen. Dabei können sie die entsprechenden Verfahren zuordnen und interpretieren.</p> <p>Die Studierenden sind befähigt, Lösungen und Darstellungen von</p>

	<p>finanztechnischen Systemen als Vernetzung von Sachverhalten, dazugehörigen Gesetzen, aktuellen Rechtsprechungen und relevantem Schrifttum zu erarbeiten und weiterzuentwickeln.</p> <p>Die Studierenden kennen die für Unternehmen relevanten Steuerarten und werden in die Lage versetzt, ihr steuerliches Wissen im Rahmen betrieblicher Geschäftsprozesse fachgerecht anzuwenden. Sie können die sich aus den steuerlichen Anforderungen für das Unternehmen ergebenden Pflichten in ihrem Einsatzgebiet berücksichtigen.</p> <p><u>Systemisch</u> Die Studierenden können die in den angebotenen Lehrveranstaltungen vermittelten Wissensinhalte nutzen, sie durch Literaturstudium weiter vertiefen und auf betriebliche Aufgabenstellungen anwenden. Sie können investitionstheoretische und finanzierungstheoretische Fragestellungen aus Geschehen in ihrem Umfeld ableiten und eigene Lösungsvorschläge erarbeiten.</p> <p>Die Studierenden sind in der Lage, bei unternehmenspolitischen Entscheidungen sich daraus ergebende steuerliche Konsequenzen beurteilen zu können und in Abstimmung mit steuerlichen Beratern mögliche Handlungsalternativen zu erarbeiten.</p> <p><u>Kommunikativ</u> Sie sind in der Lage, sachbezogen zu Finanzierungs- und Investitionsfragestellungen sowie zu steuerlichen Themen Position zu beziehen, ihren Standpunkt argumentativ zu verteidigen und konstruktiv zu Problemlösungen (z.B. Wirtschaftlichkeitsrechnungen, Finanzierungskonzepte) beizutragen. Sie können sich mit Fachvertretern und Laien über Ideen, Probleme und deren Lösungen austauschen.</p>														
Studiensemester	Semester 3														
Dauer des Moduls	1 Semester														
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Jährlich (Wintersemester)														
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	6														
Gesamtworkload	<table border="1"> <tr> <td>Prä</td> <td>EvL-T</td> <td>EvL-P</td> <td>PV</td> <td>TU</td> <td>PL</td> <td>Σ</td> </tr> <tr> <td>82</td> <td>8</td> <td>66</td> <td>20</td> <td>2</td> <td>2</td> <td>180</td> </tr> </table>	Prä	EvL-T	EvL-P	PV	TU	PL	Σ	82	8	66	20	2	2	180
Prä	EvL-T	EvL-P	PV	TU	PL	Σ									
82	8	66	20	2	2	180									
Art des Moduls	Pflichtmodul														
Verwendbarkeit des Moduls	Studiengang Gesundheits- und Sozialmanagement														
Voraussetzungen für die Teilnahme	- -														
Modulverantwortlicher/Modulverantwortliche	Prof. Dr. Lutz Neumann														
Name der/des Hochschullehrer/s der Lehrveranstaltungen	Daniel Stopp, Ines Berger, Fabian Krotsch														
Lehrsprache	Deutsch														
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Klausur (Semesterende) 120 Min.														
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	ECTS des Moduls/168 ETCS * 80 %														
Medien/Arbeitsmaterialien	Skript (Investition, Finanzierung), aktuelle Steuerrechtslegung, Übungen, Fallbeispiele														
Besonderes (z. B. Online-Anteil, Pra-	Nutzung des Online-Bereichs der Bibliothek für die Literaturstudien														

<p>xisbesuche, Gastvorträge, etc.</p>	
<p>Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)</p>	<p>Jeweils die neueste Auflage</p> <p><u>Basisliteratur</u></p> <p>Bornhofen, M.; Bornhofen, M.C.: Steuerlehre 1 Rechtslage. Allgemeines Steuerrecht, Abgabenordnung, Umsatzsteuer, Wiesbaden: Springer Gabler. [ebook]</p> <p>Bornhofen, M.; Bornhofen, M.C.: Steuerlehre 2, Lehrbuch Steuerlehre 2 Rechtslage: Einkommensteuer, Körperschaftsteuer, Gewerbesteuer, Bewertungsgesetz und Erbschaftsteuer. Wiesbaden: Springer Gabler. [ebook]</p> <p>Ermschel, U.; Möbius, C.; Wengert, H.: Investition und Finanzierung, Berlin: Springer Gabler. [ebook]</p> <p>Hull, J.C.: Optionen, Futures und andere Derivate, Pearson Studium.</p> <p>Olfert, K. Finanzierung, Herne: Kiehl.</p> <p>Olfert, K.: Investition, Herne: Kiehl.</p> <p>Stopp, D.: Self Investing - Vom Sparen zum Investieren: Die Grundlagen für den erfolgreichen Handel, Norderstedt, 2017.</p> <p>Stopp, D. (Hrsg): Initial public offering: Die Kapitalbeschaffung von mittelständischen Unternehmen durch einen Börsengang, Norderstedt, 2017.</p> <p>Wöhe, G.; Bilstein, J.; Ernst, D.; Häcker, J.: Grundzüge der Unternehmensfinanzierung, München: Vahlen. [ebook]</p> <p><u>Vertiefende Literatur</u></p> <p>Becker, H. P.: Investition und Finanzierung: Grundlagen der betrieblichen Finanzwirtschaft, Wiesbaden: Springer Gabler. [ebook]</p> <p>Ellrott, H.; Förtschle, G.; Hoyos, M.; Winkeljohann, N.: Beck'scher Bilanz-Kommentar. Handels- und Steuerbilanz, München. . [ebook]</p> <p>Pape, U.: Grundlagen der Finanzierung und Investition: Mit Fallbeispielen und Übungen, Berlin: De Gruyter Oldenbourg. [ebook]</p> <p>Perridon, L.; Steiner, M.; Rathgeber, A: Finanzwirtschaft der Unternehmung, München: Vahlen. Heinhold, M.: Investitionsrechnung, München. [ebook]</p> <p>Spångberg Zepezauer, A. K.: Steuerlehre und Bilanzierung für das Bachelor-Studium. Wiesbaden: Springer Gabler. [ebook]</p>

Modul-Nr./Code	7HI-ABW04-HI
Modulbezeichnung	Organisation, Personal und Arbeitsrecht
Ggf. Lehrveranstaltungen des Moduls	Vorlesung 46h / Seminar 26h / Tutorium 2h
Inhalte des Moduls	<p>In der zunehmend wissensorientierten Gesellschaft ist und bleibt auch künftig das Personal die wichtigste Ressource und ist der zentrale Wertschöpfungsfaktor. Schwerpunkt des Moduls bilden die Aufgaben im Bereich Personalmanagement. Den Studierenden werden weiterhin grundlegende Kenntnisse über Funktionen, Konzeptionen, Aufgaben und Trends in der Organisationsgestaltung vermittelt.</p> <p>Ziel ist es darüber hinaus, die einschlägigen Rechte und Pflichten im Arbeitsverhältnis bezogen auf die Praxis zu kennen, sowie Konfliktsituationen einzuordnen und in der Praxis zu behandeln. Dabei werden die Grundzüge des Individualarbeitsrechts und ausgewählte Rechtsbestimmungen in Handel und Vertrieb vermittelt und anhand von Fallbeispielen auf der Basis der europäischen und deutschen arbeitsgerichtlichen Rechtsprechung eingeübt.</p> <p>Organisation</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Organisation und Organisationsgestaltung: <ul style="list-style-type: none"> ○ Grundlagen, Ziele und Aufgaben der Organisation ○ Grundlagen der Organisationsgestaltung ○ Aufbauorganisation ○ Prozessorganisation (Ablauforganisation) ▪ Wandel in Organisationen <ul style="list-style-type: none"> ○ Neue Organisationsmodelle ○ Ursachen des Wandels ○ Formen und Management des Wandels <p>Personal</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Grundlagen des Personalmanagements: <ul style="list-style-type: none"> ○ Einführung und begriffliche Grundlagen ○ Theoretische Grundlagen ○ Rahmenbedingungen und organisatorische Basis ○ Überblick über Aufgaben des Personalmanagements ▪ Personalbedarfsplanung ▪ Personalgewinnung ▪ Personalentwicklung ▪ Personaleinsatz und Arbeitsgestaltung ▪ Personalbeurteilung und -vergütung ▪ Personalfreisetzung ▪ Personalverwaltung und -controlling ▪ Neue Herausforderungen für das Personalmanagement <p>Arbeitsrecht</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Grundzüge des Individualarbeitsrechts <ul style="list-style-type: none"> ○ Anbahnung, Entstehung, Inhalt und Beendigung von Arbeitsverhältnissen ○ Einzelgesetze des Arbeitsrechts sowie Rechtsinstitute geprägt durch Richterrecht ○ Arbeitsvergütung ohne Arbeitsleistung, Kündigungsrecht; arbeitsrechtliches Zeugnis; Rechte und Pflichten im Arbeitsverhältnis ▪ Einführung und Aufbau des Sozialversicherungsschutzes
Lernergebnisse des Moduls	<p>Wissen und Verstehen</p> <p>Die Studierenden sollen basierend auf den in vorangegangenen Semestern erlernten Instrumentarien organisatorische, personalpoliti-</p>

	<p>sche und arbeitsrechtliche Fragestellungen interpretieren und ihnen die entsprechenden Methoden zuordnen können. Sie erwerben grundlegende Kenntnisse im Bereich der Organisations- theorien. Sie haben fundierte Kenntnisse zur Differenzierung, Analyse und spezifischen Anwendung unterschiedlicher Formen der Aufbau- und Ablauforganisation.</p> <p>Die Studierenden haben im Bereich Personalmanagement und des Arbeitsrechts fundiertes Wissen und sind in der Lage, relevante As- pekte personalbezogener Aufgabenstellungen zu identifizieren und einzuschätzen.</p> <p><u>Wissensvertiefung</u> Studierende kennen die Interdependenzen zwischen Organisations- struktur und -prozess, Personalpolitik und Arbeitsrecht. haben detail- lierte Kenntnisse des Arbeitsrechts auf beiden Ebenen (Individual- und Kollektivarbeitsrecht). Sie erkennen, dass der Rechtsrahmen für das Wirtschaften unterschiedliche Facetten hat, je nachdem, um wel- che Rechtsmaterie es sich handelt. Studierende überarbeiten ihre bisherigen Rechtsvorstellungen und wenden problemorientiert die im Arbeitsrecht unentbehrliche Rechtsprechung an.</p> <p>Können <u>Instrumental</u> Die Studierenden können die Relevanz personalpolitischer und per- sonalrechtlicher Entscheidungen für das Gesamtunternehmen würdi- gen. Sie verfügen im Bereich des Personalmanagement und des Ar- beitsrechts über fundiertes Wissen und sind in der Lage, selbstständig Aufgabenstellungen der betrieblichen Praxis auf Grundlage fundierter Kenntnisse zu lösen.</p> <p><u>Systemisch</u> Die Studierenden sind in der Lage, die Zusammenhänge zwischen Organisation und Personalmanagement im Unternehmen zu erfassen. Die daraus resultierenden Wechselwirkungen bei personalbezogenen und die betriebsorganisatorischen Entscheidungen durch die Studie- renden zu bewerten und in den jeweiligen Handlungsfeldern umzu- setzen.</p> <p><u>Kommunikativ</u> Die Studierenden können ihren Standpunkt zu organisatorischen und personalpolitischen Entscheidungen unter Heranziehung einer theore- tisch fundierten betriebswirtschaftlichen Argumentation begründen und sich an fachlichen Diskussionen beteiligen, aber auch arbeits- und sozialrechtliche Positionen beziehen und begründen.</p>														
Studiensemester	4 Semester														
Dauer des Moduls	1 Semester														
Häufigkeit des Angebots des Mo- duls	Jährlich (Sommersemester)														
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	5														
Gesamtworkload	<table border="1"> <tr> <td>Prä</td> <td>EvL-T</td> <td>EvL-P</td> <td>PV</td> <td>TU</td> <td>PL</td> <td>Σ</td> </tr> <tr> <td>72</td> <td>8</td> <td>46</td> <td>20</td> <td>2</td> <td>2</td> <td>150</td> </tr> </table>	Prä	EvL-T	EvL-P	PV	TU	PL	Σ	72	8	46	20	2	2	150
Prä	EvL-T	EvL-P	PV	TU	PL	Σ									
72	8	46	20	2	2	150									
Art des Moduls	Pflichtmodul														
Verwendbarkeit des Moduls	Studiengang Gesundheits- und Sozialmanagement														
Voraussetzungen für die Teilnahme	- -														
Modulverantwortlicher/Modul-	Prof. Dr. Juliane Kellner-Fuchs														

verantwortliche	
Name der/des Hochschullehrer/s der Lehrveranstaltungen	. Dr. Marcus Willauer, Prof. Dr. Hans Winterstein, Prof. Dr. Dirk Stenzel
Lehrsprache	Deutsch
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Klausur (Semesterende) 90 Min.
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	ECTS des Moduls/168 ECTS * 80 %
Medien / Arbeitsmaterialien	Skript (Organisation- und Personal), aktuelle Rechtsprechung, Fallbeispiele
Besonderes (z. B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	Nutzung des Online-Bereiches der Bibliothek für die Literaturstudien
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	<p>Jeweils die neueste Auflage</p> <p><u>Basisliteratur</u></p> <p>Organisation Bea, F. X.; Göbel, E.: Organisation: Theorie und Gestaltung. München: UVK Verlag.</p> <p>Olfert, K.; Rahn, H.-J.: Organisation. Herne: NWB Verlag.</p> <p>Schreyögg, G.: Grundlagen der Organisation. Wiesbaden: Springer Gabler.</p> <p>Personal Holtbrügge, D.: Personalmanagement. Berlin, Heidelberg: Springer Gabler. [ebook]</p> <p>Scholz, C.; Scholz, T. M.: Grundzüge des Personalmanagements. München: Verlag Franz Vahlen.</p> <p>Stock-Homburg, R.; Groß, M.: Personalmanagement: Theorien-Konzepte-Instrumente. Wiesbaden: Springer Gabler. [ebook]</p> <p>Arbeitsrecht Arbeitsgesetze - ArbG, München: Beck-Texte im dtv. [online-Zugang]</p> <p>Hirdina, R.: Arbeitsrecht Einführung. Baden-Baden: Nomos. [ebook]</p> <p>Sakowski, K.: Arbeitsrecht. Berlin: Springer Gabler. [ebook]</p> <p><u>Vertiefende Literatur</u></p> <p>Bachert, P.; Strauß, R.; Steckler, B.: Arbeitsrecht mit Bezügen zur Sozialversicherung. Herne: NWB Verlag. [ebook]</p> <p>Eichenberg, T.; Hahmann, M.; Hördt, O.; Luther, M.; Stelzer-Rothe, T.: Personalmanagement, Führung und Change Management. Berlin/Boston: De Gruyter Oldenbourg.</p> <p>Huber, A.: Personalmanagement. München: Verlag Franz Vahlen.</p> <p>Jesgarzewski, T.: Arbeitsrecht Grundlagen und Praxis. Wiesbaden: Springer Gabler. [ebook]</p> <p>Junker, A.: Fälle zum Arbeitsrecht mit einer Anleitung zur Lösung arbeitsrechtlicher Aufgaben, München: C.H. Beck.</p>

	<p>Preis, U.: Arbeitsrecht Kollektivarbeitsrecht - Lehrbuch Für Studium und Praxis. Köln: Otto Schmidt. [ebook]</p> <p>Schreyögg, G.; Geiger, D.: Organisation. Grundlagen moderner Organisationsgestaltung. Mit Fallstudien. Wiesbaden: Springer Gabler.</p>
--	---

Modul-Nr./Code	7HI-ABW05-HI
Modulbezeichnung	Unternehmens- und Personalführung
Ggf. Lehrveranstaltungen des Moduls	Vorlesung 40h / Seminar 32h / Tutorium 2h
Inhalte des Moduls	<p>Den Studierenden werden grundlegende Kenntnisse über Funktionen, Konzeptionen, Aufgaben, Instrumente und Trends der Führung von Unternehmen und Mitarbeitern vermittelt. Dabei werden normative und strategische Aspekte der Führung ebenso thematisiert wie deren operative Umsetzung. Das ganzheitliche Verständnis von Führung in ihren Teilfunktionen Planung, Steuerung und Kontrolle von Gesamtunternehmen sowie Funktionsbereichen bei Beachtung von Konflikten zwischen kurz- und langfristigen Zielen wird im Rahmen einer rechnergestützten Unternehmenssimulation anwendungsbezogen als Entscheidungstraining vertieft.</p> <p>Personalführung</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Einführung in die Grundlagen der Personalführung und Qualifikation von Führungskräften ▪ Umriss und Abgrenzung betrieblicher Führung und Rahmenmodell der Einflussgrößen ▪ Historie, Eigenschaftstheorie, Situationstheorie und gruppendynamische Betrachtung ▪ Rollentheorie, Zielkonflikt, Führungsstile und -konzeptionen ▪ Prinzipien und Philosophien der Führung und Verantwortung ▪ Zukunftsorientierte Führung und moderne Führungsansätze <ul style="list-style-type: none"> ○ Agile Führung und neue Arbeitsformen zur Förderung von Kreativität und Innovationen ○ Förderung von Resilienz ○ Ausgewählte Themen, z.B. Gesprächsführung, Konflikt- und Stressmanagement, Führung und kulturelle Differenzierung, Hierarchiearme Strukturen, Empowerment und Coaching <p>Unternehmensführung</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Grundlagen der Unternehmensführung: <ul style="list-style-type: none"> ○ Begriffe ○ Betrachtungsweisen und Ansätze der Unternehmensführung ○ Anforderungen an die Unternehmensführung ▪ Normativer Rahmen <ul style="list-style-type: none"> ○ Unternehmensverfassung, Corporate Governance ○ Unternehmensziele ○ Unternehmensgrundsätze ○ Unternehmenskultur ▪ Strategie und Controlling <ul style="list-style-type: none"> ○ Formulierung von Strategien ○ Auswahl und Implementierung von Strategien ○ Planung und Kontrolle ▪ Gestaltungskonzepte der Unternehmensführung <ul style="list-style-type: none"> ○ ausgewählte Konzepte, z.B. Risikomanagement, Krisenmanagement, Wissensmanagement, Konfliktmanagement, Change Management, Diversity Management ▪ Entwicklungstendenzen und Herausforderungen <p>Planspiel</p> <p>Compliance</p>

	Unternehmenssimulation / Planspiel (TOPSIM General Management)							
Lernergebnisse des Moduls	<p>Wissen und Verstehen Die Studierenden erwerben Kenntnis über grundlegende Inhalte und Methoden der normativen, strategischen und operativen Unternehmensführung, sowie zum Themenkreis Personalführung. Sie kennen Konzepte zur Planung, Steuerung und Kontrolle von Unternehmen sowie Theorien und Ansätze zur Führung in Unternehmen.</p> <p>Die Studierenden vertiefen das erworbene Wissen zur Unternehmensführung und zur Personalführung durch Beispiele. Sie erwerben Einsicht in bestehende Zusammenhänge zwischen Personal- und Unternehmensführung, sowie daraus resultierenden Konsequenzen.</p> <p><u>Wissensvertiefung</u> Studierende kennen die Zusammenhänge und Ursache-Wirkungs-Beziehungen zwischen den einzelnen betrieblichen Funktionen bzw. Teilbereichen des Unternehmens sowie deren Einfluss auf den Unternehmenserfolg. Studierende haben vertiefte Kenntnisse über moderne Führungsstile und Arbeitsformen. Studierende können die Mitarbeiterführung als integrativen Bestandteil der strategischen und operativen Führung eines Unternehmens einordnen.</p> <p>Können</p> <p><u>Instrumental</u> Die Studierenden sind in der Lage, die erlernten Methoden in Teilbereichen des Unternehmens anzuwenden. Sie können darüber hinaus, auf der Grundlage ihres Wissens, die verschiedenen Führungsprozesse im gesamten Unternehmen analysieren und bewerten.</p> <p><u>Systemisch</u> Die Studierenden können komplexe betriebliche Führungsprozesse auf der Grundlage der relevanten Theorien reflektieren. Sie sind in der Lage, unter Berücksichtigung externer und interner Wirkfaktoren betriebswirtschaftliche und soziale Problemstellungen in Zielsysteme und Handlungskompetenz zu überführen und die dazu notwendigen Führungsinstrumente auszuwählen und einzusetzen.</p> <p><u>Kommunikativ</u> Die Studierenden sind in der Lage, entsprechend der konkreten unternehmerischen bzw. personalpolitischen Aufgabenstellung, die geeigneten Führungsinstrumente auszuwählen. Sie können mittels der erworbenen kommunikativen und sozialen Kompetenz die Führungsinstrumente zur Erreichung der betrieblichen Ziele einsetzen und dabei sowohl intern als auch extern effektiv in Kooperation mit anderen wirken.</p>							
Studiensemester	5 Semester							
Dauer des Moduls	1 Semester							
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Jährlich (Wintersemester)							
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	5							
Gesamtworkload	Prä	EvL-T	EvL-P	PV	TU	PL	Σ	
	72	8	46	20	2	2	150	
Art des Moduls	Pflichtmodul							

Verwendbarkeit des Moduls	Studiengang Gesundheits- und Sozialmanagement
Voraussetzungen für die Teilnahme	- -
Modulverantwortlicher/Modulverantwortliche	Prof Dr. Juliane Kellner-Fuchs
Name der/des Hochschullehrer/s der Lehrveranstaltungen	Prof. Dr. Hans Winterstein, Prof Dr. Juliane Kellner-Fuchs
Lehrsprache	Deutsch
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Klausur (Semesterende) 90 Min.
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	ECTS des Moduls/168 ECTS * 80 %
Medien/Arbeitsmaterialien	Skript, Fallbeispiele, Übungen
Besonderes (z. B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	Nutzung des Online-Bereiches der Bibliothek für die Literaturstudien
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	<p>Jeweils die neueste Auflage</p> <p><u>Basisliteratur</u></p> <p>Personalführung Greßer, K.; Freisler, R.: Agil und erfolgreich führen. Neue Leadership-Kompetenzen: mit einem agilen Mindset und Methoden Ihre Führungspersönlichkeit entwickeln. Bonn: Manager Seminare Verlags GmbH.</p> <p>Holtbrügge, D.: Personalmanagement. Berlin, Heidelberg: Springer.</p> <p>Wunderer, R.: Führung und Zusammenarbeit. Eine unternehmerische Führungslehre. München.</p> <p>Rosenstiel, L. v.; Regnet E.; Domsch., M. E. [Hrsg.] Führung von Mitarbeitern: Handbuch für erfolgreiches Personalmanagement, Stuttgart: Schäffer-Poeschel.</p> <p>Winkler, B.; Hofbauer H.: Das Mitarbeitergespräch als Führungsinstrument, München: Hanser.</p> <p>Unternehmensführung Groß, M.; Müller-Wiegand, M.; Pinnow, D.: Zukunftsfähige Unternehmensführung. Ideen, Konzepte und Praxisbeispiele. Berlin: Springer Gabler. [ebook]</p> <p>Hungenberg, H.; Wulf, T.: Grundlagen der Unternehmensführung: Einführung für Bachelorstudierende. Berlin, Heidelberg: Springer Gabler. [ebook]</p> <p>Macharzina, K.; Wolf, J.: Unternehmensführung. Das internationale Managementwissen: Konzepte - Methoden - Praxis. Wiesbaden: Springer Gabler. [ebook]</p> <p>Olfert, K.; Pischulti, H.: Kompakt-Training Unternehmensführung. Herne: NWB Verlag. [ebook]</p> <p><u>Vertiefende Literatur</u></p> <p>Comelli, G.; Rosenstiel, L. v.; Nerdinger, F. W.: Führung durch Motivation: Mitarbeiter für die Ziele des Unternehmens gewinnen, München: Vahlen.</p>

	<p>Doppler, K.; Lauterburg, C.: Change Management: Den Unternehmenswandel gestalten, Frankfurt am Main: Campus Verlag.</p> <p>Fuchs, J. P.: Talent Management in Universität-Unternehmenskooperationen. Eine fallstudienorientierte Untersuchung: Springer Gabler.</p> <p>Höher, F.: Resilienz in Unternehmen - Dialog als Ressource. Grundlagen und Methoden für Coaches und Führungskräfte. Leverkusen: Budrich.</p> <p>Hofert, S.: Agiler führen. Einfache Maßnahmen für bessere Teamarbeit, mehr Leistung und höhere Kreativität. Wiesbaden: Springer Gabler.</p> <p>Jobst-Jürgens, V.: New Work. Wiesbaden: Springer Gabler. [ebook]</p> <p>Judge, T. A.; Piccolo, R. F. (2004): Transformational and Transactional Leadership: A Meta-Analytic Test of Their Relative Validity, in: Journal of Applied Psychology, Vol. 89 (5), pp. 755–768.</p> <p>Müller, H.-E.; Wrobel, M.: Unternehmensführung: Strategie-Management-Praxis. Berlin/Boston: De Gruyter Oldenbourg. [ebook]</p> <p>Steinmann, H.; Schreyögg, G.: Management. Grundlagen der Unternehmensführung - Konzepte - Funktionen - Fallstudien, Wiesbaden: Springer Gabler. [ebook]</p> <p>Welk, S. (Hg.): Die Bedeutung von Führung für die Bindung von Mitarbeitern. Ein Vergleich unterschiedlicher Führungsstile im Kontext der Generation Y. Wiesbaden: Springer Fachmedien.</p>
--	---

2 Spezielle Betriebswirtschaftslehre (SBW)

Modul-Nr./ Code	7HI-SBW01-HI
Modulbezeichnung	Logistik und Supply Chain Management
Ggfs. Lehrveranstaltungen des Moduls	Vorlesung 35h / Seminar 35h
Inhalte des Moduls	<p>Den Studierenden werden grundlegende Kenntnisse über Funktionen, Konzeptionen, Aufgaben, Instrumente und Trends in der Beschaffung, Logistik und Supply Chain Management vermittelt.</p> <p>Einkauf / Beschaffung</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Grundlagen der Beschaffung ▪ Beschaffungsstrategien ▪ Lieferantenmanagement ▪ Bestellmengenplanung und Bestellverfahren ▪ E-Procurement, Nachhaltigkeit/CSR <p>Einführung Logistik</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Grundlagen Logistik ▪ Logistikmanagement ▪ Logistische Kette ▪ Logistiksysteme ▪ Logistikkonzeption ▪ Handelslogistik <p>Bestandshaltung</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Lagerfunktionen ▪ Lagerarten, -struktur ▪ Bestandsüberwachung und -pflege ▪ Lagerkennzahlen <p>Supply Chain Management (SCM)</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Grundlagen SCM ▪ Gestaltung und Strategien ▪ Controlling ▪ Nachhaltigkeit im SCM ▪ SCM-Konzepte im Handel ▪ Kontinuierliche Verbesserung, Supply-Chain-Reengineering ▪ Supply Chain Schwachstellen, Risiko, Robustheit und Flexibilität <p>Besondere Aspekte des globalen Supply Chain Management</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Welthandel und die Auswirkungen auf die globalen Lieferketten ▪ Globale Beschaffungs- und Einkaufsorganisation ▪ Weltweite Produktion ▪ Management weltweiter Absatzkanäle und der Verkaufsorganisation ▪ Einfluss regionaler Aspekte auf internationale Supply Chain Strategien: Europa (EU / nicht EU), Asien, China, Nordamerika
Lernergebnisse des Moduls	<p>Wissen und Verstehen</p> <p>Sie sind fähig, Theorien über das Management von Lieferketten / Supply Chains in den Kontext von Unternehmens- und Geschäftsstrategien, funktionsbezogener und prozessorientierter Organisation einzuordnen. Die Studierenden kennen die wichtigsten Fragen, die in der Einrichtung und Weiterentwicklung von Lieferketten im Allgemeinen sowie besonders bei internationalen / globalen beachtet werden müs-</p>

	<p>sen.</p> <p>Neben grundlegenden Kenntnissen, wie oben, sind die Studenten in bestimmtem Umfang mit anspruchsvolleren und speziellen Konzepten, Prinzipien und Modellen des Supply Chain Management sowie der Beschaffung vertraut. Die Studenten haben ein tiefergehendes Verständnis der wichtigsten Aspekte im Rahmen der Bestandshaltung.</p> <p><u>Wissensvertiefung</u></p> <p>Studierende sind vertraut mit Ablauf und Ausgestaltungsmöglichkeiten der logistischen Teilprozesse. Sie kennen die Besonderheiten der Handelslogistik.</p> <p>Können <u>Instrumental</u></p> <p>Die Studenten sind in der Lage, Theorien des Logistikmanagements zu erläutern und kritisch anzuwenden. Darüber hinaus sind sie in der Lage, Konzepte, Modelle, Methoden und bestimmte Werkzeuge zu nutzen, um Supply-Chain- sowie Beschaffungs-Tätigkeiten und Strategien analysieren und zu verstehen, sowie die Instrumente zur operativen und strategischen Verbesserung anzuwenden. Sie können zudem Instrumente zum Management von Beständen anwenden.</p> <p><u>Systemisch</u></p> <p>Die Studenten können Geltungsbereich, Ziele, Schlüsselthemen und einen Fahrplan in einem systematischen Problemlösungs- / Bewertungs-Prozesses definieren. Sie können Daten und Informationen aus verschiedenen Quellen sammeln und systematisch zusammenstellen. Sie sind in der Lage, die Lern- und Arbeitshilfen zu verwenden, um neues Wissen zu erarbeiten.</p> <p><u>Kommunikativ</u></p> <p>Nach Abschluss des Moduls können die Studenten die Konzepte, Prinzipien und Modelle mit Bezug zu Logistik, Supply Chain Management, Beschaffung und Bestandshaltung kritisch analysieren sowie systematisch und kritisch diskutieren. Darüber hinaus sind sie in der Lage, die erworbenen theoretischen Kenntnisse zu nutzen, um Strukturen und Hauptprozesse bestehender Lieferketten zu diskutieren. Sie haben gelernt, ihre Sicht mit einer soliden Argumentation zu verteidigen. Sie sind offen für kritische Anmerkungen und sind gleichermaßen in der Lage Kritik in angemessener Weise zu äußern.</p>														
Studiensemester (ggf. Trimester)	Semester 6														
Dauer des Moduls	1 Semester														
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Jährlich (Sommersemester)														
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	5														
Gesamtworkload	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Prä</th> <th>EvL-T</th> <th>EvL-P</th> <th>PV</th> <th>TU</th> <th>PL</th> <th>Σ</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>70</td> <td>58</td> <td></td> <td>20</td> <td></td> <td>2</td> <td>150</td> </tr> </tbody> </table>	Prä	EvL-T	EvL-P	PV	TU	PL	Σ	70	58		20		2	150
Prä	EvL-T	EvL-P	PV	TU	PL	Σ									
70	58		20		2	150									
Art des Moduls	Pflichtmodul														
Verwendbarkeit des Moduls	-														
Voraussetzungen für die Teilnahme															
Modulverantwortli-	Prof. Dr. Juliane Kellner-Fuchs														

Lehrer/Modulverantwortliche	
Name der/des Hochschullehrer/s der Lehrveranstaltungen	Emiel Hondelink
Lehrsprache	Deutsch
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Klausur (Ende Theoriephase) 90 min
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	ECTS des Moduls / 180 ETCS * 80%
Medien/Arbeitsmaterialien	Vorlesungsunterlagen, Übungen (Berechnungen und Gruppenarbeiten)
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	Exkursion, ggf. Gastvorträge
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	<p>Jeweils neueste Auflage</p> <p><u>Basisliteratur</u></p> <p>Ehrmann, H.: Logistik. Herne: NWB Verlag. [ebook]</p> <p>Pfohl, H.-C.: Logistiksysteme. Berlin: Springer Verlag. [ebook]</p> <p>Wannenwetsch, H.: Integrierte Materialwirtschaft, Logistik und Beschaffung. Berlin/Heidelberg: Springer-Vieweg. [ebook]</p> <p>Werner, H.: Supply Chain Management: Grundlagen, Strategien, Instrumente und Controlling, Wiesbaden: Springer Gabler. [ebook]</p> <p><u>Vertiefende Literatur</u></p> <p>Arndt, H.: Supply Chain Management. Wiesbaden: Springer Gabler. [ebook]</p> <p>Hertel, J.; Zentes J.; Schramm-Klein, H.: Supply Chain Management und Warenwirtschaftssysteme im Handel. Berlin / Heidelberg: Springer. [ebook]</p> <p>Swoboda, B.; Foscht, T.; Schramm-Klein, H.: Handelsmanagement: Offline-, Online-, Omnichannel-Handel. München: Vahlen Verlag. [ebook]</p> <p>Tripp, C.: Distributions- und Handelslogistik: Netzwerke und Strategien der Omnichannel-Distribution im Handel. Wiesbaden: Springer Gabler. [ebook]</p>

3 *Rechnungswesen (REW)*

- Buchführung und Jahresabschluss
- Kosten- und Leistungsrechnung

Modul-Nr./Code	7HI-REW10-HI
Modulbezeichnung	Buchführung und Jahresabschluss
Ggf. Lehrveranstaltungen des Moduls	Vorlesung 34h / Seminar und Übung 38h
Inhalte des Moduls	<p>Die Studierenden erhalten einen Einblick zur Einordnung der Buchführung in die Systeme des Finanz- und Rechnungswesens und in das Gesamtunternehmen. Gliederung und Grundbegriffe inklusive Aufgaben und gesetzlichen Grundlagen der Buchführung werden thematisiert. Es werden die Systematik von Kontenrahmen und Kontenplan aufgezeigt. Darauf aufbauend werden die Buchungsarten vermittelt und Buchungsübungen in den Bereichen Bestandskonten, Erfolgskonten, Beschaffung und Absatz, Umsatzsteuer, Personalbereich, Sachanlagenbereich, Finanzbereich und Steuern durchgeführt. Ziel ist die Vermittlung der buchhalterischen Grundlagen zur Erstellung des Jahresabschlusses. Außerdem erfolgen kritische Analysen der Bilanz sowie der Erfolgsrechnung.</p> <p>Grundlagen</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Begriff, Gliederung, Einordnung und Grundbegriffe des betrieblichen Rechnungswesens ▪ Aufgaben und gesetzliche Grundlagen der Buchführung, Grundsätze ordnungsgemäßer Buchführung ▪ Kontenrahmen und Kontenplan <p>Bilanz</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Inventur (Grundsätze, Methoden), Inventar, Bilanz ▪ Erfassung des Vermögens und der Verbindlichkeiten in der Bilanz, Auflösung der Bilanz in Bestandskonten ▪ Buchung der Geschäftsvorgänge auf Bestandskonten ▪ Buchungen auf Erfolgskonten ▪ Buchungen im Beschaffungs- und Absatzbereich ▪ Buchung der Umsatzsteuer ▪ Buchungen im Personalbereich ▪ Buchungen im Sachanlagenbereich ▪ Buchungen im Finanzbereich <p>Abschlüsse</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Bilanzinhalt und Bilanzbewertung ▪ Gewinn- und Verlustrechnung ▪ Anhang und Lagebericht ▪ Prüfung und Offenlegung ▪ Grundlagen von Bilanzanalyse und Bilanzpolitik ▪ Abschlüsse nach Handels- und Steuerrecht
Lernergebnisse des Moduls	<p>Wissen und Verstehen</p> <p>Die Studierenden lernen die Aufgaben, die Organisation und typische Prozessabläufe im betrieblichen Rechnungswesen kennen. Sie kennen die gesetzlichen Vorschriften, die Systematik der doppelten Buchführung und die für die jeweiligen Branchen geltenden Kontenrahmen und -pläne. Sie erlernen die sachlich und rechnerisch richtige Bearbeitung von grundlegenden Geschäftsvorfällen wie Rechnungserstellung, Prüfung von Eingangsrechnungen, die Erfassung von Warenentnahmen und innerbetriebliche Verrechnungen.</p> <p>Die Studierenden kennen die gesetzlichen Vorschriften und Regelungen zur Aufstellung des Jahresabschlusses. Sie kennen die Gliederung der Gewinn- und Verlustrechnung und der Bilanz nach HGB. Die Studierenden lernen die Bewertung von Aktiva und Passiva der Bilanz entsprechend der geltenden Vorschriften kennen.</p>

	<p>Die Studierenden vertiefen ihre allgemeinen Kenntnisse der Buchführung entsprechend der branchenspezifischen Leistungselemente in den jeweiligen Studiengängen und wenden die Methodik der doppelten Buchführung unter den verschiedensten unternehmerischen Bedingungen an.</p> <p>Die Studierenden erkennen die Zusammenhänge zwischen der Gewinn- und Verlustrechnung sowie der Bilanz eines Unternehmens. Die Unterschiede in der Bewertung nach HGB und nach IFRS werden von den Studierenden herausgearbeitet.</p> <p><u>Wissensvertiefung</u> Studierende übertragen die erlernten Kenntnisse auf branchenspezifische Inhalte.</p> <p>Können <u>Instrumental</u> Auf der Grundlage von Muster-Belegsätzen zu typischen Geschäftsvorfällen können die Studierenden mit Hilfe eines Kontenplanes die erforderlichen Buchungen sowohl manuell als auch rechnergestützt sachlich korrekt erfassen. Sie sind in der Lage, Buchungsjournale auf sachliche und rechnerische Richtigkeit zu prüfen und können bei der Ermittlung des Inventars aktiv mitwirken.</p> <p>Die Studierenden können im Rahmen der Aufstellung des Jahresabschlusses betriebliche Daten erfassen und aufbereiten. Sie sind in der Lage, die zum Jahresende notwendigen zeitlichen Abgrenzungen zu erkennen und mit Buchungen zu gestalten. Bei der Erstellung der Gewinn- und Verlustrechnung sowie der Bilanz können die Studierenden aktiv mitwirken.</p> <p><u>Systemisch</u> Die Studierenden können das erworbene Wissen bei der Bearbeitung von Geschäftsvorfällen unabhängig von den spezifischen praktischen Einsatzgebieten anwenden. Sie beherrschen die Methodik der doppelten Buchführung. Sie kennen die aktuellen gesetzlichen Regelungen und können diese bei der Gestaltung ihrer Arbeitsaufgaben einbeziehen.</p> <p>Die Studierenden erkennen aus der Bilanz und der Gewinn- und Verlustrechnung die Vermögens- und Kapitallage des Unternehmens und können diese mittels Kennzahlen / Kennzahlensystemen analysieren und bewerten.</p> <p><u>Kommunikativ</u> Die Studierenden sind in der Lage, die von ihnen durchgeführten Arbeiten zu erklären und im Dialog mit den Entscheidungsträgern des Unternehmens zu begründen. Sie können die Ergebnisse der Analyse und Bewertung des Jahresabschlusses präsentieren.</p>														
Studiensemester	Semester 1														
Dauer des Moduls	1 Semester														
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Jährlich (Wintersemester)														
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	5														
Gesamtworkload	<table border="1"> <tr> <td>Prä</td> <td>EvL-T</td> <td>EvL-P</td> <td>PV</td> <td>TU</td> <td>PL</td> <td>Σ</td> </tr> <tr> <td>72</td> <td>56</td> <td></td> <td>20</td> <td></td> <td>2</td> <td>150</td> </tr> </table>	Prä	EvL-T	EvL-P	PV	TU	PL	Σ	72	56		20		2	150
Prä	EvL-T	EvL-P	PV	TU	PL	Σ									
72	56		20		2	150									
Art des Moduls	Pflichtmodul														
Verwendbarkeit des Moduls															
Voraussetzungen für die Teilnahme	- -														

Modulverantwortlicher/Modulverantwortliche	Ines Berger
Name der/des Hochschullehrer/s der Lehrveranstaltungen	Ines Berger
Lehrsprache	Deutsch
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Klausur (Ende Theoriephase) 90 Min.
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	ECTS des Moduls/168 ETCS * 80 %
Medien/Arbeitsmaterialien	Skript, aktuelle Rechtleger HGB, IFRS, Übungen
Besonderes (z. B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	Nutzung des Online-Bereiches der Bibliothek für die Literaturstudien
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	<p>Jeweils die neueste Auflage</p> <p><u>Basisliteratur</u></p> <p>Bornhofen, M.; Bornhofen, M.C.: Buchführung 1 DATEV-Kontenrahmen . Grundlagen der Buchführung für Industrie- und Handelsbetriebe, Wiesbaden.</p> <p>Bornhofen, M.; Bornhofen, M.C.: Buchführung 2 DATEV-Kontenrahmen. Abschlüsse nach Handels- und Steuerrecht - Betriebswirtschaftliche Auswertung - Vergleich mit IFRS, Wiesbaden.</p> <p>Deitermann, M.; Rückwart W.-R.; Schmolke, S.; Stobbe, S.; Flader, B.: Rechnungswesen des Groß- und Außenhandels. Winklers Verlag.</p> <p>Deitermann, M.; Flader, B.; Rückwart W.-R.; Stobbe, S.: Industrielles Rechnungswesen. Winklers Verlag.</p> <p>Nickenig, K.: Buchführung intensiv Buchungsfälle von leicht bis schwer schnell und korrekt erfassen. Wiesbaden: Springer Gabler. [ebook].</p> <p><u>Vertiefende Literatur</u></p> <p>Horschitz, H.; Groß, W.; Franck, B.: Bilanzsteuerrecht und Buchführung. Stuttgart: Schäffer-Poeschel. [ebook]</p> <p>Kußmaul, H.; Wöhe, G.: Grundzüge der Buchführung und Bilanztechnik. München: Verlag Franz Vahlen. [ebook]</p> <p>Littkemann, J.; Holtrup, M.; Schulte, K.: Buchführung. Grundlagen-Übungen-Klausurvorbereitung, Wiesbaden: Springer Gabler. [ebook]</p>

Modul-Nr./Code	7HI-REW20-HI
Modulbezeichnung	Kosten- und Leistungsrechnung
Ggf. Lehrveranstaltungen des Moduls	Vorlesung 42h / Seminar und Übung 32h
Inhalte des Moduls	<p>Die Studierenden erhalten einen grundlegenden Überblick über die Kosten- und Leistungsrechnung sowie über Kostenrechnungssysteme. Für die jeweiligen Kostenrechnungssysteme werden die Methoden und Verfahren vermittelt und deren Einsatzmöglichkeiten zum Kostenmanagement beispielhaft dargestellt. Der Inhalt des Moduls steht im Zusammenhang mit den vorangegangenen Modulen des Rechnungswesens und dient als Grundlage für das Controlling.</p> <p>Grundlagen der Kosten- und Leistungsrechnung</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Grundbegriffe im Rechnungswesen/Abgrenzung zum externen Rechnungswesen ▪ Grundlagen, Aufgaben und Merkmale der Kostenrechnung ▪ Kostenverhalten in Abhängigkeit von der Leistung <p>Bereiche der Kostenrechnung</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Kostenartenrechnung ▪ Kostenstellenrechnung ▪ Kostenträgerstückrechnung/Kalkulationsverfahren ▪ Kostenträgerzeitrechnung <p>Systeme der Kostenrechnung</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Teilkostenrechnung, Vollkostenrechnung ▪ Break-Even-Analyse ▪ Preiskalkulation/Preisuntergrenzen ▪ Plankostenrechnung ▪ Deckungsbeitragsrechnung ▪ Kurzfristige Betriebsergebnisrechnung ▪ Target Costing/Life Cycle Costing
Lernergebnisse des Moduls	<p><i>Wissen und Verstehen</i></p> <p>Die Studierenden verfügen über grundlegende Kenntnisse zur Kosten- und Leistungsrechnung. Sie kennen deren Aufgaben und ihre Systematik nach Kostenarten-, Kostenstellen- und Kostenträgerrechnung. Die Studierenden besitzen einen Überblick über die verschiedenen Ansätze und wichtigsten Instrumente der Kostenrechnungssysteme.</p> <p>Die Studierenden vertiefen die Methoden der Kosten- und Leistungsrechnung an praktischen Beispielen. Sie kennen die Prinzipien der Voll- und Teilkostenrechnung sowie deren jeweiligen Vor- und Nachteile und der sich daraus ergebenden Einsatzmöglichkeiten.</p> <p><u>Wissensvertiefung</u></p> <p>Studierende verstehen das System des internen Rechnungswesens als Bestandteil des betrieblichen Rechnungswesens und erkennen seine originäre Funktion.</p> <p><i>Können</i></p> <p><u>Instrumental</u></p> <p>Die Studierenden können ihre Kenntnisse und Fähigkeiten auf konkrete betriebliche Sachverhalte anwenden und die erhaltenen Ergebnisse verifizieren. Sie sind dabei in der Lage, Kostenstellenpläne zu entwickeln, einen Betriebsabrechnungsbogen zu erstellen und beherrschen die spezifischen Kalkulationsmethoden.</p>

	<p><u>Systemisch</u> Die Studierenden können ihre Kenntnisse und Fähigkeiten auf konkrete betriebliche Sachverhalte anwenden und die erhaltenen Ergebnisse verifizieren. Sie sind dabei in der Lage, Kostenstellenpläne zu entwickeln, einen Betriebsabrechnungsbogen zu erstellen und beherrschen die spezifischen Kalkulationsmethoden.</p> <p><u>Kommunikativ</u> Die Studierenden sind in der Lage, ihr erworbenes Wissen weiterzugeben und fachlich korrekt den jeweiligen Adressaten darzustellen. Dabei können Sie sowohl detaillierte Sachverhalte mit Mitarbeitern der Fachabteilungen diskutieren als auch generalisierte Aussagen für strategische Betrachtungen formulieren.</p>														
Studiensemester (ggf. Trimester)	Semester 2														
Dauer des Moduls	1 Semester														
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Jährlich (Sommersemester)														
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	5														
Gesamtworkload	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Prä</th> <th>EvL-T</th> <th>EvL-P</th> <th>PV</th> <th>TU</th> <th>PL</th> <th>Σ</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>74</td> <td>54</td> <td>0</td> <td>20</td> <td></td> <td>2</td> <td>150</td> </tr> </tbody> </table>	Prä	EvL-T	EvL-P	PV	TU	PL	Σ	74	54	0	20		2	150
Prä	EvL-T	EvL-P	PV	TU	PL	Σ									
74	54	0	20		2	150									
Art des Moduls	Pflichtmodul														
Verwendbarkeit des Moduls															
Voraussetzungen für die Teilnahme	- -														
Modulverantwortlicher/Modulverantwortliche	Ines Berger														
Name der/des Hochschullehrer/s der Lehrveranstaltungen	Ines Berger														
Lehrsprache	Deutsch														
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Klausur (Ende Theoriephase) 90 Min.														
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	ECTS des Moduls/168 ETCS * 80 %														
Medien/Arbeitsmaterialien	Skript, Arbeitsblätter, Übungsaufgaben in Excel														
Besonderes (z. B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	Nutzung des Online-Bereiches der Bibliothek für die Literaturstudien														
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	<p>Jeweils die neueste Auflage</p> <p><u>Basisliteratur</u></p> <p>Coenenberg, A. G.; Fischer, T. M.; Günther, T.: Kostenrechnung und Kostenanalyse. Stuttgart: Schäffer Poeschel. [ebook]</p> <p>Deitermann, M.; Rückwart W.-R.; Schmolke, S.; Stobbe, S.; Flader, B.: Rechnungswesen des Groß- und Außenhandels. Winklers Verlag.</p> <p>Deitermann, M.; Flader, B.; Rückwart W.-R.; Stobbe, S.: Industrielles Rechnungswesen. Winklers Verlag.</p> <p>Ebert, G.; Steinhübel, V.: Kosten- und Leistungsrechnung, Wiesbaden: Springer Gabler. [ebook]</p>														

	<p><u>Vertiefende Literatur</u></p> <p>Götze, U.: Kostenrechnung und Kostenmanagement, Wiesbaden: Springer Gabler [ebook].</p> <p>Olfert, K.: Kostenrechnung, Herne: Kiehl.</p>
--	---

4 Volkswirtschaftslehre und Recht (VWR)

- Grundlagen der Volkswirtschaftslehre und Mikroökonomie
- Makroökonomie
- Wirtschaftsrecht

Modul-Nr./Code	7HI-VWR10-HI
Modulbezeichnung	Grundlagen der Volkswirtschaftslehre und Mikroökonomie
Ggf. Lehrveranstaltungen des Moduls	Vorlesung 40h / Seminar 32h
Inhalte des Moduls	<p>Dieses Modul führt in die grundlegenden Vorgehensweisen und die zentralen Begriffe der Volkswirtschaftslehre und Mikroökonomie ein.</p> <p>Es stellt die historische Entwicklung von Wirtschaft, Gesellschaft und Institutionen aus ökonomischer Perspektive dar. Die Bedeutung zentraler Elemente des marktwirtschaftlichen Wirtschaftssystems wie Privatbesitz, Marktwirtschaft und Wettbewerb für den Wohlstand unserer Gesellschaft wird dargelegt. Die Kehrseiten dieses Wirtschaftssystems wie Ungleichheit und Umweltzerstörung werden seinen Vorteilen gegenübergestellt.</p> <p>Grundlegende mikroökonomische Prinzipien und Grundprinzipien der Modellierung mit mikroökonomischen Modellen werden vermittelt. Die verschiedenen Elemente der mikroökonomischen Modellierung werden nach und nach anhand einer Vielzahl von Anwendungsbeispielen aus dem privaten und wirtschaftlichen Umfeld eingeführt. Wo es möglich ist, werden spielerische Ansätze gewählt, mit denen ökonomische Prinzipien eigenständig ‚entdeckt‘ werden.</p> <p>Individuelle und unternehmerische Entscheidungsprozesse und Interaktionen zwischen Wirtschaftsakteuren werden modelliert. Die Auswirkungen variierender Rahmenbedingungen auf Effizienz und Gerechtigkeit der resultierenden Allokationen werden untersucht. Das Handwerkszeug für die Diagnose von Marktversagen und die Identifikation geeigneter politischer Gegenmaßnahmen wird erworben. Der Schwerpunkt liegt dabei auf dem Bereich Nachhaltigkeit.</p> <p>Grundlagen VWL</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Grundlegende ökonomische Prinzipien ▪ Gegenstand der VWL ▪ Akteure und Institutionen des marktwirtschaftlichen Wirtschaftssystems ▪ Kapitalismus, Wachstum und Wohlstand ▪ Ungleichheit und Umweltzerstörung ▪ Grundprinzipien ökonomischer Modellierung <p>Mikroökonomie</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Modellierung der Entscheidungen von Haushalten ▪ Modellierung der Entscheidungen von Unternehmen ▪ Modellierung der Interaktion von Unternehmen und Haushalten unter verschiedenen Rahmenbedingungen mit mikroökonomischen Gleichgewichtsmodellen und spieltheoretischen Modellen ▪ Modellierung von Marktversagen und geeigneten Regulierungsansätzen
Lernergebnisse des Moduls	<p>Wissen und Verstehen</p> <p>Den Studenten werden grundlegende Kenntnisse von Wirtschaftssystemen, ihren Bestandteilen und ihrer historischen Entwicklung vermittelt. Sie erlernen die Prinzipien und Mechanismen der Marktwirtschaft hinsichtlich der komplexen theoretischen Zusammenhänge unter Bezug auf aktuelle wirtschaftliche, gesellschaftliche und politische Entwicklungen.</p> <p>Die Studenten erkennen und verstehen die grundlegenden ökonomischen Zusammenhänge und ihre Wechselwirkung. Sie verstehen die Komplexität volkswirtschaftlicher Prozesse und kennen die Instrumen-</p>

	<p>tarien zur Steuerung einer Volkswirtschaft.</p> <p>Können <u>Instrumental</u> Die Studenten können auf der Grundlage volkswirtschaftlicher Gesetzmäßigkeiten aktuelle Bezüge zu gesellschaftlichen, politischen und wirtschaftlichen Vorgängen und Diskussionen herstellen. Sie können inhaltliche Positionen, politische Maßnahmen und unternehmerische Entscheidungen aus ökonomischer Perspektive bewerten.</p> <p><u>Systemisch</u> Die Studenten sind in der Lage, ausgehend von den volkswirtschaftlichen Rahmenbedingungen und denen sich daraus ergebenden gesamtwirtschaftlichen Entwicklungstendenzen, fachlich fundierte Schlussfolgerungen für die Unternehmensentwicklung abzuleiten.</p> <p><u>Kommunikativ</u> Die Studenten sind in der Lage, sachbezogen zu volkswirtschaftlichen, politischen, gesellschaftlichen und ökologischen Fragestellungen Position zu beziehen und ihre Standpunkte argumentativ zu verteidigen.</p>														
Studiensemester	Semester 3														
Dauer des Moduls	1 Semester														
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Jährlich (Wintersemester)														
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	5														
Gesamtworkload	<table border="1"> <tr> <td>Prä</td> <td>EvL-T</td> <td>EvL-P</td> <td>PV</td> <td>TU</td> <td>PL</td> <td>Σ</td> </tr> <tr> <td>72</td> <td>56</td> <td></td> <td>20</td> <td></td> <td>2</td> <td>150</td> </tr> </table>	Prä	EvL-T	EvL-P	PV	TU	PL	Σ	72	56		20		2	150
Prä	EvL-T	EvL-P	PV	TU	PL	Σ									
72	56		20		2	150									
Art des Moduls	Pflichtmodul														
Verwendbarkeit des Moduls	Studiengang Gesundheits- und Sozialmanagement														
Voraussetzungen für die Teilnahme	- -														
Modulverantwortlicher/Modulverantwortliche	Ivo Weykopf														
Name der/ des Hochschullehrer/s der Lehrveranstaltungen	Ivo Weykopf														
Lehrsprache	Deutsch														
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Klausur (Ende Theoriephase) 90 Min.														
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	ECTS des Moduls/168 ETCS * 80 %														
Medien/Arbeitsmaterialien	Skript, Übungen														
Besonderes (z. B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	Kleingruppen zur Erarbeitung ökonomischer Prinzipien ggf. mit Online-Anteil														
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	<p><u>Basisliteratur</u> (jeweils die neueste Auflage)</p> <p>Bofinger, P.: Grundzüge der Volkswirtschaftslehre: Eine Einführung in die Wissenschaft von Märkten. München: Pearson.</p> <p>Hamilton, J. H.; Suslow, V. Y.: Übungen zur Mikroökonomie. München: Pearson.</p> <p>Herrmann, M.; John, S.: Arbeitsbuch Volkswirtschaftslehre. Stuttgart:</p>														

	<p>Schäffer-Poeschel Verlag. [ebook]</p> <p>Krugman, P.: Volkswirtschaftslehre. Stuttgart: Schäffer-Poeschel Verlag. [ebook]</p> <p>Mankiw, N. G.; Taylor, M. P.: Grundzüge der Volkswirtschaftslehre. Stuttgart: Schäffer-Poeschel Verlag. [ebook]</p> <p>Varian, H. R.: Grundzüge der Mikroökonomie. Oldenbourg: De Gruyter. [ebook]</p> <p><u>Vertiefende Literatur</u></p> <p>Apolte, T.; Bender, D.; Berg, H.; Cassel, D.; Erlei, M.; Grossekkettler, H. et al.: Vahlens Kompendium der Wirtschaftstheorie und Wirtschaftspolitik. [ebook]</p> <p>Frank, R.; Cartwright, E.: Microeconomics and Behaviour. McGraw-Hill Education.</p> <p>Fritsch, M.: Marktversagen und Wirtschaftspolitik. München Vahlen Verlag. [ebook]</p> <p>The Economy by Core: https://www.core-econ.org/project/core-the-economy/</p> <p>Pindyck, R.S.; Rubinfeld, D. L.: Mikroökonomie. München: Pearson.</p> <p>Samuelson, P. A.; Nordhaus, W. D.: Volkswirtschaftslehre: as internationale Standardwerk der Makro- und Mikroökonomie. München: FinanzBuch Verlag.</p>
--	---

Modul-Nr./Code	7HI-VWR20-HI
Modulbezeichnung	Makroökonomie
Ggf. Lehrveranstaltungen des Moduls	Vorlesung 40h / Seminar 32h
Inhalte des Moduls	<p>Dieses Modul gibt einen Überblick über zentrale Aufgaben, Kennzahlen und Modelle der Makroökonomie.</p> <p>Es wird gezeigt, wie die ökonomische Entwicklung einer Volkswirtschaft und die Entwicklung der materiellen Rahmenbedingungen ihrer Bewohner mit Kennzahlen der Volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung (VGR) gemessen werden können. Ziel der Makroökonomie ist es, gesamtwirtschaftliche Entwicklungen in der kurzen, mittleren und langen Frist zu verstehen und die Wirkung politischer Eingriffe und unterschiedlicher Rahmenbedingungen bewerten zu können. Dabei sind die Interaktionen von Geldmarkt, Arbeitsmarkt und Gütermarkt zu beachten. Zu diesem Zweck werden makroökonomische Modelle entwickelt, die die Zusammenhänge zwischen verschiedenen makroökonomischen Größen wie Wirtschaftswachstum, Inflation und Arbeitslosenquote modellieren. Es wird gezeigt, wie diese Größen zusammenhängen, wie Fiskal-, Arbeitsmarkt- und Geldpolitik auf sie einwirken können und wo die Grenzen solcher Eingriffe liegen.</p> <p>Die theoretischen Elemente werden mit Bezug zu aktuellen wirtschaftlichen Entwicklungen eingeführt. Die Modelle werden konsequent mikrofundiert. Gegenstand ist immer eine offene Volkswirtschaft. Die Vorteile und Herausforderungen internationaler Handelsintegration, europäischer Integration und der Europäischen Währungsunion werden diskutiert.</p> <p>Die Messung makroökonomischer Kennzahlen, die Identifikation und Erklärung wirtschaftlicher Entwicklungen und die Modellierung und Bewertung geld- und fiskalpolitischer Maßnahmen wird fortlaufend vorlesungsbegleitend in Kleingruppen eingeübt. Es werden die entsprechenden Daten für verschiedene Volkswirtschaften recherchiert, dargestellt, in Verbindung gebracht und zur Beurteilung der wirtschaftlichen Entwicklung und der Politik der jeweiligen Volkswirtschaft verwendet.</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Makro- vs. Mikroökonomie ▪ Volkswirtschaftliche Gesamtrechnung ▪ Kurz-, Mittel-, und Langfrist-Betrachtung ▪ Geld, Kredit, Banken und Aktienmärkte ▪ Arbeitsmarkt ▪ Konjunkturelle Schwankungen und antizyklische Fiskal- und Geldpolitik ▪ Auswirkungen konjunktureller Schwankungen auf Beschäftigung und Löhne ▪ Leitzins und Inflation ▪ Wachstum, Sozialstaat und technischer Fortschritt ▪ Finanz- und Eurokrise
Lernergebnisse des Moduls	<p><i>Wissen und Verstehen</i></p> <p>Die Studenten erlernen die Inhalte und Methoden der volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung als Bewertungskriterium für die Leistungsfähigkeit einer Volkswirtschaft. Die Studenten kennen die einschlägigen makroökonomischen Theorien und Kontroversen und wissen um die außenwirtschaftliche, internationale und europäische Dimension des</p>

	<p>Wirtschaftsgeschehens.</p> <p><u>Wissensvertiefung</u> Studenten wissen, welche gesamtwirtschaftlichen Folgen das Handeln der Wirtschaftssubjekte und die Entwicklungen auf einzelnen Märkten haben können.</p> <p>Können <u>Instrumental</u> Die Studenten können volkswirtschaftliche Entwicklungen verfolgen und einschätzen. Sie kennen die Volkswirtschaftliche Gesamtrechnung. Sie können komplexe makroökonomische Zusammenhänge strukturieren und erklären. Sie können die entsprechenden Daten recherchieren, sinnvoll darstellen, inhaltlich auswerten und Zusammenhänge herstellen. Sie können in den Daten beobachtete Entwicklungen mit makroökonomischen Modellen erklären.</p> <p><u>Systemisch</u> Die Studenten sind sich des Unterschieds zwischen mikro- und makroökonomischer Perspektive bewusst. Sie verstehen wichtige gesamtwirtschaftliche Modelle und Theoreme. Die Studenten können die gesamtwirtschaftlichen Effekte von Handlungen privater Wirtschaftssubjekte sowie der Geld-, Fiskal- und Lohnpolitik einschätzen. Sie sind in der Lage, gesamtwirtschaftliche Prognosen einzuordnen.</p> <p><u>Kommunikativ</u> Die Studenten beteiligen sich theoretisch fundiert an fachlichen und politischen Diskussionen. Dabei können sie sich verständlich und nachvollziehbar in den Diskurs einbringen und ihren Standpunkt makroökonomisch fundiert vertreten.</p>														
Studiensemester	Semester 4														
Dauer des Moduls	1 Semester														
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Jährlich (Sommersemester)														
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	5														
Gesamtworkload	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Prä</th> <th>EvL-T</th> <th>EvL-P</th> <th>PV</th> <th>TU</th> <th>PL</th> <th>Σ</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>72</td> <td>56</td> <td></td> <td>20</td> <td></td> <td>2</td> <td>150</td> </tr> </tbody> </table>	Prä	EvL-T	EvL-P	PV	TU	PL	Σ	72	56		20		2	150
Prä	EvL-T	EvL-P	PV	TU	PL	Σ									
72	56		20		2	150									
Art des Moduls	Pflichtmodul														
Verwendbarkeit des Moduls	Studiengang Gesundheits- und Sozialmanagement														
Voraussetzungen für die Teilnahme	- -														
Modulverantwortlicher/ Modulverantwortliche	Ivo Weykopf														
Name der/ des Hochschullehrer/s der Lehrveranstaltungen	Ivo Weykopf														
Lehrsprache	Deutsch														
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Klausur (Ende Theoriephase) 90 Min.														
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	ECTS des Moduls/168 ETCS * 80 %														
Medien/Arbeitsmaterialien	Skript, Übungen														
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	Kleingruppen zur Erarbeitung ökonomischer Prinzipien Ggf. mit Online-Anteil														

<p>Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)</p>	<p>Jeweils die neueste Auflage</p> <p><u>Basisliteratur</u></p> <p>Blanchard, O. J.; Illing, G.: Makroökonomie. München: Pearson.</p> <p>Blankart, C. B.: Öffentliche Finanzen in der Demokratie, München: Verlag Franz Vahlen. [ebook]</p> <p>Felderer, B.; Homburg, S.: Makroökonomik und neue Makroökonomik. Wiesbaden Springer. [ebook]</p> <p>Hagen, T.; Klüh, U.; Sauer, S.: Makroökonomie Übungsbuch. München: Pearson.</p> <p>John, K. D.: Arbeitsbuch Makroökonomik. Stuttgart: Schäffer-Poeschel Verlag. [ebook]</p> <p>Mankiw, N. G.: Makroökonomik. Stuttgart: Schäffer-Poeschel Verlag. [ebook]</p> <p><u>Vertiefende Literatur</u></p> <p>Burda, M. C.; Wyplosz, C.; Kleber, M.; Lechner, A.: Makroökonomie. Eine europäische Perspektive. München: Verlag Franz Vahlen. [ebook]</p> <p>Krugman, P.; Obstfeld, M.; Melitz, M.: Internationale Wirtschaft: Theorie und Politik der Außenwirtschaft. München: Pearson.</p> <p>Romer, D.: Advanced Macroeconomics. McGraw-Hill Education.</p> <p>The Economy by Core: https://www.core-econ.org/project/core-the-economy/</p>
--	---

Modul-Nr./Code	7HI-VWR30-HI
Modulbezeichnung	Wirtschaftsrecht
Ggf. Lehrveranstaltungen des Moduls	Vorlesung 48h / Seminar 24h
Inhalte des Moduls	<p>Das Modul beinhaltet eine Einführung in die Grundlagen und die wesentliche Lehre des Wirtschaftsprivatrechts sowie in die juristische Arbeitsmethodik. Die Schwerpunkte des Moduls bilden dabei das Zivilrecht sowie das Handels- und Gesellschaftsrecht. Die Studierenden lernen anhand von Fallbeispielen und -besprechungen, die abstrakten juristischen Rechtsinhalte auf praktische Sachverhalte anzuwenden.</p> <p>Ziel ist die anwendungsbezogene Vermittlung von Rechtskenntnissen der wichtigsten für den Studiengang einschlägigen Bereiche des Privat- einschließlich des Handels- und Gesellschaftsrechts</p> <p>Einführung</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Einführung in das Recht ▪ Historische Grundlagen ▪ Terminologie /Systematik ▪ Gesetzliche Grundlagen ▪ Abgrenzung Zivilrecht /Öffentliches Recht ▪ Gerichtsaufbau <p>Grundlagen des BGB</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ 1. Buch Allgemeiner Teil ▪ 2. Buch Schuldrecht ▪ 3. Buch Sachenrecht <p><u>insbesondere:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Personen (natürliche, juristische, Verbraucher, Unternehmer, Kaufmann) ▪ Vertretung (gesetzliche, organschaftliche, rechtsgeschäftliche) ▪ Verträge (Abschluss, Arten, Rechte und Pflichten, Erfüllung, Leistungsstörung) ▪ Ungerechtfertigte Bereicherung ▪ Unerlaubte Handlungen <p>Grundlagen des HGB</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ 1. Buch Handelsstand ▪ 2. Buch Handelsgesellschaften ▪ 3. Buch Handelsgeschäfte <p><u>insbesondere:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Kaufmannsbegriff ▪ Handelsgeschäft <p>Exemplarische Darstellung der Abweichungen des Handelsrechts zum Bürgerlichen Recht</p>
Lernergebnisse des Moduls	<p>Wissen und Verstehen</p> <p>Die Studierenden lernen grundlegende Begriffe und Systematik des Rechts sowie rechtlich relevante Zusammenhänge kennen und verstehen. Sie erkennen die wesentlichen Grundprinzipien und Inhalte des Zivilrechts sowie des Handelsrechts. Des Weiteren werden ihnen vertiefende Kenntnisse der grundlegenden Vertragsgestaltung ebenso</p>

	<p>wie der handelsrechtlichen Besonderheiten vermittelt, die sich aus der Kaufmannseigenschaft oder der Firmierung ergeben bzw. aus der Einschaltung von unselbständigen und selbständigen kaufmännischen Hilfspersonen resultieren.</p> <p>Die Studierenden werden über ein praxisbezogenes, kritisches Verständnis rechtlich relevanter Vorschriften verfügen. Sie werden darüber hinaus in die Lage versetzt, rechtlich problembehaftete Geschäftsvorgänge zu erkennen und ihr Wissen problembezogen zu vertiefen.</p> <p>Können <u>Instrumental</u> Die Studierenden können ihr Wissen auf einen einfachen tätigkeitsbezogenen Sachverhalt selbständig anwenden und diesen rechtlich in geeigneter Form subsumieren. Sie sind dadurch in der Lage, alltägliche Rechtsfragen einer zeitgerechten Problemlösung zuzuführen. Sie sind schließlich darüber hinaus befähigt zu erkennen, ob und wann es der Hinzuziehung eines fachkundigen Juristen bedarf.</p> <p><u>Systemisch</u> Die Studierenden können auf ihren eigenen betrieblichen Handlungsebenen die jeweilige Rechtslage, ggf. unter Berücksichtigung zwischenzeitlich erfolgter gesetzlicher Veränderungen, der Gestalt reflektieren und erfassen, dass sie die Auswirkungen hinreichend einschätzen können. Den Studierenden eröffnet die Vertrautheit mit den Hintergründen und Instrumenten juristischer Methodik die Chance, die Anwendung ihrer Rechtskenntnisse in allen Rechtsgebieten zu verbessern und in unbekanntem Problemfeldern plausible Lösungen zu entwickeln.</p> <p><u>Kommunikativ</u> Die Studierenden erhalten Vertrauen in ihre Fähigkeit rechtliche Sachverhalte zu analysieren und zu kommunizieren. Sie sind in der Lage, betriebsbezogene, sich spezifisch ergebende rechtliche Besonderheiten darzustellen sowie Problemlösungen zu formulieren und zu begründen. Sie können darüber hinaus gegenüber Dritten ihre Rechtsansicht fundiert vertreten und sind dialogfähig mit juristischen und steuerlichen Beratern.</p>														
Studiensemester	Semester 3														
Dauer des Moduls	1 Semester														
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Jährlich (Wintersemester)														
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	5														
Gesamtworkload	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Prä</th> <th>EvL-T</th> <th>EvL-P</th> <th>PV</th> <th>TU</th> <th>PL</th> <th>Σ</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>72</td> <td>56</td> <td></td> <td>20</td> <td></td> <td>2</td> <td>150</td> </tr> </tbody> </table>	Prä	EvL-T	EvL-P	PV	TU	PL	Σ	72	56		20		2	150
Prä	EvL-T	EvL-P	PV	TU	PL	Σ									
72	56		20		2	150									
Art des Moduls	Pflichtmodul														
Verwendbarkeit des Moduls	Studiengang Gesundheits- und Sozialmanagement														
Voraussetzungen für die Teilnahme	- -														
Modulverantwortlicher/Modulverantwortliche	Prof. Dr. Dirk Stenzel														
Name der/des Hochschullehrer/s der Lehrveranstaltungen	Ingolf Wolfram Pries														
Lehrsprache	Deutsch														

Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Klausur (Ende Theoriephase) 90 Min.
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	ECTS des Moduls/168 ETCS * 80 %
Medien/Arbeitsmaterialien	aktuelle Rechtsprechung, Fallbeispiele, Online-Zugangs der Campusbibliothek
Besonderes (z. B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	- -
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	<p>Jeweils Neuste Auflage</p> <p><u>Basisliteratur</u></p> <p>Gesetzestexte (online Zugang verfügbar) BGB, dtv, HGB, dtv, AktG, GmbH, dtv</p> <p>Lehrbücher Aunert-Micus, S.; Gülle mann, D.; Streckel, S.; Tonner, N.; Wiese, U.-E.: Wirtschaftsprivatrecht BGB Allgemeiner Teil, Schuldrecht, Sachenrecht, Handels- und Gesellschaftsrecht. München: Franz Vahlen. [ebook]</p> <p>Führich, E.: Wirtschaftsprivatrecht. Bürgerliches Recht Handelsrecht Gesellschaftsrecht. Verlag Franz Vahlen München. [ebook]</p> <p><u>Vertiefende Literatur</u></p> <p>Zerres, T.: Bürgerliches Recht. Allgemeiner Teil, Schuldrecht, Sachenrecht, Zivilprozessrecht. Wiesbaden Springer Gabler. [ebook]</p> <p>Richter, t. S.: Vertragsrecht. Die Grundlagen des Wirtschaftsrechts. Verlag Franz Vahlen München. [ebook]</p> <p>Führich, E.; Werdan, I.: Wirtschaftsprivatrecht in Fällen und Fragen Übungsfälle und Wiederholungsfragen zur Vertiefung des Wirtschaftsprivatrechts. Verlag Franz Vahlen München. [ebook]</p> <p>Hoffmann, U.: Technik der Fallbearbeitung im Wirtschaftsprivatrecht. Verlag Franz Vahlen München. [ebook]</p>

5 *Methoden und Kompetenzen (MUK)*

- Digitale und soziale Kompetenz
- Wirtschafts- und Finanzmathematik
- Angewandte Statistik
- Digitalisierung und angewandte KI
- Interkulturelle Kommunikation und Kompetenz

Modul-Nr./Code	7HI-MUK01-HI
Modulbezeichnung	Digitale und soziale Kompetenz
Ggf. Lehrveranstaltungen des Moduls	Vorlesung 32h / Seminar 30h / Tutorium 2h
Inhalte des Moduls	<p>Studierende planen und erarbeiten zielgruppenorientierte Präsentationen und lernen die Einsatzmöglichkeiten von Instrumenten der Kommunikationstechnik kennen. Sie machen sich mit den Grundlagen der verbalen und nonverbalen Kommunikation vertraut und lernen Konflikte zu lösen und Gespräche zu führen.</p> <p>Die soziale und kommunikative Kompetenz wird durch Theorien und praktische Übungen zu Themen wie Verhandlungsführung, Moderation, Konfliktmanagement und Gesprächsführung im Führungsalltag entwickelt.</p> <p>Trainiert wird insbesondere eine zielgerichtete und souveräne Gesprächs- und Beziehungsgestaltung sowie ein professioneller Einsatz moderener IT-Werkzeuge zur Kommunikation, Zusammenarbeit, Präsentations- und Lernunterstützung</p> <p>Kommunikations- und Gesprächstechniken</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Analyse der persönlichen Kommunikation und des Verhaltens ▪ Gestaltung sozialer Beziehungen, Teamarbeit ▪ Körpersprache, Wirkung der Rhetorik in der Kommunikation, rhetorische Elemente ▪ Gesprächssituationen (z.B. Mitarbeitergespräche), Rollenverständnis und Rollenkonflikte ▪ Motivation und Moderation (Grundlagenwissen, Moderationsmethoden, Kreativitätstechniken) <p>Präsentationstechnik</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Vorbereitung, Aufbau und zielgruppenspezifische Gestaltung ▪ Präsentationstechnik und -medien, praktische Präsentationsübungen mit Feedback <p>Konfliktmanagement und Verhandlungsführung</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Strategien und Handlungskonzepte, Verhandlungsstile, Rhetorik des Verhandlungsgesprächs, Schwierige Verhandlungssituationen, Verhandlungskompetenz, Vorbereitung, Durchführung und Nachbereitung einer Businessmoderation ▪ Konfliktprävention, Konfliktsignale, Methoden der Konfliktbewältigung <p>Weiterhin erhalten Studierende Anleitungen zu Lernformen und -techniken, welche zur erfolgreichen Bewältigung des Studiums beitragen:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Besonderheiten des dualen Studiums ▪ Praktische Fragen zur Bewältigung des Studiums ▪ Lernformen und -techniken ▪ Zeitmanagement und Selbstorganisation ▪ Prüfungsvorbereitung <p>Darüber hinaus werden Grundkenntnisse im Rahmen der Informationstechnologie vermittelt. Im Mittelpunkt stehen Grundlagen der Informationsverarbeitung und die typischen Merkmale der digitalen Infrastruktur, der professionelle Umgang mit digitalen Medien.</p>

	<p>Grundlagen der Informationsverarbeitung und Mediensysteme</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Informationstechnische Infrastruktur ▪ Kommunikationstechnische Infrastruktur ▪ Datenschutz und Medienkritik <p>Digitalen Mediennutzung und -gestaltung</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Professioneller Umgang mit Textverarbeitung und Tabellenkalkulation, Statistiken, Präsentationen und Pivot-Tabellen ▪ Gestaltung und Interpretation komplexer Dokumente ▪ Nutzung und Durchführung von Videokonferenzen, IP-Telefonie, Instant-Messaging ▪ Nutzung und Gestaltung der Online- Lehr- und Lernplattform OPAL ▪ Kommunikation und Kollaboration ▪ Umgang mit E-Learning-Methoden
<p>Lernergebnisse des Moduls</p>	<p><i>Wissen und Verstehen</i> Die Studierenden kennen die wesentlichen Aspekte einer zielgerichteten und souveränen Gesprächs- und Beziehungsgestaltung sowie Methoden der Bewältigung von Konflikten. Sie lernen die Moderationsmethode als ein Instrument zur eigenverantwortlichen Strategie- und Optimierungsarbeit kennen.</p> <p>Studierende kennen IT-Grundlagen und E-Learning-Methoden und Kommunikationsinfrastruktur an der BA Sachsen. Studierende kennen die Besonderheiten des dualen Studiums und haben ein Verständnis für Lernformen und -techniken entwickelt. Sie verstehen die Bedeutung eines effektiven Zeitmanagement und wissen wie, sie sich selbst organisieren können.</p> <p><u>Wissensvertiefung</u> Die Studierenden verfügen über ein kritisches Verständnis der Aspekte der Gesprächs- und Beziehungsgestaltung, des Konfliktmanagements, der Moderation von Prozessen sowie hinsichtlich der Nutzung digitaler Medien.</p> <p><i>Können</i> <u>Instrumental</u> Die Studierenden können geeignete Instrumente zur Präsentation, Gesprächsgestaltung, Gesprächsführung und Prozesssteuerung zielkonform einsetzen. Dieses Wissen ermöglicht den Studierenden soziale Situationen in ihren Besonderheiten zu erkennen und somit angemessen reagieren zu können. Studierende können die digitale Lehr- Lernplattform OPAL nutzen und E-Learning-Methoden anwenden. Standardsoftware können sie nutzen. Weiterhin können sie Lern-techniken anwenden. Sie sind in der Lage sich selbst zu organisieren und ihre Zeit effektiv einzuteilen.</p> <p><u>Systemisch</u> In verschiedensten Gesprächs- und Konfliktsituationen können Sie angemessen und zielorientiert mit Hilfe unterschiedlicher Methoden und Techniken reagieren. Je nach Aufgabenstellung bzw. Situation können sie entscheiden, welche Lernform und -technik für sie geeignet ist.</p> <p><u>Kommunikativ</u> Die Studierenden sind in der Lage, ihre selbständig erarbeiteten Positionen und Problemlösungen klar zu formulieren und argumentativ schlüssig zu verteidigen. Sie können sich sowohl mit Fachvertretern als auch mit Laien über Informationen, Probleme und Lösungsansätze</p>

	<p>auf wissenschaftlicher Grundlage austauschen und ihre Ergebnisse übersichtlich und klar präsentieren. Sie können digitale Medien unterstützend hinzuziehen.</p> <p>Sie können sowohl fachspezifische als auch allgemeine Gesprächsrunden ergebnisorientiert moderieren, meinungsbildend im Team wirken, Führungsaufgaben wahrnehmen und Konfliktpotential frühzeitig erkennen und positiv auflösen.</p>							
Studiensemester	Semester 1							
Dauer des Moduls	1 Semester							
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Jährlich (Wintersemester)							
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	5							
Gesamtworkload	Prä	EvL-T	EvL-P	PV	TU	PL	Σ	
	62	10	55	20	2	1	150	
Art des Moduls	Pflichtmodul							
Verwendbarkeit des Moduls	- -							
Voraussetzungen für die Teilnahme	- -							
Modulverantwortlicher/Modulverantwortliche	Prof. Dr. Juliane Kellner-Fuchs							
Name der/des Hochschullehrer/s der Lehrveranstaltungen	Prof. Dr. Juliane Kellner-Fuchs, Verena Wachsmuth							
Lehrsprache	Deutsch							
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Mündliche Prüfung (Semesterende) 20 Min.							
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	ECTS des Moduls/168 ECTS * 80 %							
Medien/Arbeitsmaterialien	Skript, Rollenspiele, Übungen, PC-Raum oder eigenes Notebook, Flipchart, IT-Systeme der BA Sachsen							
Besonderes (z. B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	30% Online-Anteil							
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	<p>Jeweils die neueste Auflage</p> <p><u>Basisliteratur</u></p> <p>Birkenbihl, V. F.: Kommunikationstraining: Zwischenmenschliche Beziehungen erfolgreich gestalten, München: mvg-Verlag.</p> <p>Herbig, A. F.: Vortrags- und Präsentationstechnik: Erfolgreich und professionell vortragen und präsentieren, Norderstedt: Books on demand.</p> <p>Proksch, S.: Mediation Die Kunst der professionellen Konfliktlösung. Wiesbaden: Springer Fachmaldien. [ebook]</p> <p>Seifert, J. W.: Visualisieren, Präsentieren, Moderieren, Offenbach.</p> <p>Schulz von Thun, F.: Miteinander reden, Bd. 1: Störungen und Klärungen. Allgemeine Psychologie der Kommunikation, Reinbek.</p> <p>Schulz v. Thun, F. Ruppel, J. Stratmann, R.: Miteinander reden. Kommunikationspsychologie für Führungskräfte, Reinbek.</p>							

	<p>Watzlawick, P.; Beavin, J. H.; Jackson, D. D.: Menschliche Kommunikation, Göttingen: Hogrefe.</p> <p><u>Vertiefende Literatur</u></p> <p>Böhringer, A. W. O.; Hülsbeck, M. (2004): Anschauliche Visualisierung quantitativer und qualitativer Informationen in Studienpräsentationen, in WiSt, 33. Jg., Nr. 7, S. 437-440.</p> <p>Böhringer, A. W. O.; Hülsbeck, M. (2004): Die erfolgreiche Präsentation von Studienarbeiten, in WiSt, 33. Jg., Nr. 6, S. 377-380.</p> <p>Edmüller, A.; Jiranek, H.: Konfliktmanagement Konflikten vorbeugen, sie erkennen und lösen. Freiburg: Haufe-Lexware. [ebook]</p> <p>Erbacher, C. E.: Grundzüge der Verhandlungsführung. Zürich/Singen.</p> <p>Friedrichsen, M.; Wersig, W.: Digitale Kompetenz. Herausforderungen für Wissenschaft, Wirtschaft, Gesellschaft und Politik. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden. [ebook]</p> <p>Mentzel, W.: 66 Erfolgstitips für Reden, Vorträge, Präsentationen Auftreten - Inhalt – Sprache. München: C.H. Beck. [ebook].</p> <p>Weisbach, Ch.-R.: Professionelle Gesprächsführung. München.</p> <p>Seifert, J. W.: Moderation & Kommunikation Gruppendynamik und Konfliktmanagement in moderierten Gruppen. Offenbach: GABAL-Verlag. [ebook]</p>
--	---

Modul-Nr./Code	7HI-MUK02-HI
Modulbezeichnung	Wirtschafts- und Finanzmathematik
Ggf. Lehrveranstaltungen des Moduls	Vorlesung 36h / Übung 36h
Inhalte des Moduls	<p>In Übungen erlernen die Studierenden das mathematische Instrumentarium kreativ und kritisch auf vielfältige wirtschaftswissenschaftliche Fragestellungen anzuwenden. Die Studierenden erweitern und festigen ihre Kenntnisse für betriebswirtschaftliche Anwendungen und relevanten mathematischen Verfahren. Sie werden zu selbständiger mathematischer Analyse ökonomischer Sachverhalte befähigt.</p> <p>Wirtschaftsmathematische Grundlagen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mengenlehre, Zahlenbereiche und Rechenregeln • Summen- und Produktzeichen, Lösen nichtlinearer Gleichungen <p>Finanzmathematik</p> <ul style="list-style-type: none"> • Zins- und Zinseszinsrechnung; einfache Verzinsung; jährliche, unterjährliche und gemischte Verzinsung; nominaler, effektiver, relativer und konformer Zins • Rentenrechnung (jährliche Renten bei jährlicher Verzinsung, vorschüssige und nachschüssige Rente, unterjährliche Renten bei jährlicher Verzinsung, ewige Renten) • Jährliche und unterjährliche Annuitätentilgung bei jährlicher Verzinsung • Tilgungsrechnung • Funktionen in der Wirtschaft mit Einführung in die Investitionsrechnung und Umsatzprognose (Determinanten-Methode und Eliminationsmethode) <p>Lineare Algebra</p> <ul style="list-style-type: none"> • Matrizen und Determinanten: Begriffsbestimmungen, Berechnung von Determinanten, Matrizenkalkül, Matrixgleichungen, Anwendungen • Lineare Gleichungssysteme: Begriffsbestimmungen, Lösbarkeit, Lösungsverfahren, Anwendungen <p>Analysis</p> <ul style="list-style-type: none"> • Funktionen mit einer unabhängigen Variablen in ökonomischen Anwendungsfällen: Begriffsbestimmungen, Anwendung der Differentialrechnung bei der Lösung ökonomischer Problemstellungen • Funktionen mit mehreren unabhängigen Variablen: Begriffsbestimmungen, Beispiele, Veranschaulichung, partielles Differenzieren, Extremwertaufgaben / Anwendungen, Extremwertaufgaben mit Nebenbedingungen / Anwendungen • Stammfunktion und unbestimmtes Integral, Grundintegrale • Bestimmtes Integral- und Flächeninhaltsberechnungen • Ökonomische Anwendungen der Integralrechnung
Lernergebnisse des Moduls	<p>Wissen und Verstehen</p> <p>Die Absolventen erweitern aufbauend auf dem Abiturwissen ihre grundlegenden mathematischen Kenntnisse und lernen wichtige wirtschaftsmathematische Begriffe und Methoden kennen. Sie erlernen ökonomische Sachverhalte mathematisch zu abstrahieren, formal zu</p>

	<p>bearbeiten und die erhaltenen Ergebnisse ökonomisch sinnvoll zu interpretieren. Die Absolventen sollen damit die Mathematik als wichtiges Hilfsmittel bei der Planungs- und Entscheidungsfindung in der wirtschaftlichen Praxis begreifen.</p> <p>Die Absolventen vertiefen ihre Kenntnisse über grundlegende mathematische Methoden und Verfahren durch die Anwendung mathematischer Modelle in der betriebswirtschaftlichen Praxis. Dabei adaptieren Sie ihr erworbenes Wissen auf spezifische ökonomische Sachverhalte und trainieren eigenständig mathematische fundierte Lösungen zu finden und die erhaltenen Ergebnisse ökonomisch sinnvoll zu interpretieren. In der Anwendung der mathematischen Methoden achten die Absolventen auf die Effektivität der angewandten Methoden und die Plausibilität der Ergebnisse.</p> <p>Können</p> <p><u>Instrumental</u> Die Absolventen können die erlernten mathematischen Methoden und Modelle selbständig und effektiv auf verschiedenste betriebswirtschaftliche Problemstellungen anwenden. Dabei können sie komplexe Sachverhalte logisch erfassen, inhaltlich abstrahieren und mathematisch korrekt darstellen. Die Struktur der zugrundeliegenden Problemstellung kann durch die Absolventen in die adäquate mathematische Form und in die jeweils entsprechende Methode zur Bearbeitung der Problemstellung überführt werden. Die erhaltenen Ergebnisse können kritisch bewertet und ökonomisch sinnvoll interpretiert werden.</p> <p><u>Systemisch</u> Die Absolventen können den verschiedensten betriebswirtschaftlichen Sachverhalten die entsprechenden wirtschaftsmathematischen Modelle und Methoden zuordnen und durch deren Anwendung die gewonnenen Lösungen zur als Basis zur Entscheidungsfindung einsetzen. Damit begründen sich die getroffenen Entscheidungen auf eine wissenschaftlich fundierte Basis und sind logisch nachvollziehbar. Sie sind in der Lage, sich in spezifische Problemstellungen selbständig tiefer einzuarbeiten und die geeigneten wirtschaftsmathematischen Methoden auszuwählen und anzuwenden.</p> <p><u>Kommunikativ</u> Die Absolventen können ökonomische Sachverhalte in mathematisch korrekter Form darstellen und erläutern. Die erhaltenen Ergebnisse in der Anwendung mathematischer Methoden auf die Ökonomie können korrekt dargestellt und argumentativ erläutert werden. Die Absolventen sind dabei in der Lage, ihre Ergebnisse sowohl einem fachlich vorgebildeten Interessentenkreis zu präsentieren als auch Laien anschaulich darzustellen.</p>														
Studiensemester	Semester 1														
Dauer des Moduls	1 Semester														
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Jährlich (Wintersemester)														
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	5														
Gesamtworkload	<table border="1"> <tr> <td>Prä</td> <td>EvL-T</td> <td>EvL-P</td> <td>PV</td> <td>TU</td> <td>PL</td> <td>Σ</td> </tr> <tr> <td>72</td> <td>56</td> <td></td> <td>20</td> <td></td> <td>2</td> <td>150</td> </tr> </table>	Prä	EvL-T	EvL-P	PV	TU	PL	Σ	72	56		20		2	150
Prä	EvL-T	EvL-P	PV	TU	PL	Σ									
72	56		20		2	150									

Art des Moduls	Pflichtmodul
Verwendbarkeit des Moduls	Studiengang Gesundheits- und Sozialmanagement
Voraussetzungen für die Teilnahme	- -
Modulverantwortlicher/ Modulverantwortliche	Prof. Dr. Lutz Neumann
Name der/des Hochschullehrer/s der Lehrveranstaltungen	Prof. Dr. Lutz Neumann
Lehrsprache	Deutsch
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Klausur (Ende Theoriephase) 90 Min.
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	ECTS des Moduls/168 ETCS * 80 %
Medien/Arbeitsmaterialien	Skript, Übungen
Besonderes (z. B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	Nutzung des Online-Bereiches der Bibliothek für die Literaturstudien
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	<p>Jeweils die neueste Auflage</p> <p><u>Basisliteratur</u></p> <p>Kobelt, H.; Schulte, P.: Finanzmathematik: Methoden, betriebswirtschaftliche Anwendungen und Aufgaben mit Lösungen, Herne, Berlin: nwb. [ebook]</p> <p>Rommelfanger, Heinrich: Mathematik für Wirtschaftswissenschaftler, Bd.1, 2, Spektrum Akademischer Verlag, München.</p> <p>Schwarze, J.: Mathematik für Wirtschaftswissenschaftler, Herne; Berlin: nwb. [ebbok]</p> <p>Tietze, J.: Einführung in die angewandte Wirtschaftsmathematik, Wiesbaden: Springer Spektrum.</p> <p><u>Vertiefende Literatur</u></p> <p>Heinrich, G.: Grundlagen der Mathematik, der Statistik und des Operations Research für Wirtschaftswissenschaftler; Oldenbourg Verlag München.</p> <p>Luderer, B.; Paape, C./Würker, U.: Arbeits- und Übungsbuch Wirtschaftsmathematik, Teubner Stuttgart.</p>

Modul-Nr./Code	7HI-MUK03-HI
Modulbezeichnung	Angewandte Statistik
Ggf. Lehrveranstaltungen des Moduls	Vorlesung 42h / Übung 48h
Inhalte des Moduls	<p>Die Studierenden erlangen elementare Kenntnisse über Arten und Eigenschaften von Daten, über deren Erhebungsmethoden und über das Aussage- und Leistungsvermögen statistischer Kennzahlen und Verfahren. Darauf aufbauend werden die grundlegenden Verfahren der quantitativen Datenanalyse theoretisch besprochen und anhand einschlägiger Software angewendet. Ziel ist es, die Studierenden zur Vorbereitung, Durchführung und Auswertung professioneller Marktforschungsuntersuchungen zu befähigen.</p> <p>Weiterhin erlernen die Studierenden grundlegende Methoden der Marktforschung und wenden diese an.</p> <p>Wahrscheinlichkeitsrechnung</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Grundbegriffe (Ereignis, klassische Definition Wahrscheinlichkeitsrechnung, Unabhängigkeit), Zufallsgröße, Zufallsvektor, Erwartungswert, Varianz, Kovarianz, Korrelationskoeffizient, spezielle Verteilungen (Binomial-, Exponential-, Gleich- und Normalverteilung) ▪ Zentraler Grenzwertsatz <p>Deskriptive Statistik Grundlagen</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Grundgesamtheit, statistische Variable ▪ Datenerhebung und -aufbereitung ▪ Merkmalsprägungen, Messniveau und Skalentypen ▪ Verhältniszahlen <p>Häufigkeitsverteilungen</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ absolute und relative Häufigkeiten ▪ Histogramm und Polygonzug ▪ Empirische Verteilungsfunktion <p>Maßzahlen und Regression</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ für eindimensionale Merkmale (Lage-, Streu- und Konzentrationsmaße) ▪ Gruppierungsverfahren ▪ Grafische Darstellungen und Auswertungen ▪ Maßzahlen für den Zusammenhang zweier Merkmale ▪ Zweidimensionale quantitative Merkmale (Lineare und nichtlineare Regression) ▪ Elementare Methoden der Analyse von Zusammenhängen ▪ Korrelation für Merkmale unterschiedlicher Skalenniveaus ▪ Rangkorrelation ▪ Bestimmtheitsmaß ▪ Funktionstypbestimmung ▪ Parameterschätzung ▪ Statistische Elastizitätsbetrachtungen <p>Zeitreihen</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Zerlegung von Zeitreihen, gleitende Durchschnitte, saisonale

	<p>Komponente</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Mittelwerte in Zeitreihen ▪ Trendberechnung nach MKQ <p>Verhältniszahlen und Indizes</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Preisindex, Mengenindex, Wertindex (Paasche, Laspeyres) ▪ Standardisierung von Raten und Quoten ▪ Indexreihen und deren Umbasierung ▪ Indexgleichungen <p>Induktive Statistik</p> <p>Wahrscheinlichkeitstheorie</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Elemente der Wahrscheinlichkeitstheorie, zufällige Variablen ▪ Diskrete und stetige Standardverteilungen ▪ Induktive Statistik <p>Schätzung von Parametern</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Theorie der Punktschätzung ▪ Maximum-Likelihood-Schätzung ▪ Konfidenzschätzung von Parametern <p>Prüfen statistischer Hypothesen</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Testtheorie ▪ Einstichprobenprobleme bei Normalverteilung ▪ Zweistichprobenproblem bei Normalverteilung ▪ Prüfen der Korrelation zweier Normalverteilungen ▪ Prüfen von Hypothesen über Binomialverteilungen <p>Quantitative Methoden</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Uni-, bi- und multivariate Analyseverfahren ▪ Entscheidungsunterstützung bei der Auswahl des geeigneten Testverfahrens <p>Marktforschung</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Grundlagen der Marktforschung ▪ Datenerhebung ▪ Datenanalyse ▪ Ausgewählte Anwendungsgebiete
<p>Lernergebnisse des Moduls</p>	<p>Wissen und Verstehen</p> <p>Studierende verfügen über ein breites und integriertes Wissen der wissenschaftlichen Grundlagen des Lehrgebietes Statistik und sind in der Lage, dieses überzeugend nachzuweisen. Sie sind mit den wichtigsten Methoden der Marktforschung im Rahmen von Datenerhebungen und Datenauswertungen vertraut.</p> <p><u>Wissensvertiefung</u></p> <p>Studierende haben ein grundlegendes Verständnis der Theorien, Prinzipien und Anwendungsmethoden des Lehrgebietes und sind befähigt, ihr Wissen selbständig nachhaltig zu vertiefen. Studierende lernen qualitative und quantitative Verfahren der Marktforschung kennen. Studierende lernen qualitative und quantitative Verfahren der Marktforschung kennen.</p> <p>Können</p> <p><u>Instrumental</u></p> <p>Studierende können die erlernten statistischen Methoden selbständig</p>

	<p>und effektiv auf betriebswirtschaftliche Problemstellungen anwenden. Dabei können sie die zugrundeliegenden ökonomischen Sachverhalte erfassen, inhaltlich abstrahieren und mathematisch korrekt darstellen. Die Struktur der zugrundeliegenden Problemstellung kann durch die Absolventen aufgrund ihrer Kenntnisse in der Prozessmodellierung in eine adäquate mathematische Form und in die jeweils sinnvollste Methode zur Bearbeitung der Problemstellung überführt werden.</p> <p>Studierende können situations- und zielorientiert konkrete Formen der Datenerhebung und -auswertung auswählen. Sie sind in der Lage, konkrete praktische Fragestellungen mit Methoden der Marktforschung zu bearbeiten und Ergebnisse empirischer Studien zu interpretieren. Sie können uni-, bi- und multivariate Methoden sachgemäß einsetzen und die Ergebnisse interpretieren. Die erhaltenen Ergebnisse können kritisch bewertet und entsprechend der ökonomischen Aufgabenstellung interpretiert werden.</p> <p><u>Systemisch</u> Studierende können statistische Untersuchungen an sachlich, räumlich und zeitlich abgegrenzten Mengen von Objekten vollziehen. Sie können die Begriffe „Wahrscheinlichkeit“ und „Zufall“ im Sinne der schließenden Statistik definieren, Zufallsvariable und Verteilungen formal unterscheiden. Sie verfügen über die Kompetenz, statistische Ergebnisse hinsichtlich ihrer Aussagekraft, möglicher Störfaktoren, methodischer Voraussetzungen und daraus resultierender Probleme kritisch zu bewerten.</p> <p><u>Kommunikativ</u> Studierende können Positionen und Problemlösungen der Statistik analytisch formulieren und argumentativ und verständlich überzeugend vortragen. Sie können Ergebnisse für Fachabteilungen aufbereiten und Handlungsanweisungen ableiten. Sie setzen verschiedene mündliche und schriftliche Kommunikationsformen im Rahmen der Marktforschung ein. Sie sind in der Lage, eine make- or buy Entscheidung in Bezug auf Marktforschungsprojekte zu treffen und entsprechende professionelle Dienstleister auszuwählen und zu instruieren.</p>														
Studiensemester	Semester 2														
Dauer des Moduls	1 Semester														
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Jährlich (Sommersemester)														
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	6														
Gesamtworkload	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Prä</th> <th>EvL-T</th> <th>EvL-P</th> <th>PV</th> <th>TU</th> <th>PL</th> <th>Σ</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>90</td> <td>68</td> <td></td> <td>20</td> <td></td> <td>2</td> <td>180</td> </tr> </tbody> </table>	Prä	EvL-T	EvL-P	PV	TU	PL	Σ	90	68		20		2	180
Prä	EvL-T	EvL-P	PV	TU	PL	Σ									
90	68		20		2	180									
Art des Moduls	Pflichtmodul														
Verwendbarkeit des Moduls	Studiengang Gesundheits- und Sozialmanagement														
Voraussetzungen für die Teilnahme	- -														
Modulverantwortlicher/Modulverantwortliche	Prof. Dr. Lutz Neumann														
Name der/ des Hochschullehrer/s der Lehrveranstaltungen	Jörg Meinel, Dr. Leonard Stöckinger														
Lehrsprache	Deutsch														
Art der Prüfung/Voraussetzung für	Klausur (Ende Theoriephase) 120 Min.														

die Vergabe von Leistungspunkten	
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	ECTS des Moduls/168 ETCS * 80 %
Medien/Arbeitsmaterialien	Skript, statistische Analysesoftware (z.B. SPSS) im PC Fachkabinett, Übungen
Besonderes (z. B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	Nutzung des Online-Bereiches der Bibliothek für die Literaturstudien
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	<p>Jeweils die neueste Auflage</p> <p><u>Basisliteratur</u></p> <p>Altobelli, C. F.: Marktforschung: Methoden, Anwendungen, Praxisbeispiele. Konstanz: UVK Verlag.</p> <p>Backhaus, K.; Erichson, B.; Plinke, W.; Weiber, R.: Multivariate Analysemethoden: eine anwendungsorientierte Einführung, Berlin: Springer Gabler. [ebook]</p> <p>Berekoven, L.; Eckert, W.; Ellenrieder, P.: Marktforschung: Methodische Grundlagen und praktische Anwendung, Wiesbaden: Gabler.</p> <p>Kuß A.; Wildner, R.; Kreis, H.: Marktforschung: Datenerhebung und Datenanalyse. Wiesbaden: Springer Gabler. [ebook]</p> <p>Schira, J.: Statistische Methoden der VWL und BWL, Pearson Studium</p> <p>Wewel, M.: Statistik im Bachelor-Studium der BWL und VWL. München: Person Studium. [ebook]</p> <p><u>Vertiefende Literatur</u></p> <p>Bühl, A.: Einführung in die moderne Datenanalyse, München: Pearson. [ebook]</p> <p>Döring, N.; Bortz, J.: Forschungsmethoden und Evaluation in den Sozial- und Humanwissenschaften, Berlin: Springer. [ebook]</p> <p>Hair, J. F.: Multivariate Data Analysis, Harlow.</p> <p>Mayer, H. O.: Interview und schriftliche Befragung – Entwicklung, Durchführung und Auswertung, München/Wien: Oldenbourg.</p> <p>Raab, G.; Unger, A.; Unger, F.: Methoden der Marketing-Forschung: Grundlagen und Praxisbeispiele. Wiesbaden: Springer Gabler. [ebook]</p> <p>Rößler, I.; Ungerer, A.: Statistik für Wirtschaftswissenschaftler eine anwendungsorientierte Darstellung. Berlin: Springer Gabler. [ebook]</p> <p>Weiß, H. C.; Steinmetz, P.: Marktforschung, Herne: Kiehl.</p>
Modul-Nr./Code	7HI-MUK04-HI
Modulbezeichnung	Digitalisierung und angewandte KI
Ggf. Lehrveranstaltungen des Mo-	Vorlesung 40h / Seminar 32h

duls	
Inhalte des Moduls	<p>Der Anteil und die Bedeutung der IT, insbesondere KI, für die Wertschöpfung im Unternehmen nehmen weiter zu. In diesem Modul erwerben Studierende Wissen über Grundlagen der Digitalisierung und der damit verbundenen Transformation in Unternehmen. Weiterhin können die Studierende KI-Anwendungsfälle nachvollziehen und erlernen die Grundlagen zur Funktionsweise von KI. Darüber hinaus kennen sie die Voraussetzungen und Herausforderungen in den Funktionsbereichen der Unternehmen.</p> <p>Grundlagen Digitalisierung</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Definition, Begrifflichkeiten, Abgrenzung ▪ Ursachen und Auswirkungen <p>Digitale Transformation</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Digitalisierung von Geschäftsprozessen ▪ Entstehung digitaler Geschäftsmodelle ▪ Geschäftsmodell-Innovation ▪ Change Management <p>Angewandte KI</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Begriffe, Abgrenzung, Funktionsweise ▪ Voraussetzungen ▪ Herausforderungen in Unternehmen ▪ Einführung Programmierung ▪ Fallbeispiele und Anwendungsfälle in ausgewählten Funktionsbereichen (bspw. der Logistik, Rechnungswesen, Personal, Marketing, Vertrieb) und Branchen <p>Informations- und Datenschutzsicherheit</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Maßnahmen der Informationssicherheit (BSI-Grundschutz, Hochverfügbarkeit, Methoden der Datensicherung, Schädangriffe, präventive Maßnahmen) ▪ Maßnahmen zum Datenschutz (technische, organisatorische und programmtechnische Maßnahmen): Gesetzliche Grundlagen des Datenschutzes; Sicherheit in der Informationsverarbeitung, Basischutz durch Datensicherung, Virenschutz und Netzwerksicherheit, EU-Datenschutzverordnung <p>Kundenzentrierung</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Analyse betrieblicher Funktionen unter dem Einfluss von neuen Technologien zur Kundengewinnung, -bindung sowie Steigerung der Produktivität. Von Multi-, Cross- und Omni-Channel bis zu Seamless Shopping ▪ Möglichkeiten der Analyse und Auswertung von unternehmensinternen und -externen Daten unter Berücksichtigung IT-Informationssicherheit und Datenschutz ▪ Systematische Erfassung und Verarbeitung von Kundeninformationen; Zugriff auf Kundendaten und Vertriebsanwendungen mit mobilen Endgeräten ▪ Individualisierung von Beratung und Verkauf auf Basis verfügbarer Informationen über Kunden
Lernergebnisse des Moduls	<p>Wissen und Verstehen</p> <p>Studierende erlernen die Grundlagen zur Digitalisierung, KI und digitalen Transformation. Sie wissen über die Bedeutung der Kundenanforderungen (interner als auch externer Kunden) als Schlüssel für erfolgreiche Digitalisierung. Studierende wissen, wie bedeutsam KI für die Steigerung der Effizienz- und Effektivitäts- in den Unternehmensabläufen sind und kennen gleichzeitig die damit verbundenen Herausforderungen. Weiterhin sind sie in der Lage Empfehlungen zur</p>

	<p>Verbesserung abzuleiten. Sie erlangen Kenntnisse zu den Grundlagen im Datenmanagement und kennen die Anforderungen an die Sicherheit von IT-Systemen, mögliche Bedrohungen und die erforderlichen Präventivmaßnahmen.</p> <p><u>Wissensvertiefung</u> Studierende sind mit den wichtigsten Leistungsmerkmalen der KI-Nutzung vertraut. Sie besitzen Kenntnisse diese Systeme gegen schädliche Einflüsse zu schützen. Sie vertiefen das erworbene Wissen in komplexen Übungen.</p> <p>Können</p> <p><u>Instrumental</u></p> <p>Studierende erkennen die Potenziale digitaler Geschäftsmodelle und Nutzung von KI. Sie können die Prozesse im Unternehmen analysieren. Studierende können Ziele definieren und bei der strategischen Planung mitwirken. Sie kennen die Instrumente zur Implementierung betrieblicher IT Services.</p> <p><u>Systemisch</u></p> <p>Die Studierenden sind in der Lage, die Möglichkeiten der Digitalisierung für die Bewältigung von betriebswirtschaftlichen Aufgabenstellungen zu nutzen und gezielt einzusetzen. Sie können komplexe und heterogene Prozesse beurteilen. Sie finden und beurteilen die Schnittstellen zwischen den Fachabteilungen und der IT-Abteilung. Sie können die Fachabteilungen bei der digitalen Transformation unterstützen.</p> <p><u>Kommunikativ</u></p> <p>Die Studierenden sind in der Lage mit Grundbegriffen und grundlegenden Verfahren der digitalen Transformation und KI im Anwendungskontext für betriebliche Abläufe umzugehen und diese weitervermitteln.</p>														
Studiensemester	Semester 4														
Dauer des Moduls	1 Semester														
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Jährlich (Sommersemester)														
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	6														
Gesamtworkload	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Prä</th> <th>EvL-T</th> <th>EvL-P</th> <th>PV</th> <th>TU</th> <th>PL</th> <th>Σ</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>82</td> <td>76</td> <td></td> <td>20</td> <td></td> <td>2</td> <td>180</td> </tr> </tbody> </table>	Prä	EvL-T	EvL-P	PV	TU	PL	Σ	82	76		20		2	180
Prä	EvL-T	EvL-P	PV	TU	PL	Σ									
82	76		20		2	180									
Art des Moduls	Pflichtmodul														
Verwendbarkeit des Moduls	--														
Voraussetzungen für die Teilnahme	--														
Modulverantwortlicher/Modulverantwortliche	Prof. Dr. Juliane Kellner-Fuchs														
Name der/des Hochschullehrer/s der Lehrveranstaltungen	Dr. Susanne Franke														
Lehrsprache	Deutsch														
Art der Prüfung/Voraussetzung für	Klausur (Ende Theoriephase) 120 Min.														

die Vergabe von Leistungspunkten	
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	ECTS des Moduls/168 ETCS * 80 %
Medien/Arbeitsmaterialien	Skript, Übungen, Fallbeispiele, PC Labor / eigener Laptop
Besonderes (z. B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	Nutzung des Online-Bereiches der Bibliothek für die Literaturstudien, 20% Online-Anteil, ggf. Exkursion
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	<p>Jeweils die neueste Auflage</p> <p><u>Basisliteratur</u></p> <p>Deckert, R.; Wohllebe, A.: Digitalisierung und Einzelhandel. Taktiken und Technologien, Praxisbeispiele und Herausforderungen. Wiesbaden: Springer Fachmedien. [ebook]</p> <p>Kleiner, F.: IT Service Management. Aus der Praxis für die Praxis. Frechen: mitp. [ebook]</p> <p>Kreutzer, R. T.; Neugebauer, T.; Pattloch, A.: Digital Business Leadership. Digitale Transformation - Geschäftsmodell-Innovation - agile Organisation - Change-Management: Springer Gabler.</p> <p>Schallmo, D.; Rusnjak, A.; Anzengruber, J.; Werani, T.; Jünger, M.: Digitale Transformation von Geschäftsmodellen. Grundlagen, Instrumente und Best Practices: Springer Science and Business Media; Springer Gabler. ebook]</p> <p>Aichele, C.; Herrmann, J.: Betriebswirtschaftliche KI-Anwendungen. Wiesbaden: Springer Vieweg. [ebook]</p> <p>Ertel, W.: Grundkurs Künstliche Intelligenz. Eine praxisorientierte Einführung. Wiesbaden: Springer Fachmedien. [ebook]</p> <p><u>Vertiefende Literatur:</u></p> <p>D’Onofrio, S.; Meier, A.: Big Data Analytics Grundlagen, Fallbeispiele und Nutzungspotenziale. Wiesbaden: Springer. [ebook]</p> <p>Keuper, F. / Schomann, M. / Sikora, L.I. / Wassef, R.: Disruption und Transformation Management. Digital Leadership – Digitales Mindset – Digitale Strategie. Wiesbaden: Springer Gabler. [ebook]</p> <p>Knoppe, M.; Wild, M.: Digitalisierung im Handel. Wiesbaden: Springer Gabler. [ebook]</p> <p>Müller, K.-R.: IT-Sicherheit mit System, Wiesbaden: Springer Vieweg. [ebook]</p> <p>Mertens, P.; Bodendorf, F.; König, W.; Schumann, M.; Hess, T.; Picot, A.: Grundzüge der Wirtschaftsinformatik, Berlin; Heidelberg: Springer. [ebook]</p>

Modul-Nr./Code	7HI-MUK05-HI
Modulbezeichnung	Interkulturelle Kommunikation und Kompetenz
Ggf. Lehrveranstaltungen des Moduls	Vorlesung 37h / Übung 35h
Inhalte des Moduls	<p>Studierende erkennen kulturell bedingte Unterschiede im Wahrnehmen, Denken, Handeln und Urteilen bei sich selbst und bei anderen. Sie können Unterschiede und Chancen vor dem Hintergrund des eigenen und fremdkulturellen Orientierungssystems analysieren. Studierende können Kommunikationsprozesse in beruflichen Situationen effektiv gestalten.</p> <p>Allgemeine Sensibilisierung</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Definition der Begrifflichkeiten, Spannungsfeld von Interkulturalität, Multikulturalität und Hybridität ▪ Kulturtheorie und Kulturvergleich ▪ Stereotype, Kultur und Wahrnehmung ▪ Modelle interkultureller Kommunikation ▪ Verbale und nonverbale Höflichkeit, Gestik im internationalen Kontext ▪ Strategien zur Bewältigung von Problemen der interkulturellen Kommunikation <p>Berufsspezifische Komponente</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Interkulturelles Lernen, Akkulturationsstrategien, Kulturschock ▪ Marketing und Werbung im interkulturellen Kontext ▪ Personal und Führung im internationalen Kontext ▪ Interkulturelles Verhandlungs- und Konfliktmanagement ▪ Auslandsentsendungen ▪ Unternehmenskultur(en) im interkulturellen Kontext ▪ Fokus auf ausgewählte Zielregionen wie bspw. China, Mexiko, Indien, Polen, Russland, Tschechien, USA
Lernergebnisse des Moduls	<p><i>Wissen und Verstehen</i></p> <p>Studierende kennen elementare Begriffe, Konzepte und methodische Ansätze der interkulturellen Kommunikation und Kompetenz und Kooperation. Sie sind in der Lage kulturelle Unterschiede in der zwischenmenschlichen Kommunikation zu verstehen. Sie lernen Strategien zur Bewältigung von Problemen in der interkulturellen Kommunikation in verschiedenen Zielregionen und Zielländern in Bezug auf ihre Berufspraxis kennen.</p> <p><u>Wissensvertiefung</u> Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls verfügen Studierende über ein kritisches Verständnis der eignen- und fremdkulturellen Traditionen, Denkformen und Verhaltensweisen, die mit Beispielsituationen der beruflichen Praxis verbunden sind. Sie verfügen nicht nur über Kenntnisse zu wirtschaftlichen, politischen, gesellschaftlichen und historischen Rahmenbedingungen, sondern auch zu kulturspezifischen Wertüberzeugungen, Rollenmodellen, sozialen Normen, Umgangsformen und Kulturstandards in ausgewählten Zielregionen.</p> <p><i>Können</i></p> <p><u>Instrumental</u> Studierende können Instrumente der Gesprächs- und Verhandlungsführung sowie Konfliktlösung in berufsbezogenen Situationen in Anwendung bringen. Sie sind in der Lage, interkulturelle Missverständnisse, Probleme und Konflikte zu erkennen, daraus heranwachsende</p>

	<p>Handlungsmöglichkeiten zu entwickeln und kultursensibel und kontextangemessen darauf zu reagieren.</p> <p><u>Systemisch</u> Studierende können interkulturelle Fragestellungen formulieren, ihr Wissen aufbereiten und präsentieren. Sie beherrschen unterschiedliche Methoden der Kulturanalyse, um in interkulturellen Begegnungs- und Konfliktsituationen angemessen und zielorientiert handeln zu können. Auf dieser Grundlage sind sie auch in der Lage andere Denk- und Verhaltensweisen wertzuschätzen und zu akzeptieren sowie das eigene Verhalten selbstkritisch zu reflektieren.</p> <p><u>Kommunikativ</u> Studierende können in interkulturellen Situationen souverän agieren sowie Sachverhalte und Standpunkte in beruflichen Situationen überzeugend und kultursensibel kommunizieren. Sie können in gemischten Teams an der Bewältigung von gemeinsamen Aufgaben und der Erreichung gesetzter Ziele mitarbeiten sowie effektiv Lösungsansätze für berufliche Alltagsprobleme entwickeln und aktiv kommunizieren.</p>														
Studiensemester	Semester 5														
Dauer des Moduls	1 Semester														
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Jährlich (Wintersemester)														
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	5														
Gesamtworkload	<table border="1"> <tr> <td>Prä</td> <td>EvL-T</td> <td>EvL-P</td> <td>PV</td> <td>TU</td> <td>PL</td> <td>Σ</td> </tr> <tr> <td>72</td> <td>8</td> <td></td> <td>69</td> <td></td> <td>1</td> <td>150</td> </tr> </table>	Prä	EvL-T	EvL-P	PV	TU	PL	Σ	72	8		69		1	150
Prä	EvL-T	EvL-P	PV	TU	PL	Σ									
72	8		69		1	150									
Art des Moduls	Pflichtmodul														
Verwendbarkeit des Moduls															
Voraussetzungen für die Teilnahme	- -														
Modulverantwortlicher/ Modulverantwortliche	Prof. Dr. Juliane Kellner-Fuchs														
Name der/des Hochschullehrer/s der Lehrveranstaltungen	Dr. Kathy Meyer-Ross														
Lehrsprache	Deutsch (80%) / Englisch (20%)														
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Präsentation (Theoriephase) 15 Min. (35%) Projektarbeit (Semesterende) (65%)														
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	ECTS des Moduls/168 ETCS * 80 %														
Medien/Arbeitsmaterialien	Skript, Übungen, Fallbeispiele für Simulationen und Rollenspiele														
Besonderes (z. B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	Nutzung des Online-Bereiches der Bibliothek für die Literaturstudien														
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	<p>Jeweils die neueste Auflage</p> <p><u>Basisliteratur</u></p> <p>Bolten, J.: Interkulturelle Kompetenz. Erfurt: Landeszentrale für politische Bildung Thüringen.</p> <p>Heringer, H. J.: Interkulturelle Kompetenz. Ein Arbeitsbuch mit interaktiver CD und Lösungsvorschlägen. Tübingen: Francke. [ebook]</p> <p>Kumbruck, C.; Derboven, W.: Interkulturelles Training. Trainingsma-</p>														

	<p>nual zur Förderung interkultureller Kompetenzen in der Arbeit. Berlin: Springer. [ebook]</p> <p>Luesebrink, H.-J.: Interkulturelle Kommunikation: Interaktion, Fremdwahrnehmung Kulturtransfer. Stuttgart: Metzler. [ebook]</p> <p>Thomas, A.: Interkulturelle Handlungskompetenz: Versiert, angemessen und erfolgreich im internationalen, Geschäft, Wiesbaden. [ebook]</p> <p>Raspel et al., L.: Praxishandbuch Auslandseinsatz von Mitarbeitern. Die optimale Gestaltung aus Unternehmenssicht, Berlin. [ebook]</p> <p>Rothlauf, J.: Interkulturelles Management: Mit Beispielen aus Vietnam, China, Japan, Russland und den Golfstaaten. München. [ebook]</p> <p>Wien, A.; Franzke, N.: Unternehmenskultur. Zielorientierte Unternehmensethik als entscheidender Erfolgsfaktor, Wiesbaden. [ebook]</p> <p><u>Vertiefende Literatur</u></p> <p>Hofstede, G.; Hofstede, G. J.: Lokales Denken, globales Handeln. Interkulturelle Zusammenarbeit und globales Management. München.</p> <p>Hiller, G. G. / Vogler-Lipp, S. (Eds.): Schlüsselqualifikation Interkulturelle Kompetenz an Hochschulen: Grundlagen, Konzepte, Methoden. Wiesbaden: VS. [ebook]</p> <p>Siegert, G.; Brecheis, D.: Werbung in der Medien- und Informationsgesellschaft. Eine kommunikationswissenschaftliche Einführung. Wiesbaden. [ebook]</p>
--	--

6 *Wirtschaftsenglisch (WEN)*

- Wirtschaftsenglisch I
- Wirtschaftsenglisch II

Modul-Nr./Code	7HI-WEN10-HI
Modulbezeichnung	Wirtschaftsenglisch I
Ggf. Lehrveranstaltungen des Moduls	Übung 1. Semester 52h / Übung 2. Semester 54h
Inhalte des Moduls	<p>Aufbauend auf dem Abitur bzw. der Stufe B1 des gemeinsamen Europäischen Referenzrahmens für Sprache gibt der Kurs zu Anfang eine Einführung in die Verwendung des Englischen als internationale Verkehrssprache im Geschäftsleben und vermittelt Grundkenntnisse in der mündlichen und schriftlichen Wirtschaftskommunikation. Basierend auf den so erworbenen Fähigkeiten und Fertigkeiten werden im Anschluss die Grundkenntnisse in der Wirtschaftssprache an ausgewählten Themen ausgebaut und vertieft. Dadurch werden die Studierenden dazu befähigt, sich an Fachgesprächen effektiv zu beteiligen und unter Zuhilfenahme eines hinreichend breiten Spektrums an sprachlichen Mitteln schriftlich zu wirtschaftsspezifischen Sachverhalten zu äußern.</p> <p>Der Kurs entspricht der Niveaustufe B2 des Gemeinsamen Europäischen Referenzrahmens für Sprachen.</p> <p>Topics</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Company presentations ▪ Sectors of the economy ▪ Advertising and promotion (Boston Matrix, Product Life Cycle etc.) ▪ Financial matters (debt management, cash flow etc.) ▪ Business plan ▪ Globalization (market research and analysis etc.) ▪ Project and time management ▪ Company culture (rules and regulations, incentives, conflict management) ▪ Supply and demand (SCM, logistics etc.) ▪ Negotiations ▪ International trade (L/C, Incoterms etc.) ▪ Complaint management ▪ Accounting I <p>Skills</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Business communication (small talk, role-plays, meetings, case studies) ▪ Business correspondence (enquiries, quotations, orders) ▪ Discussions ▪ Presentations ▪ Reports ▪ Explaining graphs and charts <p>Grammar</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Review of relevant grammar topics
Lernergebnisse des Moduls	<p><i>Wissen und Verstehen</i> <u>Wissensverbreiterung</u> Ziel des Kurses ist die Festigung und systematische Erweiterung vorhandener Sprachkenntnisse und Erarbeitung zusätzlicher Kompetenzen im Bereich Wirtschaftsenglisch. Aufbauend auf bereits erworbenen Fähigkeiten und Fertigkeiten vervollkommen die Studierenden ihre sprachlichen Kompetenzen in ausgewählten Kommunikationssituationen und -bereichen des Geschäftslebens.</p> <p><u>Wissensvertiefung</u></p>

	<p>Aufbauend auf soliden alltagspraktischen Vorkenntnissen bietet der Kurs eine Einführung in die Verwendung des Englischen als internationale Verkehrssprache im Geschäftsleben und spezifischen Geschäftssituationen. Bereits erworbene Fähigkeiten und Fertigkeiten werden erneut aufgegriffen und anhand neuer Themen und Geschäftssituationen gefestigt und vertieft.</p> <p>Können <u>Instrumental</u> Das Modul konzentriert sich auf die Entwicklung von ‚Intermediate Business English Skills‘ in den vier Sprachtätigkeiten Hör- und Leseverstehen sowie Sprechen und Schreiben. Auf der Grundlage authentischer Geschäftssituationen werden die Studierenden mit dem Fachvokabular im Bereich Wirtschaftsenglisch vertraut gemacht. Dabei findet die Beteiligung an Diskussionen und kurze Präsentationen zu ausgewählten Themen wie auch das Zusammenfassen und Auswerten von Fachtexten und graphischen Darstellungen in gleicher Weise Beachtung.</p> <p><u>Systemisch</u> Die Studierenden werden mit einem hinreichend breiten Spektrum an sprachlichen Mitteln vertraut gemacht, welches sie befähigt, sich unter Einhaltung der üblichen Konventionen der Gestaltung und Gliederung zusammenhängend mündlich und schriftlich zu Wirtschaftsthemen zu äußern.</p> <p><u>Kommunikativ</u> Der Kurs befähigt die Studierenden, sich zu ausgewählten Wirtschaftsthemen detailliert äußern zu können, in Gesprächen unter Verwendung geeigneter sprachlicher Mittel das Wort zu ergreifen und sich mit eigenen Beiträgen effektiv an Gruppendiskussionen zu beteiligen. Neben einer Sensibilisierung für verschiedene Varianten des Englischen (z. B. British English/American English) werden auch interkulturelle Fähigkeiten trainiert und entwickelt.</p>														
Studiensemester	Semester 1 + 2														
Dauer des Moduls	2 Semester														
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Jährlich (Wintersemester und Sommersemester)														
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	3 + 3														
Gesamtworkload															
Semester 1	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Prä</th> <th>EvL-T</th> <th>EvL-P</th> <th>PV</th> <th>TU</th> <th>PL</th> <th>Σ</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>52</td> <td>10</td> <td>28</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td>90</td> </tr> </tbody> </table>	Prä	EvL-T	EvL-P	PV	TU	PL	Σ	52	10	28				90
Prä	EvL-T	EvL-P	PV	TU	PL	Σ									
52	10	28				90									
Semester 2	<table border="1"> <tbody> <tr> <td>54</td> <td>14</td> <td></td> <td>20</td> <td></td> <td>2</td> <td>90</td> </tr> </tbody> </table>	54	14		20		2	90							
54	14		20		2	90									
Art des Moduls	Pflichtmodul														
Verwendbarkeit des Moduls	Studiengang Gesundheits- und Sozialmanagement (teilweise)														
Voraussetzungen für die Teilnahme	--														
Modulverantwortlicher/Modulverantwortliche	Margret Müller														
Name der/des Hochschullehrer/s der Lehrveranstaltungen	Margret Müller														
Lehrsprache	Englisch														
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Klausur (Ende 2. Theoriephase) 90 Min.														
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	ECTS des Moduls/168 ETCS * 80 %														

Medien/Arbeitsmaterialien	Skript, Video- & Audioformate, Lehrbücher
Besonderes (z. B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	Nutzung des Online-Bereichs der Bibliothek für die Literaturstudien Multi-mediales Sprachlabor
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	<p>Jeweils die neueste Auflage</p> <p><u>Basisliteratur</u></p> <p>Jon Naunton: ProFile 3, Oxford University Press</p> <p>Ashford, S.; Smith, T: Business Proficiency: Wirtschaftsendgisch für Hochschule und Beruf, Stuttgart: Klett.</p> <p>Advanced Business Correspondence, Cornelsen Verlag</p> <p>Einsprachige und zweisprachige Wörterbücher (z. B. Oxford Advanced Learner's Dictionary)</p> <p><u>Vertiefende Literatur</u></p> <p>MacKenzie, I.: English for Business Studies; Cambridge University Press.</p> <p><u>Zeitschriften und Online Research</u></p> <p>CNN (https://edition.cnn.com/)</p> <p>Business Spotlight</p> <p>Internat. Zeitungen/Zeitschriften (z.B. Time Magazine etc.)</p>

Modul-Nr./Code	7HI-WEN20-HI
Modulbezeichnung	Wirtschaftsenglisch II
Ggf. Lehrveranstaltungen des Moduls	Übung 3. Semester 52h / Übung 4. Semester 52h
Inhalte des Moduls	<p>Die im Modul „Wirtschaftsenglisch I“ erworbenen Kenntnisse werden durch branchenspezifische Themen erweitert und die bestehenden sprachlichen Fähigkeiten und Fertigkeiten perfektioniert. Ziel des Kurses ist es, die Studierenden in die Lage zu versetzen, ein breites Repertoire an Diskursmitteln flexibel und effektiv einzusetzen, sich dadurch mühelos in der englischen Sprache ausdrücken zu können und ihre Fachliteratur unter gelegentlicher Zuhilfenahme von Wörterbüchern zu verstehen.</p> <p>Der Kurs entspricht der Niveaustufe C1 des Gemeinsamen Europäischen Referenzrahmens für Sprachen.</p> <p>Topics</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Management (leaders and managers, staff motivation, management styles etc.) ▪ Meetings (crisis management etc.) ▪ Customer Relationship Management (instruments etc.) ▪ Economics and ecology ▪ Quality and quality management ▪ Production (lean production, agile production etc.) ▪ Invoicing and payment (terms of payment, reminders) ▪ Competitive advantage ▪ Accounting II ▪ Scientific writing <p>Skills</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Oral and written reports ▪ Business Correspondence (reminders and complaints, job applications) ▪ Negotiating ▪ Presentations ▪ Understanding legal documents (contracts) ▪ Reporting <p>Grammar</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Review of relevant grammar topics
Lernergebnisse des Moduls	<p><i>Wissen und Verstehen</i></p> <p><u>Wissensverbreiterung</u> Anliegen des Kurses ist die fachspezifische Erweiterung der im ersten Modul erworbenen englischsprachigen Fähigkeiten und Fertigkeiten.</p> <p><u>Wissensvertiefung</u> Auf der Grundlage branchenspezifischer Themen werden die Kenntnisse in allen Bereichen der Sprache (Lexik, Grammatik, Ausdruck etc.) vertieft und perfektioniert und die Studierenden in die Lage versetzt, ein breites Repertoire an Diskursmitteln flexibel und effektiv einzusetzen.</p> <p><i>Können</i></p> <p><u>Instrumental</u> Das Modul konzentriert sich auf die Entwicklung von Sprachkompetenzen in den Bereichen ‚Advanced Business English‘ und ‚English for Specific Purposes‘. Es werden im Kurs Situationen geübt, in denen es</p>

	<p>darum geht, Probleme klar darzulegen und Lösungen auszuhandeln (z. B. Verhandlungen), sowie komplexe Fachthemen gut strukturiert und klar vorzutragen und aufgeworfene Fragen flüssig und kompetent zu beantworten (Präsentationen).</p> <p><u>Systemisch</u> Auf der Grundlage von englischsprachigen Fachtexten und ausgewählter Spezialliteratur werden die Studierenden befähigt, komplexe Fachinformationen und Vertragsdokumente zu verstehen und sich dazu mit anderen in englischer Sprache auszutauschen.</p> <p><u>Kommunikativ</u> Die Studierenden sind nach erfolgreichem Abschluss des Kurses in der Lage, sich zu den behandelten Themen mühelos und fließend in der englischen Sprache auszudrücken und bei Wortschatzlücken problemlos Umschreibungen zu verwenden, Inhalt und Form der Aussage der Situation und dem Kommunikationspartner anzupassen und ihre Fachliteratur unter gelegentlicher Zuhilfenahme von Wörterbüchern zu verstehen.</p>														
Studiensemester	Semester 3 + 4														
Dauer des Moduls	2 Semester														
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Jährlich (Wintersemester und Sommersemester)														
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	3 + 3														
Gesamtworkload															
Semester 3	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Prä</th> <th>EvL-T</th> <th>EvL-P</th> <th>PV</th> <th>TU</th> <th>PL</th> <th>Σ</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>52</td> <td>12</td> <td>10</td> <td>15</td> <td></td> <td>1</td> <td>90</td> </tr> </tbody> </table>	Prä	EvL-T	EvL-P	PV	TU	PL	Σ	52	12	10	15		1	90
Prä	EvL-T	EvL-P	PV	TU	PL	Σ									
52	12	10	15		1	90									
Semester 4	<table border="1"> <tbody> <tr> <td>52</td> <td>12</td> <td>10</td> <td>15</td> <td></td> <td>1</td> <td>90</td> </tr> </tbody> </table>	52	12	10	15		1	90							
52	12	10	15		1	90									
Art des Moduls	Pflichtmodul														
Verwendbarkeit des Moduls	Studiengang Gesundheits- und Sozialmanagement (teilweise)														
Voraussetzungen für die Teilnahme	--														
Modulverantwortlicher/Modulverantwortliche	Margret Müller														
Name der/des Hochschullehrer/s der Lehrveranstaltungen	Margret Müller, Carly Enders														
Lehrsprache	Englisch														
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Klausur (Ende 3. Theoriephase) 60 Min. 50 % Mündliche Prüfung (Ende 4. Theoriephase) 20 Min. 50 %														
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	ECTS des Moduls/168 ETCS * 80 %														
Medien/Arbeitsmaterialien	Übungstexte, Video- & Audioformate														
Besonderes (z. B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	Nutzung des Online- Bereichs der Bibliothek für die Literaturstudien Multi-mediales Sprachlabor														
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	<p>Jeweils die neueste Auflage</p> <p><u>Basisliteratur</u></p> <p>Ashford, S.; Smith, T: Business Proficiency: Wirtschaftsenglisch für Hochschule und Beruf, Stuttgart: Klett.</p> <p>Guy Brook-Hart: Business Benchmark Advanced, Klett Verlag</p>														

Einsprachige und zweisprachige Wörterbücher (z. B. Oxford Advance Learner's Dictionary)

Advanced Business Correspondence, Cornelsen Verlag

Vertiefende Literatur

Mackenzie, I.: English for Business Studies; Cambridge University Press.

Tim Skern: Writing Scientific English

Zeitschriften und Online Research

CNN (<https://edition.cnn.com/>)

Spotlight Business

The Economist

B. Pflichtmodule der Studienrichtung Handel, Vertrieb und Internationales Management

- Handels- und Internationales Management
- Controlling und Qualitätsmanagement
- Vertrieb und Außenhandel
- Projekt- und Change Management
- Nachhaltigkeits- und Innovationsmanagement

Modul-Nr./Code	7HI-HVI01-HD
Modulbezeichnung	Handels- und Internationales Management
Ggf. Lehrveranstaltungen des Moduls	Vorlesung 40h / Seminar 22h / Planspiel 8h / Tutorium 2h
Inhalte des Moduls	<p>Das Modul vermittelt den Studierenden ein Grundverständnis für die Handelsleistung als Dienstleistung und bildet somit den Rahmen für die nachfolgenden studienrichtungsspezifischen Module. Die Studierenden erhalten einen umfassenden Einblick in die betriebswirtschaftlichen Grundlagen der Handelsbetriebslehre, wobei auch Geschichte und Erscheinungsformen des Handels behandelt werden.</p> <p>Handelsmanagement</p> <p>Bedeutung und Entwicklung des Handels</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Handel als Teil des Distributionssystems ▪ Abgrenzung des Handels (Varianten) ▪ Entwicklung des Handels ▪ Geschichte und wissenschaftliche Einordnung <p>Erscheinungsformen</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Systematisierung im Großhandel ▪ Systematisierung im Einzelhandel ▪ Handelsvermittler ▪ Systemformen <p>Handelsfunktionen und Handelsleistung</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Funktionsübersicht ▪ Funktionswandel ▪ Regiefaktor und Elementarfaktoren ▪ Handel als Dienstleister <p>Konstitutive Entscheidungen in Handelsunternehmen</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Strategische Optionen ▪ Wahl der Betriebsform ▪ Standortwahl ▪ Kooperationsentscheidungen <p>Käuferverhalten</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Grundlagen ▪ Psychische Determinanten ▪ Einflüsse der sozialen Umwelt ▪ Kaufentscheidungsverhalten in Organisationen <p>Wettbewerbsorientierte Strategien und komplexe Wertschöpfung</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Geschäftsfeldstrategien ▪ Gesamtunternehmensstrategien <p>Internationales Management</p> <p>Grundlagen</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Begriffliche und konzeptionelle Grundlagen ▪ Internationalisierung der Wirtschaft als historisches Phänomen ▪ Erklärungsansätze, Motive und Implikationen ▪ Entwicklungstendenzen / Trends ▪ Stellung Deutschlands und der EU in der Weltwirtschaft <p>Strategisches Management international tätiger Unternehmen</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Verfahren zur Marktauswahl ▪ Markteintrittsformen und -zeitpunkte ▪ Strategien zur Marktbearbeitung

	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Organisatorische Aspekte zur Steuerung der Auslandsaktivitäten <p>Anwendung von Fallbeispielen aus dem internationalen Management</p>
<p>Lernergebnisse des Moduls</p>	<p><i>Wissen und Verstehen</i></p> <p>Studierende kennen die Bedeutung, Funktionen, Erscheinungsformen und Strukturen des stationären sowie des Online-Handels. Die Studierenden haben Kenntnis zentraler Aspekte des Käuferverhaltens, der Grundlagen und Entwicklungstendenzen im Handelsmanagement und strategischen Fragestellungen im Handelsmanagement.</p> <p>Studierende kennen die Grundlagen zum Internationalen Management und kennen Begrifflichkeiten zur Internationalisierung und Globalisierung und deren Abgrenzung.</p> <p><u>Wissensvertiefung</u></p> <p>Sie erkennen zudem konstitutive Entscheidungen in Handelsunternehmen und können unterschiedliche Bewertungs- und Analyseverfahren hierfür anwenden. Die Studierenden lernen zentrale Managementbedingungen, nicht nur im Überblick, sondern einzelne Bedingungen (z.B. Ansatzpunkte zur Beeinflussung des Käuferverhaltens, Optionen zur Gestaltung von Geschäftsmodellen) auch vertieft kennen.</p> <p><i>Können</i></p> <p><u>Instrumental</u></p> <p>Studierende können Erscheinungsformen des Handels sinnvoll strukturieren und Handelsunternehmen in die Handelslandschaft einordnen. Die Studierenden sind befähigt, sich wandelnde Managementbedingungen im Handel zu erkennen, zu analysieren, und zu beeinflussen. Studierende sind in der Lage Erklärungsansätze zum Internationalen Management nachzuvollziehen und strategische Überlegungen zur Marktauswahl, zu Eintrittsformen und zur Marktbearbeitung zu analysieren und zu bewerten.</p> <p><u>Systemisch</u></p> <p>Sie beherrschen dabei insbesondere den Zusammenhang von Umweltbedingungen der Handelstätigkeit, spezifischer Ausprägung von Handelsfunktionen und -prozessen sowie Gestaltung der Leistungsfaktoren in Abhängigkeit zur Betriebsform.</p> <p>Die Studierenden sind in der Lage, die zur Verfügung stehenden Lern- und Arbeitsmittel selbstständig zum weiteren Wissenserwerb – insbesondere für strategische Fragestellungen des Handelsmanagements und zum Internationalen Management zu nutzen.</p> <p><u>Kommunikativ</u></p> <p>Studierende beherrschen die grundlegenden Fachtermini des Handels. Die Studierenden können konstruktiv in einer Arbeitsgruppe mitarbeiten. Sie haben gelernt, ihren Standpunkt mittels einer fundierten fachlichen Argumentation zu verteidigen. Sie sind offen für kritische Hinweise ihrer Gesprächspartner und können auch selbst auf angemessene Weise Kritik äußern.</p>
<p>Studiensemester</p>	<p>Semester 2</p>
<p>Dauer des Moduls</p>	<p>1 Semester</p>
<p>Häufigkeit des Angebots des Moduls</p>	<p>Jährlich (Sommersemester)</p>

Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	5							
Gesamtworkload	Prä	EvL-T	EvL-P	PV	TU	PL	Σ	
	70	6	40	30	2	2	150	
Art des Moduls	Pflichtmodul							
Verwendbarkeit des Moduls	- -							
Voraussetzungen für die Teilnahme	- -							
Modulverantwortlicher/Modulverantwortliche	Prof. Dr. Juliane Kellner-Fuchs							
Name der/des Hochschullehrer/s der Lehrveranstaltungen	Gisbert Günther, Prof. Dr. Juliane Kellner-Fuchs							
Lehrsprache	Deutsch (50%), Englisch (50%)							
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Klausur (Semesterende) 60 Min. 65 % Präsentation (Theoriephase) 15 Min. 35 %							
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	ECTS des Moduls/168 ETCS * 80 %							
Medien/Arbeitsmaterialien	Skript, Fallbeispiele, Planspiel							
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	Nutzung des Online-Bereiches der Bibliothek für die Literaturstudien							
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	<p>Jeweils die neueste Auflage</p> <p><u>Basisliteratur</u></p> <p>Barth, K.; Hartmann, M.; Schröder, H.: Betriebswirtschaftslehre des Handels, Wiesbaden: Springer Gabler. [ebook]</p> <p>Holtbrügge, D.; Welge, M. K.: Internationales Management. Theorien, Funktionen, Fallstudien. 1. Stuttgart: Schäffer-Poeschel Verlag. [ebook]</p> <p>Kroeber-Riel, W.; Gröppel-Klein, A.: Konsumentenverhalten, München: Verlag Franz Vahlen. [ebook]</p> <p>Kutschker, S.; Schmid, S.: Internationales Management, De Gruyter Oldenbourg. [ebook]</p> <p>Lerchenmüller, M.: Handelsbetriebslehre, Ludwigshafen: Kiehl.</p> <p>Meffert, H.; Burmann, C.; Kirchgeorg, M.; Eisenbeiß, M.: Marketing: Grundlagen marktorientierter Unternehmensführung. Konzepte – Instrumente – Praxisbeispiele. Wiesbaden: Springer Gabler. [ebook]</p> <p>Rudolph, T.: Modernes Handelsmanagement: eine Einführung. Stuttgart: Schäffer-Poeschel Verlag. [ebook]</p> <p>Saleh, S.; Saleh, M.: Internationales Management für Dienstleistungsbetriebe, Wiesbaden: Springer Gabler [ebook].</p> <p>Swoboda, B.; Foscht, T.; Schramm-Klein, H.: Handelsmanagement Offline-, Online-, Omnichannel-Handel. München: Vahlen Verlag. [ebook]</p> <p><u>Vertiefende Literatur</u></p> <p>Collinson, S.; Narula, R.; Rugman, A. M.: International business. Eighth edition. Harlow, England: Pearson.</p>							

	<p>Heinemann, G.: Der neue Online-Handel: Geschäftsmodelle, Geschäftssysteme und Benchmarks im E-Commerce. Wiesbaden: Springer Gabler. [ebook]</p> <p>Meffert, H.; Bruhn, M.; Hadwich, K.: Dienstleistungsmarketing; Grundlagen-Konzepte-Methoden. Wiesbaden: Springer Verlag. [ebook]</p> <p>Morschett, Dirk; Schramm-Klein, Hanna; Zentes, Joachim: Strategic International Management, Wiesbaden: Springer Gabler. [ebook]</p> <p>Wild, J. J.; Wild, K. L. (2020): International business. The challenges of globalization. Harlow, England: Pearson.</p>
--	--

Modul-Nr./Code	7HI-HVI02-HD
Modulbezeichnung	Controlling und Qualitätsmanagement
Ggf. Lehrveranstaltungen des Moduls	Vorlesung 35h / Seminar 35h / Tutorium 2h
Inhalte des Moduls	<p>Die Studierenden erwerben solides Faktenwissen und erlangen Begriffssicherheit im Bereich Controlling. Sie bauen Verständnis für und eine eigenständige Anwendbarkeit der Erfolgsfaktoren Service-Excellence und Qualitätsmanagement auf. Hierbei werden spezifische Anforderungen der Dienstleistungswirtschaft berücksichtigt. Die Studierenden kennen die Anforderungen, Möglichkeiten und Grenzen des Qualitätsmanagements. Sie kennen die Ansätze und Vorgehensweisen eines modernen Qualitätsmanagements. Die Studierenden kennen den Ablauf und die Anforderungen bei der Auditierung, Zertifizierung und Validierung eines QMS auf der Basis relevanter Normen.</p> <p>Controlling</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Grundlagen und Begriffe ▪ Controllingkonzeptionen und -organisationen – Bereichscontrolling (z.B. Marketing- und Vertriebscontrolling) ▪ Strategisches vs. Operatives Controlling ▪ Kennzahlen und Kennzahlensysteme ▪ Handelsspezifische Controlling-Instrumente ▪ Betriebsvergleiche und Benchmarking ▪ Prozesskostenrechnung und Deckungsbeitragsrechnung ▪ Management Reporting <p>Grundlagen QM</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Qualität, Qualitätsdimensionen und -anforderungen ▪ Qualität als kritischer Erfolgsfaktor von Unternehmen, ▪ Grundlagen der Potenzial-, Prozess- und Ergebnisqualität ▪ Grundlagen der Zertifizierung von Qualität, ▪ Besonderheiten der Dienstleistungsqualität ▪ Total Quality Management, Kaizen <p>Methoden</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Prozessmanagement, Prozessbeschreibungen ▪ Problemanalyse ▪ Beschwerdemanagement ▪ KVP, BVW, Deming-Kreis, FMEA, Fehlervorbeugung ▪ Audit <p>Konzepte zum Qualitätsmanagement</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ DIN EN ISO 9000 ff, ISO 22000, IFS (IFS Food, IFS Cash & Carry, IFS Logistics, IFS Broker), DIN ISO 22000, FSSC 22000, BRC, Six Sigma, Hygiene-Konzepte, HACCP, Bio-Zertifikat, Religiöse Speisegesetze (Halal, Kosher), GMP, Globalgap, ▪ Kriterien und Standards in einzelnen Bereichen der Lebensmittelwirtschaft ▪ Einführung und Weiterentwicklung von QM-Systemen
Lernergebnisse des Moduls	<p>Wissen und Verstehen</p> <p>Die Studierenden lernen Ziele, Aufgaben, Methoden und Handlungsschwerpunkte des Controllings und Qualitätsmanagements kennen. Sie erwerben Kenntnisse, um in Führungsfunktionen Notwendigkeiten, Möglichkeiten und Grenzen des Qualitätsmanagements beurteilen zu können. Sie entwickeln grundlegende Fähigkeiten, um auf diesem Gebiet Entscheidungen vorbereiten und treffen zu können.</p>

	<p>Können</p> <p><u>Instrumental</u> Die Studierenden wenden wichtige Methoden der Planung und Budgetierung und der Prognoserechnungen sicher an und können Kennzahlen- und Leistungsmessungssysteme gestalten. Sie wenden Instrumente kritisch an und können Modelle auf die betriebliche Praxis im Sinne von Total Quality Management Transferieren.</p> <p><u>Systemisch</u> Die Studierenden sind in der Lage, die zur Verfügung stehenden Lern- und Arbeitsmittel selbstständig zum weiteren Wissenserwerb – insbesondere für Controlling und QM-Fragestellungen zu nutzen.</p> <p><u>Kommunikativ</u> Die Studierenden üben vernetztes Denken und Handeln im Kontext der Unternehmensführung ein. Sie kommunizieren und präsentieren ihre Arbeitsergebnisse fachadäquat und selbstsicher. Problemlösungen sowie deren praktische Umsetzung, u.a. mit IT-Werkzeugen, werden selbstständig erarbeitet. Die Studierenden erlangen die Fähigkeit, mit schlecht strukturierten und unvollständig beschriebenen Problemstellungen pragmatisch umzugehen.</p>														
Studiensemester	Semester 3														
Dauer des Moduls	1 Semester														
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Jährlich (Wintersemester)														
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	5														
Gesamtw workload	<table border="1"> <tr> <td>Prä</td> <td>EvL-T</td> <td>EvL-P</td> <td>PV</td> <td>TU</td> <td>PL</td> <td>Σ</td> </tr> <tr> <td>70</td> <td>6</td> <td>50</td> <td>20</td> <td>2</td> <td>2</td> <td>150</td> </tr> </table>	Prä	EvL-T	EvL-P	PV	TU	PL	Σ	70	6	50	20	2	2	150
Prä	EvL-T	EvL-P	PV	TU	PL	Σ									
70	6	50	20	2	2	150									
Art des Moduls	Pflichtmodul														
Verwendbarkeit des Moduls	--														
Voraussetzungen für die Teilnahme	--														
Modulverantwortlicher/Modulverantwortliche	Prof. Dr. Juliane Kellner-Fuchs														
Name der/des Hochschullehrer/s der Lehrveranstaltungen	Ines Berger, Gisbert Günther														
Lehrsprache	Deutsch														
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Klausur (Semesterende) 90 Min., Referat als Prüfungsvorleistung (im Teil Handelsmanagement)														
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	ECTS des Moduls/168 ETCS * 80 %														
Medien/Arbeitsmaterialien	Skript, Fallstudien,														
Besonderes (z. B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	Nutzung des Online-Bereiches der Bibliothek für die Literaturstudien, Planspiel														
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	<p>Jeweils die neueste Auflage</p> <p><u>Basisliteratur</u> Becker, J.; Winkelmann, A.: Handelscontrolling: Optimale Informationsversorgung mit Kennzahlen, Wiesbaden: Springer. [ebook]</p> <p>Benes, G./ Groh, P.: Grundlagen des Qualitätsmanagements, Mün-</p>														

	<p>chen/Wien: Hanser.</p> <p>Butkus, M.; Neugebauer, A. [Hrsg.]: Controlling im Handel, Wiesbaden: Springer. [ebook]</p> <p>Britzelmaier, B.: Controlling. Grundlagen - Praxis – Umsetzung, München: Pearson.</p> <p>Bruhn, M./ Stauss, B. (Hrsg.): Dienstleistungscontrolling, Gabler, Wiesbaden.</p> <p>Gleich, R./ Horváth, P./ Michel, U. (Hrsg.): Management Reporting - Grundlagen, Praxis und Perspektiven, Planegg: Haufe.</p> <p>Gouthier, M.: Kundenbegeisterung durch Service Excellence, Berlin: Beuth.</p> <p>Herrmann, J./Fritz, H.: Qualitätsmanagement, München: Hanser.</p> <p>Horváth, P./ Gleich, R./ Seiter, M.: Controlling, München: Vahlen.</p> <p>Weber, J./ Schäffer, U.: Einführung in das Controlling, Stuttgart: Schäffer-Poeschel.</p> <p><u>Vertiefende Literatur</u></p> <p>Linß, G.: Training Qualitätsmanagement, München: Hanser.</p> <p>Reichmann, T.: Controlling mit Kennzahlen. Die systemgestützte Controlling-Konzeption mit Analyse- und Reportinginstrumenten, München: Vahlen.</p> <p>Schawalder, M./ Lenz, V./ Röllin, H.: Industrielle Services strategisch optimieren, Berlin/Heidelberg: Springer.</p> <p>Schmitt, R./Pfeifer, T.: Qualitätsmanagement, München/Wien: Hanser</p> <p>Troßmann, E.: Controlling als Führungsfunktion, München: Vahlen.</p> <p>Troßmann, E./ Baumeister, A.; Werkmeister, C.: Fallstudien im Controlling - Lösungsstrategien für die Praxis, München: Vahlen.</p> <p>Wildemann, H.: Leitfaden Total Quality Management, München: TCW.</p> <p>Seminardokumentation TÜV Rheinland Akademie GmbH Rev. 08/13</p> <p>Normen der DIN EN ISO 9000 ff und DIN EN ISO 19011 [Perinorm-Datenbank]</p> <p>Norm DIN EN ISO 22000:2018; FSSC 22000</p> <p>International Feature Standard: International Feature Standard FOOD, International Feature Standard CASH&CARRY Wholesale, International Feature Standard BROKER, BRC Global Standard for Food Safety, Fellner, C. (Hrsg.), Riedl, R.(Hrsg.): HACCP nach dem FAO/WHO-Codex Alimentarius. Behr's Verlag.</p> <p>Pfaff, Sylvia (Hrsg.): Integriertes Managementsystem Food. Behr's Verlag.</p> <p>Pichhardt, K.: Qualitätsmanagement Lebensmittel: Vom Rohstoff bis zum Fertigprodukt, Springer Verlag Berlin Heidelberg. [ebook]</p>
--	---



Modul-Nr./Code	7HI-HVI03-HD
Modulbezeichnung	Vertrieb und Außenhandel
Ggf. Lehrveranstaltungen des Moduls	Vorlesung 40h / Seminar 40h / Tutorium 2h
Inhalte des Moduls	<p>Die Studierenden erhalten einen vertiefenden Einblick in die einschlägigen Entscheidungsfelder des Vertriebsmanagements. Zugleich werden die Studierenden befähigt, die zunehmende Bedeutung des Multi-Channel-Vertriebes zu erkennen und Methoden des Kundenbeziehungsmanagements unter Einbeziehung moderner elektronischer Medien anzuwenden. Die Bedeutung des Exports ist für die Wirtschaft, insbesondere aus deutscher Sicht, sehr hoch. Ebenso die Importe sowie weitere Erscheinungsformen des internationalen Geschäfts, wie z. B. Direktinvestitionen. Studierende erlernen die Erscheinungsformen des inter-nationalen Handels, die rechtlichen Rahmenbedingungen, finanzwirtschaftliche Themen sowie die Risiko-beurteilung bis zur Finanzierung</p> <p>Grundlagen Vertriebsmanagement</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Entscheidungsbereiche des Vertriebsmanagements ▪ Vertriebsformen und Vertriebskanäle <ul style="list-style-type: none"> ○ Kanaltiefe und -breite (Mono, Multi, Omni) ○ Direkt / Indirekt ○ Stationär / Online ▪ Sonderformen der Absatzorganisation ▪ Vertriebsprozess (Kontakt, Verhandlung, Abschluss, After Sales, Vertriebscontrolling) ▪ Kundenbeziehungsmanagement / CRM <p>Grundlagen Außenhandel</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Begriffe und Bedeutung des Außenhandels ▪ Welthandel und Handelspolitik ▪ Außenhandel und europäischer Binnenmarkt ▪ Institutionen für den Außenhandel <p>Erscheinungsformen des Außenhandels</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Grund- und Sonderformen ▪ Handelsmittler <p>Transportwesen und Außenhandelskalkulation</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Transportarten, Dokumentation von Warensendungen für verschiedene Transportwege ▪ Lieferbedingungen ▪ Zollwesen <p>Außenhandelsrisiken</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Risiko, Risikopolitik, Risikoarten ▪ Transportversicherung ▪ Preissicherung ▪ Fremdwährungsgeschäfte ▪ Ausfuhrkreditversicherung <p>Finanzdisposition im Außenhandel</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Finanzwirtschaftlicher Prozess ▪ Auslandszahlungsverkehr ▪ Zahlungsbedingungen ▪ Dokumenteninkasso ▪ Dokumentenakkreditive

	<p>Außenhandelsfinanzierung</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Kurz-, mittel- und langfristige Finanzierung ▪ Typische Formen ▪ Fokus auf Factoring, Bankgarantien, Forfaitierung, Leasing ▪ Kredite über Euro-Geldmarkt, AKA und KfW <p>Highlight European Union</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Introduction into European history, law, institutions, politics and policies, facts and figures ▪ EU's institutional and economic development ▪ Challenges and chances of EU in the global market landscape ▪ EU's outlook
<p>Lernergebnisse des Moduls</p>	<p><i>Wissen und Verstehen</i></p> <p>Die Studierenden können das Vertriebsmanagement und die Absatzorganisation in den Gesamtkontext des betrieblichen Leistungsprozesses und der Unternehmensorganisation einordnen. Sie kennen die wichtigsten Instrumente des Vertriebsmanagements und der Absatzorganisation., insb. die Möglichkeiten zu Vertriebsformen und -kanälen. Die Studierenden kennen die Vertriebsprozesse und Entscheidungsfelder des Vertriebsmanagements und der Absatzorganisation nicht nur im Überblick, sondern haben auch vertiefte Kenntnisse von Möglichkeiten der Vertriebsunterstützung durch elektronische Informationssysteme und spezielle Softwarelösungen, bspw. im Kontext des Kundenbeziehungsmanagement.</p> <p>Die Studierenden erwerben Wissen über die Grundlagen und Erscheinungsformen des Außenhandels. Sie kennen relevanten Grundbegriffe, Theorien und Methoden. Ferner erwerben sie Kenntnisse über das Transportwesen, die Außenhandelsrisiken und Finanzierungsmöglichkeiten sowie rechtliche Rahmenbedingungen. Die Studierenden kennen Aufgaben, Bedeutung, Bedingungen und Ablauf der Außenhandelstätigkeiten im Unternehmen. Die Studierenden verfügen über das grundlegende Verständnis darüber, dass Außenhandelstätigkeiten komplexer Natur sind und ein integriertes Wissen aller oben aufgeführten Sachverhalte voraussetzt, um das Außenhandelsrisiko zu minimieren. Sie kennen insbesondere die Bedeutung des Außenhandels für Deutschland sowie die Hintergründe und Entwicklungen innerhalb der EU und den Handel mit ausgewählten Ländern.</p> <p><u>Wissensvertiefung</u></p> <p>Studierende vertiefen ihre Kenntnisse im Marketing um internetbasierte Marketingformen. Sie vertiefen ihre Kenntnisse im Bereich Enterprise Resource Planning um die Anbindung von Online-Vertriebssystemen.</p> <p>Die Studierenden verfügen über ein kritisches Verständnis zu den wichtigsten Prinzipien und ausgewählten Methoden zur Finanzierung und Risikominimierung des Außenhandels.</p> <p><i>Können</i></p> <p><u>Instrumental</u></p> <p>Die Studierenden können Konzepte zur Optimierung von Planung, Entscheidung, Durchführung und Kontrolle von Vertriebsaufgaben erstellen. Sie können Informationssysteme zur Vertriebsunterstützung anwenden. Sie können vorhandene Online-Präsenzen analysieren und optimieren. Sie nutzen das Web-analytische Controlling-Instrumentarium zur Optimierung von Shop-Konzepten.</p> <p>Die Studierenden erwerben die grundlegende Fähigkeit, wirtschaftliche Beziehungen zum Ausland, auf der Grundlage des grenzüberschreitenden Waren- und Dienstleistungsverkehrs sowie auf Rechts-</p>

	<p>übertragungen, zu gestalten. Sie sind in der Lage die vielschichtigen Einflussfaktoren zu berücksichtigen. Sie können Zusammenhänge zwischen Erscheinungsformen und Lieferbedingungen im Außenhandel herstellen sowie die Verflechtung finanzwirtschaftlicher Prozesse und der Risikodisposition darstellen. Sie erwerben Wissen über die Historie und aktuellen Herausforderungen der EU im globalen Gefüge.</p> <p><u>Systemisch</u> Die Studierenden sind in der Lage, relevante Informationen über Kunden und Märkte zu sammeln, zu bewerten und zu interpretieren. Sie sind befähigt, die zur Verfügung stehenden Lern- und Arbeitsmittel über Kunden und Märkte selbstständig zum weiteren Wissenserwerb zu nutzen. Sie analysieren Zusammenhänge zwischen den klassischen Vertriebsformen und dem Online-Handel und entwickeln Multi-Channel-Strategien für den Vertrieb. Studierende können den Außenhandel in der BWL verorten und haben gesamtwirtschaftlichen Hintergründe und Konsequenzen der Entwicklung des Außenhandels für Deutschland und der EU im Blick. Studierende können außenhandels- und vertriebsbezogene Fragestellungen in den Kontext der betrieblichen Auslandstätigkeit einordnen und Optimierungsansätze entwickeln. Die Studierenden sind in der Lage, die zur Verfügung stehenden Lern- und Arbeitsmittel selbstständig zum weiteren Wissenserwerb zu nutzen.</p> <p><u>Kommunikativ</u> Die Studierenden können konstruktiv in einer Arbeitsgruppe mitarbeiten. Sie haben gelernt, ihren Standpunkt mittels einer fundierten fachlichen Argumentation zu verteidigen. Sie sind offen für kritische Hinweise ihrer Gesprächspartner und können auch selbst auf angemessene Weise Kritik äußern. Die Studierenden können Fachbegriffe und Kategorien sowie grundlegende Zusammenhänge des Außenhandels für Deutschland und der EU formulieren und erläutern. Sie können sich sowohl mit Fachvertretern als auch mit Laien über die Durchführung von Außenhandelstätigkeiten, Herausforderungen und Lösungsansätze austauschen und ihre Ergebnisse übersichtlich und klar präsentieren.</p>														
Studiensemester	Semester 4														
Dauer des Moduls	1 Semester														
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Jährlich (Sommersemester)														
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	5														
Gesamtworkload	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Prä</th> <th>EvL-T</th> <th>EvL-P</th> <th>PV</th> <th>TU</th> <th>PL</th> <th>Σ</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>70</td> <td>6</td> <td>50</td> <td>20</td> <td>2</td> <td>2</td> <td>150</td> </tr> </tbody> </table>	Prä	EvL-T	EvL-P	PV	TU	PL	Σ	70	6	50	20	2	2	150
Prä	EvL-T	EvL-P	PV	TU	PL	Σ									
70	6	50	20	2	2	150									
Art des Moduls	Pflichtmodul														
Verwendbarkeit des Moduls	- -														
Voraussetzungen für die Teilnahme	- -														
Modulverantwortlicher/Modulverantwortliche	Prof. Dr. Juliane Kellner-Fuchs														
Name der/des Hochschullehrer/s der Lehrveranstaltungen	Gisbert Günther, Prof. Dr. Juliane Kellner-Fuchs														
Lehrsprache	Deutsch 80%, Englisch 20%														
Art der Prüfung/Voraussetzung für	Klausur (Semesterende) 90 Min.														

die Vergabe von Leistungspunkten	
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	ECTS des Moduls/168 ETCS * 80 %
Medien/Arbeitsmaterialien	Skript, aktuelle Rechtslegung, Fallbeispiele, Notebooks mit Software (Editor) zur Gestaltung von HTML-Dateien, Notebook mit Präsentationssoftware, Software zum E-Commerce-Planspiel
Besonderes (z. B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	Nutzung des Online-Bereiches der Bibliothek für die Literaturstudien, Planspiel
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	<p>Jeweils die neueste Auflage</p> <p><u>Basisliteratur</u> Albers, S., Krafft, M.: Vertriebsmanagement Organisation - Planung - Controlling – Support. Wiesbaden: Springer Fachmedien. [ebook] Büter, C.: Außenhandel. Grundlagen internationaler Handelsbeziehungen. Berlin: Springer Gabler. [ebook] Heinemann, G.: B2B eCommerce. Wiesbaden: Springer Gabler. [ebook] Jahrmann, F.-U.: Außenhandel, Herne: Kiehl. Kehr, H.: Außenhandel. Herne: Kiehl. Kober, S.: Digitalisierung im B2B-Vertrieb. Ergebnisse verbessern mit digitalen Tools - Impulse zur Entscheidung und Umsetzung. 1st ed. 2020. Wiesbaden, Heidelberg: Springer Gabler. [ebook] Merkle, W.: Erfolgreich im stationären Einzelhandel. Wiesbaden: Springer Gabler. [ebook] Rittinger, S.: Multi-Channel Retailing. Springer Fachmedien. [ebook]</p> <p><u>Vertiefende Literatur</u></p> <p>Bormann, P. M.: Affiliate-Marketing. Wiesbaden: Gabler Springer. [ebook] Busch, B.: Brexit und Außenhandel. Köln: Institut der deutschen Wirtschaft, 17.08.2020. [ebook] Braun, G.: Verhandeln in Einkauf und Vertrieb, Wiesbaden: Springer Gabler. [ebook] Heinemann, G.; Gehrckens, H. M.; Täuber, T.; Accenture GmbH: Handel mit Mehrwert. Wiesbaden: Springer Gabler. [ebook] Krugman, P. R.; Melitz, M. J.; Obstfeld, M. Internationale Wirtschaft. Theorie und Politik der Außenwirtschaft. Hallbergmoos: Pearson Studium. Stadelmann, M.; Pufahl, M.; Laux, D. D.: CRM goes digital. Wiesbaden: Springer Gabler. [ebook] Thonet, C.. der agile Vertrieb. Wiesbaden: Springer Gabler. [ebook] Pufahl, M.: Sales Performance Management. Wiesbaden: Springer Fachmedien. [ebook] Wirtz, B. W.: Multi-Channel-Marketing. Wiesbaden.</p>

Modul-Nr./Code	7HI-HVI04-HD
Modulbezeichnung	Projekt- und Change-Management
Ggf. Lehrveranstaltungen des Moduls	Vorlesung 32h / Seminar 32h
Inhalte des Moduls	<p>Studierende erlernen Prinzipien und Steuerungsinstrumente des Projektmanagements zu verstehen und anzuwenden. Dazu werden Projektinitiierung, Durchführung, Change Management-Ansätze, Controlling und Abschluss theoretisch behandelt und exemplarisch an Fallbeispielen abgebildet. Weiterhin führen Studierende im Rahmen des Moduls ein eigenes Projekt aus dem Handel oder im Bereich des Internationalen Management durch und stellen die Ergebnisse im Rahmen einer Präsentation vor. Dadurch erfolgt die direkte Anwendung der theoretischen Projektmanagement-Kenntnisse.</p> <p>Grundlagen Projektmanagement</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Projektarten, Projektmanagementsystem ▪ Projektphasenmodelle, Magisches Vieleck ▪ Methoden des Projektmanagement ▪ Agile Methoden der Projektarbeit <p>Projektinitiierung</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Zieldefinition, Umfeldanalyse, Stakeholder- und Risikoanalyse ▪ Projektierung, Projektantrag <p>Projektplanung</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Zeitplanung: Phasenplanung, Ablaufplanung, Balkenplan, Netzplan ▪ Arbeitsplanung: Projektstrukturplan, Arbeitspakete, Ressourcenplanung ▪ Grundbegriffe Kosten- und Finanzplanung, Methoden der Aufwandsschätzung ▪ Projektorganisation <p>Projektdurchführung und -controlling</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Projektsteuerung/Controlling, Kosten-, Zeit- und Leistungscontrolling ▪ Projektreporting, Kommunikation, Berichtswesen ▪ Risikomanagement: Begriffe, Risikosteuerung, Konfliktmanagement <p>Change Management</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Auslöser für Wandel, Formen des Wandels ▪ Phasen des Wandels, Modelle und Ansätze ▪ Gründe für das Scheitern des Wandels ▪ Veränderungsresistenzen in Veränderungsprozessen ▪ Kommunikationsplanung und Mobilisierung ▪ Rollen und Verantwortlichkeiten, Stakeholderanalyse ▪ Fallbeispiele <p>Projektabschluss</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Abschlusskontrolle, Projektabschlussbericht, Dokumentation ▪ Lessons Learned, Projektpräsentation, Nachprojektphase <p>Durchführung einer Projektarbeit in einer Gruppe aus 3 bis 5 Personen zu einem fachrelevanten Thema aus dem Handel oder Internationales Management mit Einführung in die jeweilige Themenstellung durch Fachdozenten. Phasen des Projektmanagements sowie Methoden der agilen Projektbearbeitung werden direkt angewendet. An-</p>

	schließend erfolgt die Projektpräsentation.							
Lernergebnisse des Moduls	<p>Wissen und Verstehen</p> <p>Studierende verfügen über ein breit angelegtes und strukturiertes Wissen der Projektmanagementinhalte. Sie verstehen die konsequente Verfolgung projektspezifischer Belange als Grundlage des wirtschaftlichen Projekterfolges. Sie kennen die einschlägigen Instrumente des Projektmanagements zur Aufgaben-, Personal-, Termin-, Kosten- und Ausfallplanung verschiedener Projektarten. Sie wissen, wie ein Projektteam aufgebaut ist und kennen die Rollen der einzelnen Teammitglieder.</p> <p><u>Wissensvertiefung</u> Studierende haben Kenntnisse zur Einordnung des Projektmanagement in das Management im Handel und können geeignete Change Management Methoden anwenden.</p> <p>Können</p> <p><u>Instrumental</u> Studierende können eigenständig Projekte planen und durchführen. Studierende können die Instrumente des Projekt- und Change Management auf eigene Projekte im Handel anwenden. Sie sind in der Lage, dienstleistungsspezifische Projekte als Projektleiter zu führen, eine Projektgruppe anzuleiten, zu motivieren und zu kontrollieren.</p> <p><u>Systemisch</u> Studierende können wesentliche Bestandteile des Projektmanagements erfassen, analysieren und deren Interdependenzen in dienstleistungsspezifischen Projekten darstellen. Die Studierenden sind befähigt zu einem wissenschaftlich analytischen Arbeitsstil als methodische Basis für die selbständige und effiziente Aneignung von Fachwissen und dessen Anwendung</p> <p><u>Kommunikativ</u> Studierende sind in der Lage, Problemstellungen des Projekt- und Change Managements in Varianten zu diskutieren. Sie können Problemlösungen formulieren, visualisieren, präsentieren, begründen und verhandeln. Im Team bearbeiten die Studierenden ein Projekt zu einem fachrelevanten Thema, dass vor einem Fachpublikum präsentiert wird. Die Studierenden sind befähigt den eigenen Standpunkt sachlich fundiert und respektvoll im Umgang miteinander zu vertreten.</p>							
Studiensemester	Semester 5							
Dauer des Moduls	1 Semester							
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Jährlich (Wintersemester)							
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	6							
Gesamtworkload	Prä	EvL-T	EvL-P	PV	TU	PL	Σ	
	64	95		20		1	180	
Art des Moduls	Pflichtmodul							
Verwendbarkeit des Moduls	- -							
Voraussetzungen für die Teilnahme	- -							
Modulverantwortlicher/Modulverantwortliche	Prof. Dr. Juliane Kellner-Fuchs							
Name der/des Hochschullehrer/s	Gisbert Günther, Prof. Dr. Juliane Kellner-Fuchs							

der Lehrveranstaltungen	
Lehrsprache	Deutsch 80%, Englisch 20%
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Mündliche Prüfung (Ende Theoriephase) 20 Min.
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	ECTS des Moduls/168 ETCS * 80 %
Medien/Arbeitsmaterialien	Skript, Fallbeispiele, PC-Kabinett / eigener Laptop
Besonderes (z. B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	Nutzung des Online-Bereiches der Bibliothek für die Literaturstudien
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	<p>Jeweils die neueste Auflage</p> <p><u>Basisliteratur</u> Czichos, R.: Erfolgsfaktor Change Management: den Wandel im Unternehmen aktiv gestalten und kommunizieren, Freiburg/ München: Haufe.</p> <p>Doppler, K./ Lauterburg, C.: Change Management: den Unternehmenswandel gestalten, Frankfurt: Campus.</p> <p>Motzel, E.; Möller, T.: Projektmanagement Lexikon. Referenzwerk zu den aktuellen nationalen und internationalen PM-Standards, Weinheim: WILEY-VCH Verlag.</p> <p>Olfert, K.: Kompakt-Training Praktische Betriebswirtschaft: Projektmanagement, Herne: Kiehl.</p> <p>Klein, A.: Projektcontrolling mit agilen Instrumenten Grundlagen, Werkzeuge, Praxisbeispiele. Freiburg im Breisgau: Haufe-Lexware. [ebook]</p> <p>Von Rosenstiel, L.; von Hornstein, E.: Change Management Praxisfälle, Berlin/Heidelberg: Springer.</p> <p>Projekt-Magazin, online verfügbar unter www.projektmagazin.de.</p> <p>Literatur zur Projektbearbeitung in Absprache mit dem projektbegleitenden Dozenten.</p> <p><u>Vertiefende Literatur</u></p> <p>Bea, F. X.; Scheurer, S.; Hesselmann, S.: Projektmanagement. Stuttgart: UTB. [ebook]</p> <p>Kerguenne, A.; Schaefer, H.; Taherivand, A.: Design Thinking. Die agile Innovations-Strategie. Freiburg im Breisgau: Haufe-Lexware. [ebook]</p> <p>Kostka, C.: Change Management: das Praxisbuch für Führungskräfte, München: Hanser.</p> <p>Kotter, J.: Leading Change, USA: Harvard Business Review Press.</p> <p>PMI: A Guide To the Project Management Body Of Knowledge (PMBOK GUIDE). Pennsylvania: Project Management Institute.</p> <p>Schelle, H.: Projekte zum Erfolg führen: Projektmanagement systematisch und kompakt, München: dtv Beck Wirtschaftsberater.</p>

Modulbezeichnung	Nachhaltigkeit und Innovationsmanagement
Ggf. Lehrveranstaltungen des Moduls	Vorlesung 35h / Seminar 35h
Inhalte des Moduls	<p>Nicht nur der Handel, sondern zahlreiche Geschäftsmodelle befinden sich mitten in der digitalen Disruption. Die anhaltende Transformation von einer Industrie- zur Wissensgesellschaft erfordert Innovationen. In diesem Modul erwerben Studierende Wissen über das Innovationsmanagement.</p> <p>Nachhaltige Entwicklung ist eine gesellschaftliche Herausforderung. In diesem Modul erfolgt der Wissenserwerb zu den Grundlagen der Nachhaltigkeit und Umweltmanagement in Unternehmen mit Fokus auf integrierte Managementansätze, nachhaltige Produktgestaltung/-entwicklung sowie Markenführung. Weiterhin erlernen Studierende wesentliche Methoden zur Messung und Steuerung von Nachhaltigkeit. Der Wissenserwerb wird durch aktuelle Fallbeispiele unterstützt.</p> <p>Einführung in die Nachhaltigkeit</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Bedeutung, Herausforderungen ▪ Begriffliche Abgrenzung <p>Nachhaltigkeit in Unternehmen</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Rahmenbedingungen ▪ Nachhaltigkeitsstrategien und -standards ▪ Managementsysteme für Nachhaltigkeit ▪ Nachhaltigkeit und Kapitalbeschaffung ▪ Nachhaltigkeitsorientiertes Marketing <p>Nachhaltigkeit messen und steuern</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Nachhaltigkeitsleistungsmessung ▪ Footprinting-Ansätze ▪ Organisationsbezogene Ökobilanz ▪ SMART-Methode ▪ Gemeinwohl-Bilanz <p>Grundlagen Innovationsmanagement</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Definition und Bedeutung ▪ Arten von Innovationen ▪ Quellen ▪ Gründe für das Scheitern <p>Organisation des Innovationsmanagements</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Innovationsbereitschaft ▪ Innovationsfreiräume ▪ Innovationsfähigkeit ▪ Steuerung und Controlling <p>Prozesse des Innovationsmanagements</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Identifikation ▪ Selektion ▪ Implementierung ▪ Evaluierung <p>Case Studies anhand Praxisbeispiele diverser Branchen</p>
Lernergebnisse des Moduls	<p>Wissen und Verstehen</p> <p>Studierende verfügen über tiefgreifendes Verständnis über Nachhaltigkeit im Unternehmenskontext und Innovationsmanagement und haben einen Überblick über aktuelle Entwicklungen im Bereich neue Arbeitsformen. Sie erwerben Kenntnis über</p>

	<p>die Organisation und Prozesse im Innovationsmanagement.</p> <p><u>Wissensvertiefung</u> Studierende erhalten vertieftes Verständnis für nachhaltiges Wirtschaften über Branchengrenzen hinweg.</p> <p>Können <u>Instrumental</u> Studierende kennen die Rahmenbedingungen des Innovationsmanagements in Unternehmen. Sie kennen Best Practice Beispiele und sind sich der Bedeutung einer zunehmenden Dynamik der Geschäftsmodelle und -prozesse bewusst. Studierende kennen die Grundlagen, Rahmenbedingungen, theoretischen und praktischen Ansätze und Best Practices zu Sustainability und zum Umwelt- und Produktmanagement. Sie sind in der Lage Nachhaltigkeitsberichte zu analysieren sowie zu interpretieren und Maßnahmen für nachhaltige Unternehmensführung abzuleiten. Weiterhin erlangen Sie Fähigkeiten zum integrierten Produktmanagement, zum Nachhaltigkeitsmarketing sowie zu Ansätzen der Messung und Steuerung von Nachhaltigkeit.</p> <p><u>Systemisch</u> Die Studierenden sind in der Lage, selbstständig weiterführende Lernprozesse - bezogen auf das Innovationsmanagement - zu gestalten. Sie können selbstständig relevante Informationen über Kunden, Märkte und Wettbewerber sammeln, bewerten und interpretieren. Studierende sind in der Lage Geschäftsmodelle und -prozesse zu analysieren und Handlungsmaßnahmen abzuleiten. Die Studierenden sind in der Lage, selbstständig weiterführende Lernprozesse - bezogen auf Sustainability - zu gestalten. Studierende sind in der Lage Geschäftsprozesse zu analysieren und Handlungsmaßnahmen für nachhaltiges Wirtschaften abzuleiten.</p> <p><u>Kommunikativ</u> Studierende sind in der Lage, Problemstellungen zur Nachhaltigkeit und zum Innovationsmanagement in Varianten zu diskutieren. Sie können Problemlösungen formulieren, visualisieren, präsentieren, begründen und verhandeln. Die Studierenden sind befähigt den eigenen Standpunkt sachlich fundiert und respektvoll im Umgang miteinander zu vertreten</p>														
Studiensemester	Semester 6														
Dauer des Moduls	1 Semester														
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Jährlich (Sommersemester)														
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	5														
Gesamtworkload	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Prä</th> <th>EvL-T</th> <th>EvL-P</th> <th>PV</th> <th>TU</th> <th>PL</th> <th>Σ</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>70</td> <td>58</td> <td></td> <td>20</td> <td></td> <td>2</td> <td>150</td> </tr> </tbody> </table>	Prä	EvL-T	EvL-P	PV	TU	PL	Σ	70	58		20		2	150
Prä	EvL-T	EvL-P	PV	TU	PL	Σ									
70	58		20		2	150									
Art des Moduls	Pflichtmodul														
Verwendbarkeit des Moduls	--														
Voraussetzungen für die Teilnahme	--														
Modulverantwortlicher/Modulverantwortliche	Prof. Dr. Juliane Kellner-Fuchs														
Name der/des Hochschullehrer/s der Lehrveranstaltungen	Prof. Dr. Juliane Kellner-Fuchs														
Lehrsprache	Deutsch														
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Klausur (Ende Theoriephase) 90 Min.														
Gewichtung der Note in der Ge-	ECTS des Moduls/168 ETCS * 80 %														

samtnote	
Medien/Arbeitsmaterialien	Skript, Fallbeispiele, Übungen
Besonderes (z. B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	Nutzung des Online-Bereiches der Bibliothek für die Literaturstudien
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	<p>Jeweils die neueste Auflage</p> <p><u>Basisliteratur</u> Baumast, A.; Pape, J.; Weihofen, S.; Wellge, S. (Hg.): Betriebliche Nachhaltigkeitsleistung messen und steuern. Stuttgart: Verlag Eugen Ulmer.</p> <p>Emrich, C.: Nachhaltigkeits-Marketing-Management: Konzept, Strategien, Beispiele. Berlin: De Gruyter Oldenbourg. [ebook]</p> <p>Engert, M.; Ternès, A.: Nachhaltiges Management: Nachhaltigkeit als exzellenten Managementansatz entwickeln. Berlin/Heidelberg: Springer Gabler. [ebook]</p> <p>Disselkamp, M.: Innovationsmanagement. Instrumente und Methoden zur Umsetzung im Unternehmen. Wiesbaden: Springer. [ebook]</p> <p>Hildebrandt, A.; Landhäußer, W. (Hg.): CSR und Digitalisierung. Der digitale Wandel als Chance und Herausforderung für Wirtschaft und Gesellschaft. Management-Reihe Corporate Social Responsibility. Wiesbaden: Springer Gabler. [ebook]</p> <p>Kaschny, M.; Nolden, M.; Schreuder, S.: Innovationsmanagement im Mittelstand. Wiesbaden: Springer Gabler. [ebook]</p> <p>Kreipl, C.: Verantwortungsvolle Unternehmensführung: Corporate Governance, Compliance Management und Corporate Social Responsibility. Wiesbaden: Springer Verlag. [ebook]</p> <p>Spieß, B.; Fabisch, N. (Hg.): CSR und neue Arbeitswelten. Perspektivwechsel in Zeiten von Nachhaltigkeit, Digitalisierung und Industrie 4.0. Management-Reihe Corporate Social Responsibility. Wiesbaden: Springer Gabler. [ebook]</p> <p>Schneider, A.; Schmidpeter, R.: Corporate Social Responsibility. Verantwortungsvolle Unternehmensführung in Theorie und Praxis. Berlin, Heidelberg: Springer. [ebook]</p> <p><u>Vertiefende Literatur</u> Baumast, A.: Betriebliches Nachhaltigkeitsmanagement. Stuttgart: Verlag Eugen Ulmer.</p> <p>Förtsch, G.; Meinholz, H.: Handbuch betriebliches Umweltmanagement. Wiesbaden: Springer Vieweg. [ebook]</p> <p>Funken, C.; Schulz-Schaeffer, I. (Hg.): Digitalisierung der Arbeitswelt. Zur Neuordnung formaler und informeller Prozesse in Unternehmen. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften GWV Fachverlage GmbH</p> <p>Martius, W.; Hecker, A.; Renz, B.: Wissens- und Innovationsmanagement in der Franchisepraxis. Wiesbaden: Springer Gabler. [e-book]</p> <p>Müller-Prothmann, T.; Dörr, N.: Innovationsmanagement. Strategien, Methoden und Werkzeuge für systematische Innovationsprozesse. München: Carl Hanser Verlag GmbH & Co. KG.</p>

D. Pflichtmodule der Studienrichtung Food Franchise Management

- Systemgastronomie-Management
- Ernährungs- und Lebensmittelsicherheit
- Warenkunde
- Projekt- und Change-Management in der Systemgastronomie
- Aufbau und Entwicklung von Franchise-Unternehmen

Modul-Nr./Code	7HI-SYM10-SY
Modulbezeichnung	Systemgastronomie-Management
Ggf. Lehrveranstaltungen des Moduls	Vorlesung 40h / Seminar 22h / Planspiel 8h / Tutorium 2h
Inhalte des Moduls	<p>Studierende erwerben Wissen über die Grundlagen der Systemgastronomie sowie über marketingspezifische Gegebenheiten. Sie erhalten einen Überblick über Planung, Realisierung und Kontrolle des Einsatzes relevanter Marketinginstrumente zum zielgruppenspezifischen Einsatz in der Systemgastronomie.</p> <p>Grundlagen der Systemgastronomie</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Historische Entwicklung und Herausforderung der Branche ▪ Funktionen, Aufgaben und Formen der Systemgastronomie ▪ Wertschöpfungskette der Lebensmittelwirtschaft ▪ Erfolgsfaktoren in der Systemgastronomie ▪ Aktuelle systemgastronomische Konzepte ▪ Trends <p>Marketing in der Systemgastronomie</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Produktpolitik (Grundlagen der Sortimentsplanung, -controlling, Markenpolitik, Servicepolitik) ▪ Preispolitik (Preisfindung, Konditionenpolitik) ▪ Distributionspolitik (Management der Absatzwege, Distributionslogistik) ▪ Kommunikationspolitik (u.a. Werbung, Verkaufsförderung, Öffentlichkeitsarbeit, Sponsoring, Online) ▪ Standortpolitik (Standortwahl, Standortgestaltung) sowie Marketingcontrolling in der Systemgastronomie ▪ Restaurantspezifische Marketing-Rahmenbedingungen ▪ Käuferverhalten in der Systemgastronomie ▪ Kundenzentrierte Gestaltung des Marketings ▪ Markenbildung eines Franchise-Unternehmens <p>Unternehmenssimulation / Planspiel</p>
Lernergebnisse des Moduls	<p><i>Wissen und Verstehen</i></p> <p>Studierende erwerben ein Verständnis über die Branche und systemgastronomische Konzepte. Sie lernen Wertschöpfungskette der Lebensmittelwirtschaft kennen. Sie erlangen Kenntnisse über die Entwicklungen der Branche. Weiterhin erlangen Sie ein Verständnis für das Käuferverhalten in der Systemgastronomie und erwerben Kenntnisse zum systemgastronomischen Marketing und der Markenbildung.</p> <p><u>Wissensvertiefung</u></p> <p>Studierende erfahren die branchenspezifische Ausprägung der im Rahmen der Allgemeinen Betriebswirtschaftslehre vermittelten Lehrinhalte. Sie verstehen die systemgastronomische Dienstleistung als Dienst am Kunden. Die Studierenden erkennen die Notwendigkeit der unmittelbaren Einbeziehung von Kunden und Lieferanten in die Marketingaktivitäten der Systemgastronomie. Studierende erlangen Wissen darüber, wie die verschiedenen Marktteilnehmer auf die einzelnen Marketingentscheidungen reagieren.</p> <p><i>Können</i></p> <p><u>Instrumental</u></p>

	<p>Studierende können die Funktionen und Aufgaben der Systemgastronomie darlegen und kennen aktuelle systemgastronomische Konzepte. Sie kennen die Entwicklung, Herausforderungen und Trends der Branche. Sie sind sich über die Erfolgsfaktoren der Systemgastronomie bewusst und können diese bei ihrem Praxispartner analysieren und bewerten. Studierende beherrschen die Inhalte der einzelnen Marketinginstrumente, können diese optimal kombinieren und in den Verkaufsprozess implementieren.</p> <p><u>Systemisch</u></p> <p>Sie beherrschen den Zusammenhang von Umweltbedingungen, spezifischer Ausprägung der systemgastronomischen Prozesse sowie Gestaltung der Leistungsfaktoren in Abhängigkeit des systemgastronomischen Konzepts.</p> <p>Studierende sind befähigt, branchen- und unternehmensspezifische Lösungen für einzelne absatzwirtschaftliche Problemstellungen unter Beachtung der Wechselwirkungen von Marketingstrategie und finanziellem Budget zu erarbeiten und umzusetzen. Sie sind in der Lage, praktische Problemstellungen mit einem wissenschaftlichen Instrumentarium in heterogenen Teams zu bearbeiten (in der Vorlesungsstruktur ist die Arbeit an Fallbeispielen in Teams fest verankert).</p> <p><u>Kommunikativ</u></p> <p>Studierende beherrschen die grundlegenden Fachtermini der Systemgastronomie. Studierende beherrschen das marketingspezifische Fachvokabular und können mit den Schnittstellen in den entsprechenden systemgastronomischen Einrichtungen kommunizieren. Sie können die erarbeiteten Marketingkonzepte in strukturierter und zusammenhängender Form präsentieren und verteidigen.</p>														
Studiensemester	Semester 2														
Dauer des Moduls	1 Semester														
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Jährlich (Sommersemester)														
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	5														
Gesamtworkload	<table border="1"> <tr> <td>Prä</td> <td>EvL-T</td> <td>EvL-P</td> <td>PV</td> <td>TU</td> <td>PL</td> <td>Σ</td> </tr> <tr> <td>70</td> <td>6</td> <td>40</td> <td>30</td> <td>2</td> <td>2</td> <td>150</td> </tr> </table>	Prä	EvL-T	EvL-P	PV	TU	PL	Σ	70	6	40	30	2	2	150
Prä	EvL-T	EvL-P	PV	TU	PL	Σ									
70	6	40	30	2	2	150									
Art des Moduls	Pflichtmodul														
Verwendbarkeit des Moduls	--														
Voraussetzungen für die Teilnahme	--														
Modulverantwortlicher/Modulverantwortliche	Prof. Dr. Juliane Kellner-Fuchs														
Name der/des Hochschullehrer/s der Lehrveranstaltungen	Claudia Letzner														
Lehrsprache	Deutsch 80%, Englisch 20%														
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Klausur (Semesterende) 60 Min. 65 % Präsentation (Theoriephase) 15 Min. 35 %														
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	ECTS des Moduls/168 ETCS * 80 %														
Medien/Arbeitsmaterialien	Skript, Fallbeispiele, Planspiel														
Besonderes (z. B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	Nutzung des Online-Bereiches der Bibliothek für die Literaturstudien, Praxisbesuch														

<p>Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)</p>	<p>Jeweils die neueste Auflage</p> <p><u>Basisliteratur</u></p> <p>Beer, A.; Grüner, H.; Kessler, T.; Krödel, C.; Metz, R.: Systemgastronomie & Gast. Haan, Rheinl: Pfanneberg_</p> <p>Block, W.-D.; Letzner, C.; Panzenböck, G.; Schäfer, F.: Systemgastronomie. Linz: Trauner Verlag.</p> <p>Block, W.-D.; Letzner, C.; Panzenböck, G.: Systemgastronomie 3. Linz: Trauner Verlag</p> <p>Bruhn, M.: Kommunikationspolitik, Vahlen Verlag.</p> <p>Bruhn, M., Hadwich, K.: Produkt- und Service Management, Vahlen Verlag.</p> <p>Bölts, M.; Seidl, M.; Fladung, U.: Modernes Verpflegungsmanagement. Best practice für Individual-, Gemeinschafts- und Systemgastronomie: Matthaes Verlag GmbH.</p> <p>Düssel, M: Praktische Grundlagen für aktives Pricing, Cornelsen</p> <p>Gutmayer, W. v., Stickler, H.; Lenger, H.; Kalinka, W.: Service - die Meisterklasse. Unter Mitarbeit von Wilhelm Gutmayer und Wolfgang Kraml. 4. Aufl. Linz: Trauner (Gastronomie).</p> <p>Meffert, H.; Burmann, C.; Kirchgeorg, M.: Marketing. Grundlagen marktorientierter Unternehmensführung. Konzepte - Instrumente - Praxisbeispiele. Wiesbaden: Springer Gabler.</p> <p>Simmeth, Frank: Gebrauchsanleitung Gast. Gäste begeistern, geschickt verkaufen. Stuttgart: Matthaes.</p> <p>Steinel, M.: Erfolgreiches Verpflegungsmanagement. Praxisorientierte Methoden für Einsteiger und Profis München: Neuer Merkur (Rhw-Profi).</p> <p>Wala, H. H.: Meine Marke. Was Unternehmen authentisch, unverwechselbar und langfristig erfolgreich macht. München, München: Redline Verlag.</p> <p><u>Vertiefende Literatur</u></p> <p>Gruner, A.; Freyberg, B. v.; Phebey, K.: Erlebnisse schaffen in Hotellerie & Gastronomie. Stuttgart: Matthaes Verlag GmbH.</p> <p>Haase, J.; Hayner, D.; Schopohl, M.; Siegert, S.; Warden, S.; Wefers, H.-P.; Zeller, M.: Systemgastronomie. Kompetent in Ausbildung und Beruf. Hamburg: Handwerk und Technik.</p> <p>Lenger, H.; Lenger, R.; Gutmayer, W.: Servieren und Gästeberatung. Linz: Trauner (Bildung).</p> <p>Kroeber- Riel, W.: Konsumentenverhalten, Vahlen Verlag.</p>
--	---

Modul-Nr./Code	7HI-SYM20-SY
Modulbezeichnung	Ernährungs- und Lebensmittelsicherheit
Ggf. Lehrveranstaltungen des Moduls	Vorlesung 35h / Seminar 35h / Tutorium 2h
Inhalte des Moduls	<p>Studierende erwerben Kenntnisse über ernährungsphysiologische Grundlagen sowie Hygienemanagement, der systematischen Eigenkontrollen und der speziellen Risikobewertung und des HACCP-Konzepts. Studierende werden in die Lage versetzt, das Hygienemanagement in Betrieben der Lebensmittelwirtschaft zu planen und durchzuführen.</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Grundlagen der Mikrobiologie (Mikroorganismen, Lebensmittelverderb, Lebensmittelinfektionen) ▪ Systematik des Lebensmittelrechts und Grundlagen des Hygienerecht (Food Safety, Food Quality) ▪ Anforderungen an Herstellung und Inverkehrbringen von Lebens- und Futtermitteln ▪ Grundlagen Hygienemanagement (inkl. HACCP) ▪ Kennzeichnungsrecht ▪ Grundlagen Food Fraud und Food Defense
Lernergebnisse des Moduls	<p><i>Wissen und Verstehen</i></p> <p>Die Studierenden kennen und verstehen:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Mikrobiologische Grundlagen ▪ Grundlagen zum Verständnis der Lebensmittelhygiene ▪ Struktur des Lebensmittelrechts und der angrenzenden Rechtsgebiete in der EU und in Deutschland <p><u>Wissensvertiefung</u></p> <p>Die Studierenden können sowohl unterscheiden welche positiven und negativen Einflüsse auf den Menschen bedingt durch Mikroorganismen verursacht werden können als auch was im Rahmen der Lebensmittelhygiene gesetzlich notwendig ist und in den Betrieben realisierbar und sinnvoll ist. Die Studierenden vertiefen ihr praxisbezogenes, kritisches Verständnis für rechtlich relevante Vorschriften.</p> <p><i>Können</i></p> <p><u>Instrumental</u></p> <p>Die Studierenden sind in der Lage Lebensmittelsicherheit, Lebensmittelqualität und Lebensmittelhygiene zu erklären und zu unterscheiden. Sie können grundlegende gesetzliche Anforderungen der Lebensmittelsicherheit benennen. Studierende sind befähigt, die erworbenen Kenntnisse im Rahmen der Qualitätssicherung und Gewährleistung der Lebensmittelsicherheit einzusetzen-</p> <p><u>Systemisch</u></p> <p>Die Studierenden sind in der Lage, grundlegende Hygiene- und Rechtsfragen einer zeitgerechten Problemlösung zuzuführen. Sie sind ferner in der Lage eigenständig rechtsrelevante Regelungen und Richtlinien zu recherchieren und praxisbezogen anzuwenden.</p> <p><u>Kommunikativ</u></p>

	Studierende beherrschen die grundlegenden Fachtermini und sind in der Lage ihre fachliche Kompetenz in Gruppendiskussionen überzeugend darzustellen und Praxiserfahrungen selbstkritisch zu reflektieren.							
Studiensemester	Semester 3							
Dauer des Moduls	1 Semester							
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Jährlich (Wintersemester)							
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	5							
Gesamtworkload	Prä	EvL-T	EvL-P	PV	TU	PL	Σ	
	70	6	50	20	2	2	150	
Art des Moduls	Pflichtmodul							
Verwendbarkeit des Moduls	Lebensmittelsicherheit							
Voraussetzungen für die Teilnahme	- -							
Modulverantwortlicher/Modulverantwortliche	Prof. Dr. Katja Born							
Name der/des Hochschullehrer/s der Lehrveranstaltungen	Prof. Dr. Katja Born, ggf. ext. Lehrbeauftragte							
Lehrsprache	Deutsch							
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Klausur (Semesterende) 90 Min.							
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	ECTS des Moduls/168 ETCS * 80 %							
Medien/Arbeitsmaterialien	Skript, Versuche im Labor, Fallbeispiele							
Besonderes (z. B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	Nutzung des Online-Bereiches der Bibliothek für die Literaturstudien							
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	<p>Jeweils die neueste Auflage</p> <p><u>Basisliteratur</u></p> <p>Kewewloh, H.: Mikroorganismen in Lebensmitteln, Fachbuchverlag Pfanneberg GmbH & Co. KG.</p> <p>Frede, W.: Handbuch für Lebensmittelchemiker: Lebensmittel - Bedarfsgegenstände - Kosmetika – Futtermittel. Heidelberg: Springer Verlag.</p> <p><u>Vertiefende Literatur</u></p> <p>Einschlägige Rechtsvorschriften in der gültigen Fassung (beckonline)</p> <p>DIN-Normen, verfügbar über Perinorm-Datenbank</p> <p>Sinell, H.- J. (Hrsg.): Einführung in die Lebensmittelhygiene, Parey Verlag, Berlin, Hamburg.</p>							

Modul-Nr./Code	7HI-SYM30-SY
Modulbezeichnung	Warenkunde
Ggf. Lehrveranstaltungen des Moduls	Vorlesung 40h / Seminar 40h / Tutorium 2h
Inhalte des Moduls	<p>Studierende werden in diesem Modul eine warenkundliche Einordnung von wichtigen Rohstoffen und Lebensmitteln vornehmen. Sie erwerben Wissen, um potentielle Gefahren der Lebensmittel abzuleiten. Sie erwerben Kenntnisse über Bedeutung der Lebensmittel für Handel und Konsumenten.</p> <p>Grundlagen Warenkunde</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Einführung und relevante Definitionen ▪ Warenkundliche Grundlagen (inkl. Handels- und Verbrauchsdaten, potentieller Gefahren) <ul style="list-style-type: none"> ○ Nicht-tierische Lebensmittel: technologische und warenkundliche Grundlagen, Getreidemahlprodukte, einschl. Schäl- und Flockierungsprozess, Herstellung von Brot und Brötchen, feiner Backwaren, Teigwaren, Gewinnung und Verarbeitung von Stärke; Obst- und Gemüsekonserven, Säfte, Marmelade, Konfitüre, Gelee; Gewinnung von Zucker aus Zuckerrüben und Zuckerrohr Herstellung ausgewählter Zuckerwaren, Herstellung von Sirup und Honig; Herstellung von Kaffee, Tee und Kakao, einschl. relevanter Erzeugnisse, Wasser als Lebensmittel, Mineralwasser, Limonaden, Brausen Fruchtsaftgetränke, Malzherstellung, Bierherstellung, Weinherstellung, Sektherstellung, Spirituosen ○ Tierische Lebensmittel: Technologische und warenkundliche Grundlagen, ausgewählte technologische Verfahren der Fleischherzeugung und -verarbeitung; technologische Verfahren der Brühwurstproduktion: Herstellung von Kochwurst; Herstellung von Rohwurst; Herstellung von Pökelerzeugnissen und Spezialitäten; Herstellung von Fleischkonserven; Fischfang und Frischfischbearbeitung; Verarbeitung von Fischen, Krabben und Muscheln; Produktion, Verpackung, Lagerung und Distribution von Eiern und Eierzeugnissen ▪ Grundlagen zur konventionellen und ökologischen Herstellung und Darstellung der Wertschöpfungsketten <p>Rechtliche Einordnung</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Tierische Lebensmittel ▪ Nicht-tierische Lebensmittel (inkl. vegane und vegetarische Lebensmittel)
Lernergebnisse des Moduls	<p><i>Wissen und Verstehen</i> Die Studierenden kennen die warenkundliche Einordnung von Lebensmitteln. Sie kennen die grundlegenden technologischen Abläufe, Qualitätskriterien und Rechtsgrundlagen. Zudem werden Wertschöpfungsketten dargestellt und interpretiert.</p> <p><u>Wissensvertiefung</u> Studierende können potentielle Gefahren der Lebensmittel ableiten.</p> <p><i>Können</i></p> <p><u>Instrumental</u> Die Studierenden können Lebensmittel hinsichtlich ihrer qualitätsbestimmenden Kriterien beschreiben und Abweichungen feststellen. Sie können im Rahmen der Wertschöpfungskette qualitätsbestimmende</p>

	<p>Herstellungsschritte zuordnen.</p> <p><u>Systemisch</u></p> <p>Die Studierenden sind in der Lage ihr angeeignetes Wissen über Lebensmittel aus rechtlicher, qualitativer und technologischer Sicht auf andere Lebensmittel bzw. Lebensmittelgruppe zu transferieren. Sie sind ferner in der Lage eigenständig rechtsrelevante Regelungen und Richtlinien zu recherchieren und praxisbezogen anzuwenden.</p> <p><u>Kommunikativ</u></p> <p>Sie können ihre fachliche Kompetenz zur warekundlichen Systematik in Gruppendiskussionen überzeugend darstellen und Praxiserfahrungen selbstkritisch reflektieren. Dabei sind Sie in der Lage sich über Lebensmittel und Lebensmittelgruppen aus rechtlicher, qualitativer und technologischer Sicht kommunikativ auszutauschen.</p>														
Studiensemester	Semester 4														
Dauer des Moduls	1 Semester														
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Jährlich (Sommersemester)														
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	5														
Gesamtworkload	<table border="1"> <tr> <td>Prä</td> <td>EvL-T</td> <td>EvL-P</td> <td>PV</td> <td>TU</td> <td>PL</td> <td>Σ</td> </tr> <tr> <td>70</td> <td>6</td> <td>50</td> <td>20</td> <td>2</td> <td>2</td> <td>150</td> </tr> </table>	Prä	EvL-T	EvL-P	PV	TU	PL	Σ	70	6	50	20	2	2	150
Prä	EvL-T	EvL-P	PV	TU	PL	Σ									
70	6	50	20	2	2	150									
Art des Moduls	Pflichtmodul														
Verwendbarkeit des Moduls	Lebensmittelsicherheit														
Voraussetzungen für die Teilnahme	- -														
Modulverantwortlicher/Modulverantwortliche	Prof. Dr. Katja Born														
Name der/des Hochschullehrer/s der Lehrveranstaltungen	Prof. Dr. Katja Born, ggf. ext. Lehrbeauftragte														
Lehrsprache	Deutsch														
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Klausur (Semesterende) 90 Min.														
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	ECTS des Moduls/168 ETCS * 80 %														
Medien/Arbeitsmaterialien	Skript, Versuche im Labor, Fallbeispiele														
Besonderes (z. B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	Nutzung des Online-Bereiches der Bibliothek für die Literaturstudien														
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	<p>Jeweils die neueste Auflage</p> <p><u>Basisliteratur</u></p> <p>Rimbach et al.: Lebensmittel-Warenkunde für Einsteiger. Springer Verlag Berlin Heidelberg. [ebook]</p> <p><u>Vertiefende Literatur</u></p> <p>Einschlägige Rechtsvorschriften in der gültigen Fassung (beckonline).</p> <p>DIN-Normen, verfügbar über Perinorm-Datenbank.</p>														

	Leitsätze der der Deutschen Lebensmittelbuch-Kommission in der gültigen Fassung.
--	--

Modul-Nr./Code	7HI-SYM40-SY
Modulbezeichnung	Projekt- und Change-Management in der Systemgastronomie
Ggf. Lehrveranstaltungen des Moduls	Vorlesung 32h / Seminar 32h
Inhalte des Moduls	<p>Studierende erlernen Prinzipien und Steuerungsinstrumente des Projektmanagements zu verstehen und anzuwenden. Dazu werden Projektinitiierung, Durchführung, Change Management-Ansätze, Controlling und Abschluss theoretisch behandelt und exemplarisch an Fallbeispielen abgebildet. Weiterhin führen Studierende im Rahmen des Moduls ein eigenes Projekt aus dem Handel oder im Bereich des Internationalen Management durch und stellen die Ergebnisse im Rahmen einer Präsentation vor. Dadurch erfolgt die direkte Anwendung der theoretischen Projektmanagement-Kenntnisse.</p> <p>Grundlagen Projektmanagement</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Projektarten, Projektmanagementsystem ▪ Projektphasenmodelle, Magisches Vieleck ▪ Methoden des Projektmanagement ▪ Agile Methoden der Projektarbeit <p>Projektinitiierung</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Zieldefinition, Umfeldanalyse, Stakeholder- und Risikoanalyse ▪ Projektierung, Projektantrag <p>Projektplanung</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Zeitplanung: Phasenplanung, Ablaufplanung, Balkenplan, Netzplan ▪ Arbeitsplanung: Projektstrukturplan, Arbeitspakete, Ressourcenplanung ▪ Grundbegriffe Kosten- und Finanzplanung, Methoden der Aufwandsschätzung ▪ Projektorganisation <p>Projektdurchführung und -controlling</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Projektsteuerung/Controlling, Kosten-, Zeit- und Leistungscontrolling ▪ Projektreporting, Kommunikation, Berichtswesen ▪ Risikomanagement: Begriffe, Risikosteuerung, Konfliktmanagement <p>Change Management</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Auslöser für Wandel, Formen des Wandels ▪ Phasen des Wandels, Modelle und Ansätze ▪ Gründe für das Scheitern des Wandels ▪ Veränderungsresistenzen in Veränderungsprozessen ▪ Kommunikationsplanung und Mobilisierung ▪ Rollen und Verantwortlichkeiten, Stakeholderanalyse ▪ Fallbeispiele <p>Projektabschluss</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Abschlusskontrolle, Projektabschlussbericht, Dokumentation ▪ Lessons Learned, Projektpräsentation, Nachprojektphase <p>Durchführung einer Projektarbeit in einer Gruppe aus 3 bis 5 Personen zu einem fachrelevanten Thema aus dem Handel oder Internationales Management mit Einführung in die jeweilige Themenstellung durch Fachdozenten. Phasen des Projektmanagements sowie Methoden der agilen Projektbearbeitung werden direkt angewendet. An-</p>

	schließlich erfolgt die Projektpräsentation.							
Lernergebnisse des Moduls	<p><i>Wissen und Verstehen</i></p> <p>Studierende verfügen über ein breit angelegtes und strukturiertes Wissen der Projektmanagementinhalte. Sie verstehen die konsequente Verfolgung projektspezifischer Belange als Grundlage des wirtschaftlichen Projekterfolges. Sie kennen die einschlägigen Instrumente des Projektmanagements zur Aufgaben-, Personal-, Termin-, Kosten- und Ausfallplanung verschiedener Projektarten. Sie wissen, wie ein Projektteam aufgebaut ist und kennen die Rollen der einzelnen Teammitglieder.</p> <p><u>Wissensvertiefung</u> Studierende haben Kenntnisse zur Einordnung des Projektmanagement in das Management im Handel und können geeignete Change Management Methoden anwenden.</p> <p><i>Können</i></p> <p><u>Instrumental</u> Studierende können eigenständig Projekte planen und durchführen. Studierende können die Instrumente des Projekt- und Change Management auf eigene Projekte im Handel anwenden. Sie sind in der Lage, dienstleistungsspezifische Projekte als Projektleiter zu führen, eine Projektgruppe anzuleiten, zu motivieren und zu kontrollieren.</p> <p><u>Systemisch</u> Studierende können wesentliche Bestandteile des Projektmanagements erfassen, analysieren und deren Interdependenzen in dienstleistungsspezifischen Projekten darstellen. Die Studierenden sind befähigt zu einem wissenschaftlich analytischen Arbeitsstil als methodische Basis für die selbständige und effiziente Aneignung von Fachwissen und dessen Anwendung</p> <p><u>Kommunikativ</u> Studierende sind in der Lage, Problemstellungen des Projekt- und Change Managements in Varianten zu diskutieren. Sie können Problemlösungen formulieren, visualisieren, präsentieren, begründen und verhandeln. Im Team bearbeiten die Studierenden ein Projekt zu einem fachrelevanten Thema, dass vor einem Fachpublikum präsentiert wird. Die Studierenden sind befähigt den eigenen Standpunkt sachlich fundiert und respektvoll im Umgang miteinander zu vertreten.</p>							
Studiensemester	Semester 5							
Dauer des Moduls	1 Semester							
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Jährlich (Wintersemester)							
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	6							
Gesamtworkload	Prä	EvL-T	EvL-P	PV	TU	PL	Σ	
	64	95		20		1	180	
Art des Moduls	Pflichtmodul							
Verwendbarkeit des Moduls	- -							
Voraussetzungen für die Teilnahme	- -							
Modulverantwortlicher/Modulverantwortliche	Prof. Dr. Juliane Kellner-Fuchs							

Name der/des Hochschullehrer/s der Lehrveranstaltungen	Gisbert Günther, Prof. Dr. Juliane Kellner-Fuchs
Lehrsprache	Deutsch 80%, Englisch 20%
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Mündliche Prüfung (Ende Theoriephase) 20 Min.
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	ECTS des Moduls/168 ETCS * 80 %
Medien/Arbeitsmaterialien	Skript, Fallbeispiele, PC-Kabinett / eigener Laptop
Besonderes (z. B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	Nutzung des Online-Bereiches der Bibliothek für die Literaturstudien
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	<p>Jeweils die neueste Auflage</p> <p><u>Basisliteratur</u> Czichos, R.: Erfolgsfaktor Change Management: den Wandel im Unternehmen aktiv gestalten und kommunizieren, Freiburg/ München: Haufe.</p> <p>Doppler, K./ Lauterburg, C.: Change Management: den Unternehmenswandel gestalten, Frankfurt: Campus.</p> <p>Motzel, E.; Möller, T.: Projektmanagement Lexikon. Referenzwerk zu den aktuellen nationalen und internationalen PM-Standards, Weinheim: WILEY-VCH Verlag.</p> <p>Olfert, K.: Kompakt-Training Praktische Betriebswirtschaft: Projektmanagement, Herne: Kiehl.</p> <p>Klein, A.: Projektcontrolling mit agilen Instrumenten Grundlagen, Werkzeuge, Praxisbeispiele. Freiburg im Breisgau: Haufe-Lexware. [ebook]</p> <p>Von Rosenstiel, L.; von Hornstein, E.: Change Management Praxisfälle, Berlin/Heidelberg: Springer.</p> <p>Projekt-Magazin, online verfügbar unter www.projektmagazin.de.</p> <p>Literatur zur Projektbearbeitung in Absprache mit dem projektbegleitenden Dozenten.</p> <p><u>Vertiefende Literatur</u></p> <p>Bea, F. X.; Scheurer, S.; Hesselmann, S.: Projektmanagement. Stuttgart: UTB. [ebook]</p> <p>Kerguenne, A.; Schaefer, H.; Taherivand, A.: Design Thinking. Die agile Innovations-Strategie. Freiburg im Breisgau: Haufe-Lexware. [ebook]</p> <p>Kostka, C.: Change Management: das Praxisbuch für Führungskräfte, München: Hanser.</p> <p>Kotter, J.: Leading Change, USA: Harvard Business Review Press.</p> <p>PMI: A Guide To the Project Management Body Of Knowledge (PMBOK GUIDE). Pennsylvania: Project Management Institute.</p> <p>Schelle, H.: Projekte zum Erfolg führen: Projektmanagement systematisch und kompakt, München: dtv Beck Wirtschaftsberater.</p>

Modul-Nr./Code	7HI-SYM50-SY
Modulbezeichnung	Aufbau und Entwicklung von Franchise-Unternehmen
Ggf. Lehrveranstaltungen des Moduls	Vorlesung 35h / Seminar 35h
Inhalte des Moduls	<p>Entscheidet ein Unternehmer, seine Idee zu multiplizieren, ist Franchise eine zukunftsorientierte Vertriebsform. Der Vorteil liegt in der schnellen Expansion und dem geringem Kapitaleinsatz des Franchisegebers. Franchisenehmer arbeiten selbstständig und können durch ihre unabhängige Zeiteinteilung wesentlich mehr Aktivitäten zum Wohle der Marke einbringen, als dies bei einer eigenen Konzern-Filiallösung der Fall sein würde.</p> <p>In diesem Modul erwerben Studierende umfassendes Wissen über Franchising. Sie kennen die Merkmale eines Franchisings sowie Rechte und Pflichten des Franchisings für Franchisenehmer und Franchisegeber. Nach Abschluss des Moduls sind sie in der Lage ihre Fähigkeiten mehrwertstiftend bei ihren Praxispartner einsetzen und vertieft anwenden</p> <p>Grundlagen von Franchising</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Entwicklung im Franchising ▪ Wesen und Funktion, Erfolgsfaktoren ▪ Überblick über Franchise-Systeme ▪ Globalisierung im Franchising <p>Voraussetzungen</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Voraussetzungen für Franchisesystem ▪ Der Franchisenehmer in einem Franchisesystem ▪ Franchisenehmerstrukturen ▪ Finanzierung ▪ Einblick in den Ablauf von Geschäftsidee zum weltweiten Vertriebsnetz ▪ Kauf und Verkauf einer Franchisefiliale ▪ Herausforderung zwischen Franchisenehmer und Franchisegeber ▪ Franchiseportal und der Deutsche Franchise-Verband <p>Rechtliche Aspekte</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Franchise-Recht für Gründer ▪ Rechte und Pflichten für Franchisegeber und -nehmer ▪ Franchise-Vertrag ▪ Abgrenzung zur Lizenzierung ▪ Miet- und Immobilienrecht <p>Management von Franchise-Unternehmen</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Systemhandbücher – Systemgrundlagen ▪ Training und Personalmanagement ▪ Einkauf und Qualitätssicherung ▪ Standortentwicklung und Expansionsplanung ▪ Organisation von Franchisezentralen ▪ Kennzahlen und ihre Mechanik in einem Franchisesystem ▪ Werkzeuge zum Management von Franchise-Unternehmen
Lernergebnisse des Moduls	<p>Wissen und Verstehen</p> <p>Die Studierenden kennen das Spektrum des Franchisings. Sie kennen die Grundlagen und Voraussetzungen von Franchisesystemen. Sie haben Kenntnis über rechtliche Aspekte und erlangen Wissen über das Management von Franchise-Unternehmen. Studierende</p>

	<p>kennen die Voraussetzungen als Franchisenehmer tätig zu werden.</p> <p><u>Wissensvertiefung</u> Studierende sind in der Lage Herausforderungen zwischen Franchisenehmer und -geber zu identifizieren und Lösungen zur Handhabung zu erarbeiten und umzusetzen.</p> <p>Können</p> <p><u>Instrumental</u> Studierende können beim Aufbau und der Entwicklung von Franchise-Unternehmen mitwirken. Sie sind befähigt Franchising-Systeme mit Blick auf ihren Beitrag zur Realisierung der Unternehmensziele zu beurteilen. Die Studierenden sind in der Lage Rechte und Pflichten des Franchising zu bewerten.</p> <p><u>Systemisch</u> Studierende können wesentliche Bestandteile des Franchising erfassen, analysieren und deren Konsequenzen zu betriebswirtschaftlichen Funktionen wie Einkauf, Personal, Training und Qualitätssicherung darstellen. Die Studierenden sind in der Lage, die zur Verfügung stehenden Lern- und Arbeitsmittel selbstständig zum weiteren Wissenserwerb zu nutzen.</p> <p><u>Kommunikativ</u> Studierende sind in der Lage, Problemstellungen des Franchising in Varianten zu diskutieren. Sie können Problemlösungen formulieren, visualisieren, präsentieren, begründen und verhandeln. Die Studierenden sind befähigt den eigenen Standpunkt sachlich fundiert und respektvoll im Umgang miteinander zu vertreten.</p>														
Studiensemester	Semester 6														
Dauer des Moduls	1 Semester														
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Jährlich (Sommersemester)														
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	5														
Gesamtworkload	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Prä</th> <th>EvL-T</th> <th>EvL-P</th> <th>PV</th> <th>TU</th> <th>PL</th> <th>Σ</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>70</td> <td>58</td> <td></td> <td>20</td> <td></td> <td>2</td> <td>150</td> </tr> </tbody> </table>	Prä	EvL-T	EvL-P	PV	TU	PL	Σ	70	58		20		2	150
Prä	EvL-T	EvL-P	PV	TU	PL	Σ									
70	58		20		2	150									
Art des Moduls	Pflichtmodul														
Verwendbarkeit des Moduls	--														
Voraussetzungen für die Teilnahme	--														
Modulverantwortlicher/Modulverantwortliche	Prof. Dr. Juliane Kellner-Fuchs														
Name der/des Hochschullehrer/s der Lehrveranstaltungen	Emiel Hondelink, ggf. weitere ext. Lehrbeauftragte														
Lehrsprache	Deutsch 60%, Englisch 40%														
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Klausur (Ende Theoriephase) 90 Min.														
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	ECTS des Moduls/168 ETCS * 80 %														
Medien/Arbeitsmaterialien	Skript, Fallbeispiele, aktuelle Rechtslegung														
Besonderes (z. B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	Nutzung des Online-Bereiches der Bibliothek für die Literaturstudien, Praxisbesuch														

<p>Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)</p>	<p>Jeweils die neueste Auflage</p> <p><u>Basisliteratur</u></p> <p>Brinkel, G.: Erfolgreiches Franchise-System-Management. Eine empirische Untersuchung anhand der deutschen Franchise-Wirtschaft. Wiesbaden: Springer Gabler. [ebook]</p> <p>Riedl, H.; Niklas, M.: Der Franchisevertrag. Fallstricke, Hilfestellungen und Organisationen. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH; Springer Gabler. [ebook]</p> <p>Riedl, H.; Schwenken, C.: Praxisleitfaden Franchising. Strategien und Werkzeuge für Franchisegeber und -nehmer. Wiesbaden: Springer Gabler. [ebook]</p> <p><u>Vertiefende Literatur</u></p> <p>Einschlägige Rechtsvorschriften in der gültigen Fassung (beckonline).</p> <p>Garmeier, G.: Wirtschaftsethische Aspekte des Franchisings. Die erfolgreiche Überwindung von Dilemmastrukturen. Wiesbaden: Springer Gabler. [ebook]</p> <p>Martius, W.: Fairplay Franchising. Spielregeln für partnerschaftlichen Erfolg. Wiesbaden: Springer Gabler. [ebook]</p>
--	---

E. Wahlpflichtmodule des Studiengangs Handel und Internationales Management

1 Wahlpflicht Sprachen (WPS)

- 2. Fremdsprache A1 - 5. Semester
- 2. Fremdsprache A2 - 5. Semester
- 2. Fremdsprache B1 - 5. Semester
- 2. Fremdsprache A2 - 6. Semester
- 2. Fremdsprache B1 - 6. Semester
- 2. Fremdsprache B2 - 6. Semester

Modul-Nr./Code	7HI-WPS10-HI
Modulbezeichnung	Zweite Fremdsprache Niveaustufe A1 Chinesisch, Französisch, Italienisch, Russisch, Spanisch, Tschechisch)
Ggf. Lehrveranstaltungen des Moduls	Übung 58h
Inhalte des Moduls	<p>Das Modul macht die Studierenden mit den Grundlagen der zu unterrichtenden Sprache vertraut und befähigt sie, sich in einfachen, strukturierten Alltagssituationen mit einem elementaren Spektrum sprachlicher Mittel schriftlich und mündlich äußern zu können.</p> <p>Der Kurs entspricht der Niveaustufe A1 des Gemeinsamen Europäischen Referenzrahmens für Sprachen.</p> <p>Themen</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Ausspracheregeln, Alphabet, Betonung ▪ Begrüßung/Vorstellung (Beruf/Studium, Familie, Wohnen, etc.) ▪ Tagesablauf (Uhrzeiten, Wochentage, Tätigkeiten, etc.) ▪ Freizeitgestaltung (Hobby, Uhrzeiten, Café, Einkauf, etc.) ▪ Gesundheit (Körperteile, Arztbesuch, Krankheiten, etc.) ▪ Reisen (Verkehrsmittel, Hotel, Orientierung in der Stadt, etc.) ▪ Beschreibungen (Ereignisse der Vergangenheit, Reisebeschreibungen, etc.) <p>Grammatik</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Satzbildung ▪ Konjugation/Deklination ▪ Regelmäßige und unregelmäßige Verben ▪ Zeitformen ▪ Aktiv/Passiv ▪ Fragebildung
Lernergebnisse des Moduls	<p><i>Wissen und Verstehen</i></p> <p>Die Studierenden kennen die Grundlagen der zu unterrichtenden Fremdsprache. Sie verfügen über ein einfaches Repertoire an alltags-typischen Wörtern und Redewendungen sowie einfachen grammati-schen Strukturen und Satzmustern.</p> <p><i>Können</i></p> <p><u>Instrumental</u></p> <p>Die Studierenden sind durch einfache Übungen zur Entwicklung von rezeptiven (Hör- und Leseverstehen) und produktiven (Sprechen und Schreiben) Sprachtätigkeiten befähigt, elementare soziale Kontakte herzustellen, indem sie alltägliche Höflichkeitsformeln zur Begrüßung und Verabschiedung verstehen und benutzen können, sich auf einfa-che Art zu bekannten Themen mündlich und schriftlich äußern können und den Inhalt kurzer, einfacher Texte verstehen.</p> <p><u>Systemisch</u></p> <p>Die Studierenden sind mit den Grundlagen der zu vermittelnden Sprache vertraut. Darüber hinaus werden sie dazu befähigt, Alltagssi-tuationen in der Fremdsprache zu bewältigen, Sachinformationen zu verstehen und weiterzugeben sowie sich relativ leicht in strukturierten Situationen verständigen zu können.</p>

	<p><u>Kommunikativ</u></p> <p>Die Studierenden verfügen über einen ausreichenden Wortschatz und Strukturkenntnisse der Sprache, um die wesentlichen Sprachfunktionen (Informationen austauschen, Bitten vorbringen, Meinungen ausdrücken etc.) mündlich und schriftlich ausführen und auf sie reagieren zu können, alltägliche Situationen (Arztbesuch, Hotelbuchung etc.) ohne große Mühe sprachlich meistern zu können und unbekannte Lexik aus dem Kontext zu erschließen.</p>							
Studiensemester	Semester 5							
Dauer des Moduls	1 Semester							
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Jährlich (Wintersemester)							
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	4							
Gesamtworkload	Prä	EvL-T	EvL-P	PV	TU	PL	Σ	
	58	46		15		1	120	
Art des Moduls	Wahlpflichtmodul							
Verwendbarkeit des Moduls	--							
Voraussetzungen für die Teilnahme	--							
Modulverantwortlicher/Modulverantwortliche	Margret Müller							
Name der/des Hochschullehrer/s der Lehrveranstaltungen	Dozent 2. Fremdsprache							
Lehrsprache	Zu unterrichtende Fremdsprache und Deutsch							
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Klausur (Ende Theoriephase) 60 Min.							
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	ECTS des Moduls/168 ETCS * 80 %							
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Seminar, Übung							
Besonderes (z. B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	Multi-mediales Sprachlabor							
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	<p>Literaturangaben hängen von der gewählten Sprache ab und werden durch die jeweiligen Hochschullehrer vorgegeben. Literaturbeispiele zu den bisher am häufigsten gewählten Sprachen Spanisch und Russisch:</p> <p><u>Spanisch</u></p> <p>Görrissen, M.; Häuptle-Barceló, M.; Sanchez Benito, J.: Caminos plus; Ernst Klett Verlag, aktuelle Auflage.</p> <p>Wörterbuch Spanisch-Deutsch/Deutsch-Spanisch, Langenscheidt, aktuelle Auflage.</p> <p><u>Russisch</u></p> <p>MOST A1 Kurs- und Übungsbuch; Ernst Klett Verlag, aktuelle Auflage.</p> <p>Wörterbuch Russisch - Deutsch/Deutsch – Russisch.</p>							

	<p>Jeweils die neueste Auflage folgender Lehrwerke als zusätzlich empfohlene Literatur:</p> <p><u>Spanisch:</u></p> <p>Lourdes, M.; Sans, N.: Vacaciones al sol, Ernst Klett Verlag, Stuttgart.</p> <p>Suris, J.: La chica del tren; Ernst Klett Verlag, Stuttgart.</p> <p>Halm, W.: Modernes Spanisch, Hueber Verlag GmbH & Co. KG, Ismaning.</p> <p>ECOS, Spotlight Verlag GmbH, München.</p> <p><u>Russisch</u></p> <p>MOST Grammatikübungsbuch und On-Line Software.</p> <p>MOST Vokabeltrainer.</p>
--	---

Modul-Nr./Code	7HI-WPS20-HI
Modulbezeichnung	Zweite Fremdsprache Niveaustufe A2 (Chinesisch, Französisch, Italienisch, Russisch, Spanisch, Tschechisch)
Ggf. Lehrveranstaltungen des Moduls	Übung 58h
Inhalte des Moduls	<p>Aufbauend auf bereits vor Beginn des Studiums erworbenen Fähigkeiten und Fertigkeiten auf der Niveaustufe A1 des gemeinsamen Europäischen Referenzrahmens für Sprache werden die Grundkenntnisse in der betreffenden Fremdsprache an ausgewählten Themen ausgebaut und vertieft und elementare fachsprachliche und interkulturelle Kenntnisse vermittelt. Dadurch werden die Studierenden dazu befähigt, Alltags- und elementare Geschäftssituationen ohne große Mühe sprachlich meistern zu können.</p> <p>Der Kurs entspricht der Niveaustufe A2 des Gemeinsamen Europäischen Referenzrahmens für Sprachen.</p> <p>Themen</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Fremde Kulturen (Nationalitätsbezeichnungen, kulturelle Unterschiede, etc.) ▪ Unternehmenstypen und -strukturen (Rechtsformen, Abteilungen, etc.) ▪ Produktionsabläufe im Unternehmen ▪ Wirtschaftskorrespondenz (Angebote, Bestellungen, Beschwerden, etc.) ▪ Bewerbungen (Anschreiben, Lebenslauf, Bewerbungsgespräch) <p>Grammatik</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Wiederholung relevanter Grammatikthemen (Zeitformen, Passiv etc.) ▪ Adjektiv/Adverb ▪ Pronomen ▪ Gerundium
Lernergebnisse des Moduls	<p><i>Wissen und Verstehen</i></p> <p>Die Studierenden erweitern bereits vorhandene Grundkenntnisse in ausgewählten Kommunikationssituationen. Darüber hinaus erwerben sie Grundlagen für die Verwendung der Fremdsprache im Geschäftsleben. Die Studierenden werden mit dem Grundvokabular der Fachsprache vertraut gemacht und erwerben Grundkenntnisse in der mündlichen und schriftlichen Wirtschaftskommunikation. Die Studierenden erwerben die Fähigkeit, einzelne Elemente bekannter Wendungen neu zu kombinieren und durch Austausch einzelner Wörter und die Verwendung entsprechender Konnektoren den jeweiligen Umständen anzupassen.</p> <p><i>Können</i></p> <p><u>Instrumental</u></p> <p>Die Studierenden vervollkommen ihren allgemeinsprachlichen Wortschatz und ihre grammatischen Kenntnisse. Sie verfügen über elementare fachsprachliche Fähigkeiten und Fertigkeiten.</p> <p><u>Systemisch</u></p> <p>Die Studierenden entwickeln durch Kombination von fach- und allge-</p>

	<p>meinsprachlichen Kenntnissen ihre interkulturellen Fähigkeiten und trainieren diese.</p> <p><u>Kommunikativ</u></p> <p>Die Studierenden können in Alltagsgesprächen und bei einfachen Geschäftsthemen auf ein ausreichendes Repertoire an Lexik und sprachlichen Mittel zurückgreifen, um in der Fremdsprache adäquat agieren zu können. Sie können unter Verwendung von Hilfsmitteln berufstypische Standardschriftstücke verstehen und inhaltlich, stilistisch und formal weitgehend korrekt abfassen.</p>							
Studiensemester	Semester 5							
Dauer des Moduls	1 Semester							
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Jährlich (Wintersemester)							
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	4							
Gesamtworkload	Prä	EvL-T	EvL-P	PV	TU	PL	Σ	
	58	46		15		1	120	
Art des Moduls	Wahlpflichtmodul							
Verwendbarkeit des Moduls	- -							
Voraussetzungen für die Teilnahme	- -							
Modulverantwortlicher/Modulverantwortliche	Margret Müller							
Name der/des Hochschullehrer/s der Lehrveranstaltungen	Dozent 2. Fremdsprache							
Lehrsprache	Zu unterrichtende Fremdsprache und Deutsch							
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Klausur (Ende Theoriephase) 60 Min.							
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	ECTS des Moduls/168 ETCS * 80 %							
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Seminar, Übung							
Besonderes (z. B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	Multi-mediales Sprachlabor							
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	<p>Literaturangaben hängen von der gewählten Sprache ab und werden durch die jeweiligen Hochschullehrer vorgegeben. Literaturbeispiele zu den bisher am häufigsten gewählten Sprachen Spanisch und Russisch:</p> <p><u>Spanisch</u></p> <p>Görrissen, M.; Häuptle-Barceló, M.; Sanchez Benito, J.: Caminos plus, Ernst Klett Verlag, aktuelle Auflage.</p> <p>Wörterbuch Spanisch-Deutsch/Deutsch-Spanisch.</p> <p>Diccionario de Español para Extranjeros. Einsprachiges Lernerwörterbuch Spanisch. Langenscheidt, München, aktuelle Auflage.</p> <p><u>Russisch</u></p> <p>MOST A2 Kurs- und Übungsbuch; Ernst Klett Verlag, aktuelle Auflage.</p>							

	<p>Wörterbuch Russisch-Deutsch/Deutsch-Russisch.</p> <p>Jeweils die neueste Auflage folgender Lehrwerke als zusätzlich empfohlene Literatur:</p> <p><u>Spanisch</u></p> <p>Steinitz, René/Beitscher, Gina: Teoría y práctica del español comercial, Hueber Verlag, Ismaning.</p> <p>Hernandez de Escobar, Raquel: La herencia, Ernst Klett Verlag, Stuttgart.</p> <p>ECOS, Spotlight Verlag GmbH, München.</p> <p><u>Russisch</u></p> <p>MOST Grammatikübungsbuch und On-Line Software.</p> <p>MOST Vokabeltrainer.</p>
--	--

Modul-Nr./Code	7HI-WPS30-HI
Modulbezeichnung	Zweite Fremdsprache Niveaustufe B1 (Chinesisch, Französisch, Italienisch, Russisch, Spanisch, Tschechisch)
Ggf. Lehrveranstaltungen des Moduls	Übung 58h
Inhalte des Moduls	<p>Aufbauend auf dem Abitur bzw. der Stufe A2 des gemeinsamen Europäischen Referenzrahmens für Sprache (Spanisch oder Russisch) zielt der Kurs auf eine Festigung und systematische Erweiterung der bereits erworbenen Sprachkenntnisse unter besonderer Berücksichtigung wirtschaftsrelevanter Themen. Darüber hinaus vermittelt er Grundkenntnisse in der mündlichen und schriftlichen Wirtschaftskommunikation.</p> <p>Der Kurs entspricht der Niveaustufe B1 des Gemeinsamen Europäischen Referenzrahmens für Sprachen.</p> <p>Themen</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Karriere im Management (Studium, Berufe, Bewerbungsschreiben und Lebenslauf etc.) ▪ Mündliche Wirtschaftskommunikation (Small Talk, Beratungsgespräche, Verkaufsgespräche, Telefongespräche etc.) ▪ Unternehmenstypen und -strukturen (Rechtsformen, Abteilungen, etc.) ▪ Unternehmenskultur (Führungsstile, Mitarbeitermotivation, etc.) ▪ Wirtschaftskorrespondenz (Angebote, Bestellungen, Beschwerden etc.) ▪ Produktionsmittel und Produktionsabläufe (Bedienungsanleitungen, Herstellungsprozesse, etc.) ▪ Finanzen (Zahlungsarten, Vorgehensweise bei Zahlungsrückständen, Mahnungen, etc.) <p>Grammatik</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Wiederholung relevanter Grammatikthemen
Lernergebnisse des Moduls	<p>Wissen und Verstehen</p> <p>Die Studierenden festigen und erweitern ihre Sprachkenntnisse und erarbeiten Grundkompetenzen im Fachsprachenbereich. Aufbauend auf guten allgemeinsprachlichen Vorkenntnissen erweitern sie ihre Kenntnisse auf die Verwendung der Fremdsprache im Geschäftsleben.</p> <p>Die Studierenden vertiefen ihre bereits erworbenen sprachlichen Fähigkeiten und Fertigkeiten. Darüber hinaus können die Studierenden bekannte Wendungen neu kombinieren und durch Austausch einzelner Wörter und die Verwendung entsprechender Konnektoren den jeweiligen Umständen anpassen.</p> <p>Können</p> <p><u>Instrumental</u></p> <p>Die Studierenden können sich zu verschiedenen Themen ihres Fach- oder Interessengebietes ausdrücken und dabei ein breites Spektrum einfacher sprachlicher Mittel flexibel einsetzen. Sie verfügen über ein gesichertes Grundvokabular der Fachsprache und besitzen Kenntnisse in der mündlichen und schriftlichen Wirtschaftskommunikation.</p> <p><u>Systemisch</u></p>

	<p>Die Studierenden verfügen auf der Grundlage authentischer Geschäftssprache über ein Grundrepertoire häufig verwendeter Redefloskeln und Wendungen der Wirtschaftskommunikation. Sie sind in der Lage, Informationen aus längeren Fachtexten herauszufiltern und weiterzuverarbeiten sowie unbekannte Wörter aus dem Kontext zu erschließen.</p> <p><u>Kommunikativ</u> Die Studierenden können in Alltagsgesprächen und bei einfachen Geschäftsthemen auf ein hinreichend breites Repertoire an Lexik und sprachlichen Mittel zurückgreifen, um in der Fremdsprache stilistisch und formal weitgehend korrekt agieren zu können.</p>														
Studiensemester	Semester 5														
Dauer des Moduls	1 Semester														
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Jährlich (Wintersemester)														
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	4														
Gesamtworkload	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Prä</th> <th>EvL-T</th> <th>EvL-P</th> <th>PV</th> <th>TU</th> <th>PL</th> <th>Σ</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>58</td> <td>46</td> <td></td> <td>15</td> <td></td> <td>1</td> <td>120</td> </tr> </tbody> </table>	Prä	EvL-T	EvL-P	PV	TU	PL	Σ	58	46		15		1	120
Prä	EvL-T	EvL-P	PV	TU	PL	Σ									
58	46		15		1	120									
Art des Moduls	Wahlpflichtmodul														
Verwendbarkeit des Moduls	--														
Voraussetzungen für die Teilnahme	--														
Modulverantwortlicher/Modulverantwortliche	Margret Müller														
Name der/des Hochschullehrer/s der Lehrveranstaltungen	Dozent 2. Fremdsprache														
Lehrsprache	Zu unterrichtende Fremdsprache und Deutsch														
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Klausur (Ende Theoriephase) 60 Min.														
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	ECTS des Moduls/168 ETCS * 80 %														
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Seminar, Übung														
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	Multi-mediales Sprachlabor														
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	<p>Literaturangaben hängen von der gewählten Sprache ab und werden durch die jeweiligen Hochschullehrer vorgegeben. Literaturbeispiele zu den bisher am häufigsten gewählten Sprachen Spanisch und Russisch:</p> <p><u>Spanisch</u></p> <p>Milagros Iglesias, N.: La correspondencia commercial, aktuelle Auflage.</p> <p>Eurolingua Espanol 2. Kursbuch, mit Vocabulario, Cornelsen Verlag, Berlin, aktuelle Auflage.</p> <p>Wörterbuch Spanisch-Deutsch/Deutsch-Spanisch.</p> <p>Langenscheidt: Diccionario de Español para Extranjeros, Langenscheidt, München, aktuelle Auflage.</p>														

	<p><u>Russisch</u></p> <p>MOST B1 Kurs- und Übungsbuch; Ernst Klett Verlag, aktuelle Auflage.</p> <p>Loos, H.: Business – Lehrbuch der russischen Sprache für die Wirtschaft.</p> <p>Wörterbuch Russisch-Deutsch/Deutsch-Russisch.</p> <p>Jeweils die neueste Auflage folgender Lehrwerke als zusätzlich empfohlene Literatur:</p> <p><u>Spanisch</u></p> <p>Steinitz, René/Breitscher, Gina: Teoría y practica del español comercial. Theorie und Praxis der spanischen Handelssprache, Hueber Verlag, Ismaning, aktuelle Auflage.</p> <p><u>Russisch</u></p> <p>MOST Grammatikübungsbuch und On-Line Software.</p> <p>MOST Vokabeltrainer.</p>
--	---

Modul-Nr./Code	7HI-WPS40-HI
Modulbezeichnung	Zweite Fremdsprache Niveaustufe A2 (Chinesisch, Französisch, Italienisch, Russisch, Spanisch, Tschechisch)
Ggf. Lehrveranstaltungen des Moduls	Übung 58h
Inhalte des Moduls	<p>Aufbauend auf den im Modul „Zweite Fremdsprache Niveaustufe A1“ erworbenen Fähigkeiten und Fertigkeiten werden die Grundkenntnisse in der betreffenden Fremdsprache an ausgewählten Themen ausgebaut und vertieft und elementare fachsprachliche und interkulturelle Kenntnisse vermittelt. Dadurch werden die Studierenden dazu befähigt, Alltags- und elementare Geschäftssituationen ohne große Mühe sprachlich meistern zu können.</p> <p>Der Kurs entspricht der Niveaustufe A2 des Gemeinsamen Europäischen Referenzrahmens für Sprachen.</p> <p>Themen</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Fremde Kulturen (Nationalitätsbezeichnungen, kulturelle Unterschiede, etc.) ▪ Unternehmenstypen und -strukturen (Rechtsformen, Abteilungen, etc.) ▪ Produktionsabläufe im Unternehmen ▪ Wirtschaftskorrespondenz (Angebote, Bestellungen, Beschwerden, etc.) ▪ Bewerbungen (Anschreiben, Lebenslauf, Bewerbungsgespräch) <p>Grammatik</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Wiederholung relevanter Grammatikthemen (Zeitformen, Passiv, etc.) ▪ Adjektiv/Adverb ▪ Pronomen ▪ Gerundium
Lernergebnisse des Moduls	<p><i>Wissen und Verstehen</i></p> <p>Die Studierenden erweitern aufbauend auf den im Modul ‚Zweite Fremdsprache Niveaustufe A1‘ erworbenen Grundkenntnissen ihre Kompetenzen in ausgewählten Kommunikationssituationen. Darüber hinaus erwerben sie Grundlagen für die Verwendung der Fremdsprache im Geschäftsleben. Die Studierenden werden mit dem Grundvokabular der Fachsprache vertraut gemacht und erwerben Grundkenntnisse in der mündlichen und schriftlichen Wirtschaftskommunikation.</p> <p>Die Studierenden erwerben die Fähigkeit, einzelne Elemente bekannter Wendungen neu zu kombinieren und durch Austausch einzelner Wörter und die Verwendung entsprechender Konnektoren den jeweiligen Umständen anzupassen.</p> <p><i>Können</i></p> <p><u>Instrumental</u> Die Studierenden vervollkommen ihren allgemeinsprachlichen Wortschatz und ihre grammatischen Kenntnisse. Sie verfügen über elementare fachsprachliche Fähigkeiten und Fertigkeiten.</p> <p><u>Systemisch</u> Die Studierenden entwickeln durch Kombination von fach- und allgemeinsprachlichen Kenntnissen ihre interkulturellen Fähigkeiten und</p>

	<p>trainieren diese.</p> <p><u>Kommunikativ</u> Die Studierenden können in Alltagsgesprächen und bei einfachen Geschäftsthemen auf ein ausreichendes Repertoire an Lexik und sprachlichen Mittel zurückgreifen, um in der Fremdsprache adäquat agieren zu können. Sie können unter Verwendung von Hilfsmitteln berufstypische Standardschriftstücke verstehen und inhaltlich, stilistisch und formal weitgehend korrekt abfassen.</p>														
Studiensemester	Semester 6														
Dauer des Moduls	1 Semester														
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Jährlich (Sommersemester)														
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	4														
Gesamtworkload	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Prä</th> <th>EvL-T</th> <th>EvL-P</th> <th>PV</th> <th>TU</th> <th>PL</th> <th>Σ</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>58</td> <td>40</td> <td></td> <td>20</td> <td></td> <td>2</td> <td>120</td> </tr> </tbody> </table>	Prä	EvL-T	EvL-P	PV	TU	PL	Σ	58	40		20		2	120
Prä	EvL-T	EvL-P	PV	TU	PL	Σ									
58	40		20		2	120									
Art des Moduls	Wahlpflichtmodul														
Verwendbarkeit des Moduls	--														
Voraussetzungen für die Teilnahme	--														
Modulverantwortlicher/Modulverantwortliche	Margret Müller														
Name der/des Hochschullehrer/s der Lehrveranstaltungen	Dozent 2. Fremdsprache														
Lehrsprache	Zu unterrichtende Fremdsprache und Deutsch														
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Klausur (Ende Theoriephase) 60 Min. 50 % Mündliche Prüfung (Ende Theoriephase) 20 Min. 50 %														
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	ECTS des Moduls/168 ETCS * 80 %														
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Seminar, Übung														
Besonderes (z. B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	Multi-mediales Sprachlabor														
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	<p>Literaturangaben hängen von der gewählten Sprache ab und werden durch die jeweiligen Hochschullehrer vorgegeben. Literaturbeispiele zu den bisher am häufigsten gewählten Sprachen Spanisch und Russisch:</p> <p><u>Spanisch</u></p> <p>Görrissen, M.; Häuptle-Barceló, M.; Sanchez Benito, J.: Caminos plus, Ernst Klett Verlag, aktuelle Auflage.</p> <p>Wörterbuch Spanisch-Deutsch/Deutsch-Spanisch.</p> <p>Diccionario de Español para Extranjeros. Einsprachiges Lernwörterbuch Spanisch. Langenscheidt, aktuelle Auflage.</p> <p><u>Russisch</u></p> <p>MOST A2 Kurs- und Übungsbuch; Ernst Klett Verlag, aktuelle Auflage.</p> <p>Wörterbuch Russisch-Deutsch/Deutsch-Russisch.</p>														

	<p>Jeweils die neueste Auflage folgender Lehrwerke als zusätzlich empfohlene Literatur:</p> <p><u>Spanisch</u></p> <p>Steinitz, René/Beitscher, Gina: Teoría y práctica del español comercial, Hueber Verlag, aktuelle Auflage.</p> <p>ECOS, Spotlight Verlag GmbH, München.</p> <p><u>Russisch</u></p> <p>MOST Grammatikübungsbuch und On-Line Software.</p> <p>MOST Vokabeltrainer.</p>
--	--

Modul-Nr./Code	7HI-WPS50-HI
Modulbezeichnung	Zweite Fremdsprache Niveaustufe B1 (Chinesisch, Französisch, Italienisch, Russisch, Spanisch, Tschechisch)
Ggf. Lehrveranstaltungen des Moduls	Übung 58h
Inhalte des Moduls	<p>Aufbauend auf den im Modul „Zweite Fremdsprache Niveaustufe A2“ erworbenen Fähigkeiten und Fertigkeiten zielt der Kurs auf eine Festigung und systematische Erweiterung der bereits erworbenen Sprachkenntnisse unter besonderer Berücksichtigung wirtschaftsrelevanter Themen. Darüber hinaus vermittelt er Grundkenntnisse in der mündlichen und schriftlichen Wirtschaftskommunikation.</p> <p>Der Kurs entspricht der Niveaustufe B1 des Gemeinsamen Europäischen Referenzrahmens für Sprachen.</p> <p>Themen</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Karriere im Management (Studium, Berufe, Bewerbungsschreiben und Lebenslauf, etc.) ▪ Mündliche Wirtschaftskommunikation (Small Talk, Beratungsgespräche, Verkaufsgespräche, Telefongespräche, etc.) ▪ Unternehmenstypen und -strukturen (Rechtsformen, Abteilungen, etc.) ▪ Unternehmenskultur (Führungsstile, Mitarbeitermotivation etc.) ▪ Wirtschaftskorrespondenz (Angebote, Bestellungen, Beschwerden, etc.) ▪ Produktionsmittel und Produktionsabläufe (Bedienungsanleitungen, Herstellungsprozesse, etc.) ▪ Finanzen (Zahlungsarten, Vorgehensweise bei Zahlungsrückständen, Mahnungen, etc.) <p>Grammatik</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Wiederholung relevanter Grammatikthemen
Lernergebnisse des Moduls	<p>Wissen und Verstehen</p> <p>Die Studierenden festigen und erweitern ihre Sprachkenntnisse und erarbeiten Grundkompetenzen im Fachsprachenbereich. Aufbauend auf guten allgemeinsprachlichen Vorkenntnissen erweitern sie ihre Kenntnisse auf die Verwendung der Fremdsprache im Geschäftsleben.</p> <p>Die Studierenden vertiefen ihre bereits erworbenen sprachlichen Fähigkeiten und Fertigkeiten. Darüber hinaus können die Studierenden bekannte Wendungen neu kombinieren und durch Austausch einzelner Wörter und die Verwendung entsprechender Konnektoren den jeweiligen Umständen anpassen.</p> <p>Können</p> <p><u>Instrumental</u></p> <p>Die Studierenden können sich zu verschiedenen Themen ihres Fach- oder Interessengebietes ausdrücken und dabei ein breites Spektrum einfacher sprachlicher Mittel flexibel einsetzen. Sie verfügen über ein gesichertes Grundvokabular der Fachsprache und besitzen Kenntnisse in der mündlichen und schriftlichen Wirtschaftskommunikation.</p> <p><u>Systemisch</u></p>

	<p>Die Studierenden verfügen auf der Grundlage authentischer Geschäftssprache über ein Grundrepertoire häufig verwendeter Redefloskeln und Wendungen der Wirtschaftskommunikation. Sie sind in der Lage, Informationen aus längeren Fachtexten herauszufiltern und weiterzuverarbeiten sowie unbekannte Wörter aus dem Kontext zu erschließen.</p> <p><u>Kommunikativ</u></p> <p>Die Studierenden können in Alltagsgesprächen und bei einfachen Geschäftsthemen auf ein hinreichend breites Repertoire an Lexik und sprachlichen Mittel zurückgreifen, um in der Fremdsprache stilistisch und formal weitgehend korrekt agieren zu können.</p>														
Studiensemester	Semester 6														
Dauer des Moduls	1 Semester														
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Jährlich (Sommersemester)														
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	4														
Gesamtworkload	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Prä</th> <th>EvL-T</th> <th>EvL-P</th> <th>PV</th> <th>TU</th> <th>PL</th> <th>Σ</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>58</td> <td>40</td> <td></td> <td>20</td> <td></td> <td>2</td> <td>120</td> </tr> </tbody> </table>	Prä	EvL-T	EvL-P	PV	TU	PL	Σ	58	40		20		2	120
Prä	EvL-T	EvL-P	PV	TU	PL	Σ									
58	40		20		2	120									
Art des Moduls	Wahlpflichtmodul														
Verwendbarkeit des Moduls	--														
Voraussetzungen für die Teilnahme	--														
Modulverantwortlicher/Modulverantwortliche	Margret Müller														
Name der/des Hochschullehrer/s der Lehrveranstaltungen	Dozent 2. Fremdsprache														
Lehrsprache	Zu unterrichtende Fremdsprache und Deutsch														
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Klausur (Ende Theoriephase) 60 Min. 50 % Mündliche Prüfung (Ende Theoriephase) 20 Min. 50 %														
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	ECTS des Moduls/168 ETCS * 80 %														
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Seminar, Übung														
Besonderes (z. B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	Multi-mediales Sprachlabor														
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	<p>Literaturangaben hängen von der gewählten Sprache ab und werden durch die jeweiligen Hochschullehrer vorgegeben. Literaturbeispiele zu den bisher am häufigsten gewählten Sprachen Spanisch und Russisch:</p> <p><u>Spanisch</u></p> <p>Milagros Iglesias, N.: La correspondencia commercial, aktuelle Auflage.</p> <p>Eurolingua Espanol 2. Kursbuch, mit Vocabulario, Cornelsen Verlag, Berlin, aktuelle Auflage.</p> <p>Wörterbuch Spanisch-Deutsch/Deutsch-Spanisch.</p> <p>Langenscheidt: Diccionario de Español para Extranjeros,</p>														

	<p>Langenscheidt, München, aktuelle Auflage.</p> <p><u>Russisch</u></p> <p>MOST B1 Kurs- und Übungsbuch; Ernst Klett Verlag, aktuelle Auflage.</p> <p>Loos, H.: Business -Lehrbuch der russischen Sprache für die Wirtschaft.</p> <p>Wörterbuch Russisch-Deutsch/Deutsch-Russisch.</p> <p>Jeweils die neueste Auflage folgender Lehrwerke als zusätzlich empfohlene Literatur:</p> <p><u>Spanisch</u></p> <p>Steinitz, René/Breitscher, Gina: Teoría y practica del español comercial. Theorie und Praxis der spanischen Handelssprache, Hueber Verlag, Ismaning, aktuelle Auflage.</p> <p><u>Russisch</u></p> <p>MOST Grammatikübungsbuch und On-Line Software.</p> <p>MOST Vokabeltrainer.</p>
--	---

Modul-Nr./ Code	7HI-WPS60-HI
Modulbezeichnung	Zweite Fremdsprache Niveaustufe B2 (Chinesisch, Französisch, Italienisch, Russisch, Spanisch, Tschechisch)
Ggfs. Lehrveranstaltungen des Moduls	Übung 58h
Inhalte des Moduls	<p>Aufbauend auf den im Modul „Zweite Fremdsprache Niveaustufe B1“ erworbenen Fähigkeiten und Fertigkeiten werden die Grundkenntnisse in der Wirtschaftssprache an ausgewählten Themen ausgebaut und vertieft. Dadurch werden die Studierenden dazu befähigt, sich an Fachgesprächen effektiv zu beteiligen und unter Zuhilfenahme eines hinreichend breiten Spektrums an sprachlichen Mitteln schriftlich zu fachspezifischen Sachverhalten zu äußern.</p> <p>Der Kurs entspricht der Niveaustufe B2 des Gemeinsamen Europäischen Referenzrahmens für Sprachen.</p> <p>Themen</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Internationaler Handel (Messen und Ausstellungen, Dienstreisen, Incoterms, etc.) ▪ Marketing (Marketing Mix, Werbemittel, Zielgruppen, etc.) ▪ Verhandlungen ▪ Wirtschaft und Umwelt ▪ Präsentationen zu Fachthemen <p>Grammatik</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Wiederholung relevanter Grammatikthemen
Lernergebnisse des Moduls	<p><i>Wissen und Verstehen</i></p> <p>Die Studierenden verfügen aufbauend auf den im Modul ‚Zweite Fremdsprache Niveaustufe B1‘ erworbenen Fähigkeiten und Fertigkeiten über sprachliche Kompetenzen in ausgewählten Kommunikationssituationen und -bereichen des Geschäftslebens. Die Studierenden verfügen über ein hinreichend breites Spektrum an sprachlichen Mitteln, welches sie befähigt, sich unter Einhaltung der üblichen Konventionen der Gestaltung und Gliederung zusammenhängend schriftlich zu Wirtschaftsthemen zu äußern. Sie können Vorträge, Fachtexte und graphische Darstellungen zusammenfassen sowie auswerten.</p> <p><i>Können</i></p> <p><u>Instrumental</u></p> <p>Die Studierenden können sich zu ausgewählten Wirtschaftsthemen ausdrücken und dabei ein breites Spektrum der vier Sprachtätigkeiten Hör- und Leseverstehen sowie Sprechen und Schreiben flexibel einsetzen. Sie verfügen über ein breites Vokabular der Fachsprache und besitzen tiefere Kenntnisse in der mündlichen und schriftlichen Wirtschaftskommunikation.</p> <p><u>Systemisch</u></p> <p>Die Studierenden werden mit einem hinreichend breiten Spektrum an sprachlichen Mitteln vertraut gemacht, welches sie befähigt, Werbetexte selbstständig in der Fremdsprache zu verfassen und sich unter Einhaltung der üblichen Konventionen der Gestaltung und Gliederung zusammenhängend schriftlich zu Wirtschaftsthemen zu äußern.</p>

	<p><u>Kommunikativ</u></p> <p>Die Studierenden sind befähigt, sich zu verschiedenen Themen detailliert äußern zu können, in Gesprächen unter Verwendung geeigneter sprachlicher Mittel das Wort zu ergreifen und sich mit eigenen Beiträgen effektiv an Gruppendiskussionen zu beteiligen. Sie können Präsentationen zu ausgewählten Themen erstellen und Fachtexte und graphische Darstellungen mit ihren Sprachkenntnissen erläutern sowie interpretieren.</p>							
Studiensemester	Semester 6							
Dauer des Moduls	1 Semester							
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Jährlich (Sommersemester)							
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	4							
Gesamtworkload	Prä	EvL-T	EvL-P	PV	TU	PL	Σ	
	58	40		20		2	120	
Art des Moduls	Wahlpflichtmodul							
Verwendbarkeit des Moduls	- -							
Voraussetzungen für die Teilnahme	- -							
Modulverantwortlicher/Modulverantwortliche	Margret Müller							
Name der/des Hochschullehrer/s der Lehrveranstaltungen	Dozent 2. Fremdsprache							
Lehrsprache	Zu unterrichtende Fremdsprache und Deutsch							
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Klausur (Ende Theoriephase) 60 Min. 50 % Mündliche Prüfung (Ende Theoriephase) 20 Min. 50 %							
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	ECTS des Moduls/168 ETCS * 80 %							
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Seminar, Übung							
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	Multi-mediales Sprachlabor							
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	<p>Literaturangaben hängen von der gewählten Sprache ab und werden durch die jeweiligen Hochschullehrer vorgegeben. Literaturbeispiele zu den bisher am häufigsten gewählten Sprachen Spanisch und Russisch:</p> <p><u>Spanisch</u></p> <p>Bommel, A. v.; Esch, C. J. M. v.: Puerta abierta: Spanisch für Geschäft, Handel und Reise, Ernst Klett Verlag, Stuttgart, aktuelle Auflage.</p> <p>Malinowski, H.; Pellicer Palacin, M. R: Eurolingua Espanol 2, Cornelsen Verlag, Berlin, aktuelle Auflage.</p> <p>Malinowski, H.; Pellicer Palacin, M. R: Eurolingua Espanol 3, Cornelsen Verlag, Berlin, aktuelle Auflage.</p> <p>Wörterbuch Spanisch-Deutsch/Deutsch-Spanisch.</p> <p>Diccionario de Español para Extranjeros. Einsprachiges Lernerwörterbuch.</p>							

	<p>terbuch Spanisch. Langenscheidt, München, aktuelle Auflage.</p> <p><u>Russisch</u></p> <p>Loos, H.: Business-Lehrbuch der russischen Sprache für die Wirtschaft.</p> <p>Wörterbuch Russisch-Deutsch/Deutsch-Russisch.</p> <p>Einsprachiges Wörterbuch Russisch.</p> <p>Jeweils die neueste Auflage folgender Lehrwerke als zusätzlich empfohlene Literatur:</p> <p><u>Spanisch</u></p> <p>Steinitz, René/Beitscher, Gina: Teoría y practica del español commercial, Hueber Verlag, Ismaning, aktuelle Auflage.</p> <p>Zeitschriften/Fachzeitschriften.</p> <p><u>Russisch</u></p> <p>Saprykina/Pribyl: Wirtschaftsrussisch, Verlag Oldenbourg, aktuelle Auflage.</p> <p>Zeitschriften/Fachzeitschriften.</p>
--	--

2 Wahlpflicht fachspezifisch (WPF)

- Social Media Marketing
- International Marketing and Retailing (EN)
- Kommunikation und verkaufpsychologische Aspekte
- Gesundheitsförderung und -prävention
- IT-gestützte Produktionsplanung und -steuerung
- Unternehmensgründung und Geschäftsmodellentwicklung
- Aktuelle Themen der Lebensmittel- und Ernährungswirtschaft sowie des Verbraucherschutzes
- Auditieren von Managementsystemen

Modul-Nr./Code	7HI-WPF01-HI
Modulbezeichnung	Social Media Marketing
Ggfs. Lehrveranstaltungen des Moduls	Vorlesung 28h / Übung 28h / Tutorium 2h
Inhalte des Moduls	<p>Studierende erlernen eine strategische, entscheidungsorientierte Sichtweise im Umgang mit social Media im Unternehmen. Sowohl aus Unternehmens- als auch aus Nutzerperspektive werden Plattformen analysiert und Einsatzmöglichkeiten aufgezeigt. Studierende erfahren die Kosten- und Erfolgswirkungen sowie die Herausforderungen des Einsatzes von Social Media Marketing kennen.</p> <p>Stellenwert von Social Media Marketing im Rahmen der Unternehmenskommunikation</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Sozialen Medien im virtuellen Zeitalter ▪ Einordnung in die Unternehmenskommunikation ▪ Nutzerperspektive <p>Status quo</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Ausprägungsformen (u.a. Soziale Netzwerke, Blogs und Micro-blogs, Media-Sharing Plattformen, Messenger-Dienste, Foren, Communities) ▪ Typologisierung ▪ Interne Kommunikation mit Social Media Marketing ▪ Externe Kommunikation mit Social Media Marketing <p>Strategieentscheidungen im Social Media Marketing</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Planungsprozess im Social Media Marketing ▪ Zielfestlegung und Konzeption ▪ Situationsanalyse ▪ Controlling und Organisation ▪ Umgang mit Kritik / ethischer Herausforderungen ▪ Rechtliche Rahmenbedingungen <p>Praxisbeispiele / Analyse des Praxispartners</p>
Lernergebnisse des Moduls	<p><i>Wissen und Verstehen</i></p> <p>Die Studierenden erwerben grundlegendes Wissen über die Bedeutung von social Media Marketing für den wirtschaftlichen Erfolg des Unternehmens. Sie wissen, dass von der erfolgreichen Gestaltung der social Media Marketing-aktivitäten der Erfolg des Unternehmens mitbestimmt wird. Gleichwohl sind sie sich über die Herausforderungen und die Vor- und Nachteile der Ausprägungsformen bewusst.</p> <p><i>Können</i></p> <p><u>Instrumental</u></p> <p>Die Studierenden kennen die aktuellen Ausprägungsformen von social Media Marketing und sind in der Lage diese zu Typologisierung. Sie können dies in die Unternehmenskommunikation einordnen. Im Rahmen der Entscheidungsprozesse (Planung, Zielfestlegung, Situationsanalyse, Controlling) von Social Media Marketing können Sie sich mit Fachexperten austauschen und Empfehlungen ableiten.</p> <p><u>Systemisch</u></p>

	<p>Die Studierenden sind in der Lage, den Zusammenhang zwischen Social Media Marketing und Unternehmensstrategie zu erfassen und die strategische Bedeutung der Gestaltung der Marketing-Aktivitäten einzuschätzen. Sie können die eigene Verantwortung für eine seriöse und vertrauensbildende Gestaltung der Social-Media-Aktivitäten werten und sind sich auch der ethischen und rechtlichen Herausforderungen bewusst. Sie kennen die Social-Media-Aktivitäten ihres Praxispartners und können dies analysieren und Empfehlungen ableiten.</p> <p><u>Kommunikativ</u></p> <p>Die Studierenden sind in der Lage, sich gegenüber Fachvertretern sowie Laien sowie mündlich als auch schriftlich auf fachlich korrekte Art und Weise zu Social Media Marketing zu verständigen.</p>														
Studiensemester	Semester 5														
Dauer des Moduls	1 Semester														
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Jährlich (Sommersemester)														
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	4														
Gesamtworkload	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Prä</th> <th>EvL-T</th> <th>EvL-P</th> <th>PV</th> <th>TU</th> <th>PL</th> <th>Σ</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>58</td> <td>7</td> <td>32</td> <td>20</td> <td>2</td> <td>1</td> <td>120</td> </tr> </tbody> </table>	Prä	EvL-T	EvL-P	PV	TU	PL	Σ	58	7	32	20	2	1	120
Prä	EvL-T	EvL-P	PV	TU	PL	Σ									
58	7	32	20	2	1	120									
Art des Moduls	Wahlpflichtmodul														
Verwendbarkeit des Moduls	--														
Voraussetzungen für die Teilnahme	--														
Modulverantwortlicher/Modulverantwortliche	Prof. Dr. Juliane Kellner-Fuchs														
Name der/des Hochschullehrer/s der Lehrveranstaltungen	Ext. Lehrbeauftragte														
Lehrsprache	Deutsch / Englisch														
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Klausur (Semesterende) 60 Min.														
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	ECTS des Moduls/168 ETCS * 80 %														
Medien/Arbeitsmaterialien	Fallbeispiele, PC Labor / Notebook														
Besonderes (z. B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	Nutzung des Online-Bereiches der Bibliothek für die Literaturstudien														
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	<p>Jeweils die neueste Auflage</p> <p><u>Basisliteratur</u></p> <p>Ceyp, M.; Scupin, J.-P.: Erfolgreiches Social Media Marketing Konzepte, Maßnahmen und Praxisbeispiele. Wiesbaden: Springer Gabler. [ebook]</p> <p>Kreutzer, R. T.: Online-Marketing. Wiesbaden: Springer Gabler. [ebook]</p> <p>Kreutzer, R. T.: Social-Media-Marketing kompakt. Ausgestalten, Plattformen finden, messen, organisatorisch verankern. Wiesbaden: Springer Gabler. [ebook]</p> <p>Kreutzer, R. T.; Rumler, A.; Wille-Baumkauff, B.: B2B-Online-Marketing und Social Media. Handlungsempfehlungen und Best Prac-</p>														

	<p>tices. Wiesbaden: Springer Fachmedien. [ebook]</p> <p><u>Vertiefende Literatur</u></p> <p>Fritz, B.: Mindful Social Media Marketing: achtsam und erfolgreich kommunizieren. Bonn: Rheinwerk Verlag. [ebook]</p> <p>Pahrmann, C.; Kupka, K.; Schwenke, T.; Ladwig, W.; Weinberg, T.: Social Media Marketing Praxishandbuch für Twitter, Facebook, Instagram & Co. Heidelberg: O'Reilly. [ebook]</p>
--	---

Modul-Nr./Code	7HI-WPF02-HI
Modulbezeichnung	International Marketing and Retailing (EN)
Ggf. Lehrveranstaltungen des Moduls	Vorlesung 29h / Seminar 29h / Tutorium 2h
Inhalte des Moduls	<p>Nahezu kein Unternehmen kann sich der Internationalisierung verwehren. Studierende erlernen marktgerichtete Entscheidungen innerhalb des internationalen Marketing-Managements zu treffen, um betriebliche Ziele zu erreichen. Sie kennen die Rahmenbedingungen des internationalen Marketings und können daraufhin strategische Ableitungen zum Markteintritt und Marktbearbeitung in Abhängigkeit der Unternehmenssituation vornehmen.</p> <p>Grundlagen</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Begriffe und Definitionen Internationalisierung und internationales Marketingmanagement ▪ Planungsprozess ▪ Rahmenbedingungen <p>Strategische Aspekte</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Zielplanung ▪ Auswahl der Auslandsmärkte ▪ Markteintritt ▪ Marktbearbeitung <p>Internationale Marketingpolitik</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Produktpolitik ▪ Preispolitik ▪ Kommunikationsmanagement ▪ Distributionsmanagement <p>Internationales Marketingcontrolling</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Controlling der internationalen Marketingaktivitäten ▪ Marketing-Audits <p>International Retailing</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Focus on the internationalization of the retailing sector in various branches/industries and regions ▪ Objectives and reasons for internationalization of the retailing sector ▪ Success factors of internationalization of retailing companies ▪ Highlight country specifics in Europe, USA in comparison with Asian countries ▪ The positioning of the respective country within the world economy (trade and FDI) ▪ Selected regional and sectoral markets
Lernergebnisse des Moduls	<p>Wissen und Verstehen</p> <p>Studierende verfügen über tiefgreifendes Verständnis des internationalen Marketings und haben grundlegenden Kenntnisse über strategische Aspekte. Sie erwerben Kenntnis über internationale Marketingpolitik, die Unternehmen dabei unterstützen, zusätzliche Märkte und Kunden zu erschließen.</p> <p>Wissensvertiefung</p> <p>Studierende sind in der Lage umfassende Analyse und Diskussionen zu diesem Thema zu führen und Gestaltungsmaßnahmen in der Praxis abzuleiten.</p>

	<p>Können</p> <p>Instrumental</p> <p>Studierende kennen die Grundlagen zum internationalen Marketing, bspw. können sie Begrifflichkeiten erläutern und die Rahmenbedingungen darlegen. Sie sind sich der Bedeutung einer zunehmenden Internationalisierung bewusst. Sie haben Wissen über strategische Entscheidungsprozesse zur Marktauswahl, -eintritt und -bearbeitung erlangt und können dies bei ihren Praxispartner einbringen.</p> <p>Systemisch</p> <p>Die Studierenden sind in der Lage, selbstständig weiterführende Lernprozesse - bezogen auf internationales Marketing – zu bewältigen. Sie können selbstständig relevante Informationen über Kunden, Märkte und Wettbewerber sammeln, bewerten und interpretieren. Studierende sind in der Lage die internationale Marketingpolitik und - das internationale Marketingcontrolling zu analysieren und Handlungsmaßnahmen abzuleiten.</p> <p>Kommunikativ</p> <p>Studierende sind in der Lage, Problemstellungen zum internationalen Marketing zu diskutieren. Sie können Problemlösungen formulieren, visualisieren, präsentieren, begründen und verhandeln. Die Studierenden sind befähigt den eigenen Standpunkt sachlich fundiert und respektvoll im Umgang miteinander zu vertreten.</p>														
Studiensemester	Semester 5														
Dauer des Moduls	1 Semester														
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Jährlich (Wintersemester)														
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	4														
Gesamtworkload	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Prä</th> <th>EvL-T</th> <th>EvL-P</th> <th>PV</th> <th>TU</th> <th>PL</th> <th>Σ</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>58</td> <td>7</td> <td>32</td> <td>20</td> <td>2</td> <td>1</td> <td>120</td> </tr> </tbody> </table>	Prä	EvL-T	EvL-P	PV	TU	PL	Σ	58	7	32	20	2	1	120
Prä	EvL-T	EvL-P	PV	TU	PL	Σ									
58	7	32	20	2	1	120									
Art des Moduls	Wahlpflichtmodul														
Verwendbarkeit des Moduls	- -														
Voraussetzungen für die Teilnahme	- -														
Modulverantwortlicher/Modulverantwortliche	Prof. Dr. Juliane Kellner-Fuchs														
Name der/des Hochschullehrer/s der Lehrveranstaltungen	Prof. Dr. Juliane Kellner-Fuchs														
Lehrsprache	Englisch														
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Klausur (Semesterende) 60 Min.														
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	ECTS des Moduls/168 ETCS * 80 %														
Medien/Arbeitsmaterialien	Skript, Fallbeispiele, PC Labor / Notebook														
Besonderes (z. B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	Nutzung des Online-Bereiches der Bibliothek für die Literaturstudien, Praxisbesuch														
Literatur	Jeweils die neueste Auflage														

(Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	<p><u>Basisliteratur</u></p> <p>Berndt, R.; Fantapié Altobelli, C.; Sander, M.: Internationales Marketingmanagement. Wiesbaden: Springer Gabler [ebook]</p> <p>Hollensen, S.: Global Marketing, London: Addison Wesley.</p> <p>Kotabe, M.; Helsen, K.: Global Marketing Management. Hoboken: Wiley.</p> <p>Sternad, D.; Höfferer, M.; Haber, G. (Hrsg.): Grundlagen Export und Internationalisierung. Wiesbaden: Springer Gabler. [ebook]</p> <p>Zentes, J.; Swoboda, B.; Schramm-Klein, H.: Internationales Marketing, München: Vahlen.</p> <p><u>Vertiefende Literatur</u></p> <p>Czinkota, M. R.; Ronkainen, I. A.: International Marketing, Mason: South-Western College Publishing.</p> <p>Gutting, D.: Interkulturelles Marketing im digitalen Zeitalter. Wiesbaden: Springer Gabler [ebook]</p> <p>Keegan, W. J.; Green, M. C.: Global Marketing, Upper Saddle River.</p>
---	--

Modul-Nr./Code	7HI-WPF03-HI
Modulbezeichnung	Kommunikation und verkaufpsychologische Aspekte
Ggfs. Lehrveranstaltungen des Moduls	Vorlesung 28h / Übung 28h / Tutorium 2h
Inhalte des Moduls	<p>Die wirtschaftliche Entwicklung wird national und international auch künftig vom Verdrängungswettbewerb bestimmt sein. Unter diesen Bedingungen kommt dem Vertrieb eine immer bedeutendere Rolle zu. Es werden sich nur jene Unternehmen, vergleichbar in Struktur und Produkt oder Dienstleistung, auf dem Markt behaupten, die die bessere Verkaufsstrategie besitzen. Mit anderen Worten: die Qualifikation der Verkäufer wird über das Schicksal ganzer Unternehmen entscheiden. Deshalb liegt die Qualifikation von Mitarbeitern im Außendienst im Interesse dieser Unternehmen.</p> <p>Allgemeine Grundlagen</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Ziele und Kommunikationssituationen in Vertrieb und Verkauf ▪ Kundenerwartungen und Kundennutzen - vom Bedürfnis zum Bedarf ▪ Gestaltung der Beziehung zwischen Verkäufer und Kunden ▪ Serviceverständnis, Identifikation mit Produkt/Dienstleistung und Unternehmen <p>Psychologische und kommunikative Grundlagen</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Bedeutung und Erkundung von Bedürfnissen ▪ Persönlichkeit und Verhalten (Einschätzen der eigenen Persönlichkeit und der Persönlichkeit des Kunden) ▪ Wahrnehmung (Rollenselbstbild und Rollenfremdbild, Subjektivität, Wahrnehmungsfehler) ▪ Grundlagen der Kommunikation (Watzlawick), Anatomie der Nachricht (von Thun) ▪ Transaktionsanalyse, Zuhören, Feedback ▪ Umgang mit Stress und Konflikten in Verkaufssituationen <p>Verkaufstechniken</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Verhandlungstypen und Verhandlungszyklus ▪ Einwandbehandlung ▪ Preisverhandlung <p>Vorbereitung von Verhandlungen</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Relevanz und Methodik der Vorbereitung ▪ Ziele in Verhandlungssituationen ▪ Der richtige Rahmen für Verhandlungen ▪ Die grundlegenden Positionen in Verhandlungen (Wertearbeit) ▪ Einschätzung der Gesprächs- und Verhandlungspartner (DISG Modell)
Lernergebnisse des Moduls	<p><i>Wissen und Verstehen</i></p> <p>Die Studierenden erwerben grundlegendes Wissen über die Bedeutung des Verkaufs für den wirtschaftlichen Erfolg des Unternehmens. Sie wissen, dass von der erfolgreichen Gestaltung der Kundenbeziehung das Image und die Wettbewerbsfähigkeit des Unternehmens entscheidend mitbestimmt werden.</p> <p>Sie erwerben psychologische Kenntnisse, die es ihnen ermöglichen, ihr eigenes Verkaufspotenzial ebenso wie die Persönlichkeit des Kunden einzuschätzen, um die Beziehung zum Kunden erfolgreich zu gestalten.</p> <p>Die Studierenden verfügen über das grundlegende Wissen auf dem</p>

	<p>Gebiet der Kommunikation, um erfolgreich Kundengespräche und Verhandlungen zu führen und in Konfliktsituationen angemessen zu handeln.</p> <p>Die Studierenden verstehen das Verkaufen als einen strategischen Führungsprozess, in dem der Kunde zu der gewünschten Entscheidung zu bewegen ist. Sie wissen, dass die Argumentation der Produkteigenschaften oder Dienstleistungsangebote für den Kunden nutzenorientiert erfolgen muss.</p> <p>Können</p> <p><u>Instrumental</u></p> <p>Die Studierenden kennen Techniken zur erfolgreichen Gestaltung von Verkaufsgesprächen und Verhandlungen (Fragetechnik, aktives Zuhören, Ich und Du – Botschaften, Rapport-techniken, Feedback nehmen und geben, Einwandbehandlung, Preisverhandlung) und können sie in Gesprächen anwenden.</p> <p><u>Systemisch</u></p> <p>Die Studierenden sind in der Lage, den Zusammenhang zwischen Verkauf und Unternehmensstrategie zu erfassen und die strategische Bedeutung der Gestaltung der Kundenbeziehungen einzuschätzen. Sie können die eigene Verantwortung für eine seriöse und vertrauensbildende Gestaltung der Kundenbeziehung mit dem Ziel der Kundenbindung werten. Die Studierenden kennen Taktiken um persönliche Angriffe abzuwehren und ein Gespräch wieder sachlich zu lenken.</p> <p><u>Kommunikativ</u></p> <p>Die Studierenden sind in der Lage, die eigene Kommunikation zielgerichtet zu gestalten und sich in Konfliktsituationen angemessen zu verhalten. Die sprachliche Gewandtheit wird weiter gefördert, Fachbegriffe werden in den Trainings über Simulationen trainiert. Die Körpersprache wird analysiert und auf verschiedene Situationen fachgerecht angewandt.</p>														
Studiensemester	Semester 5														
Dauer des Moduls	1 Semester														
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Jährlich (Sommersemester)														
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	4														
Gesamtworkload	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Prä</th> <th>EvL-T</th> <th>EvL-P</th> <th>PV</th> <th>TU</th> <th>PL</th> <th>Σ</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>58</td> <td>7</td> <td>32</td> <td>20</td> <td>2</td> <td>1</td> <td>120</td> </tr> </tbody> </table>	Prä	EvL-T	EvL-P	PV	TU	PL	Σ	58	7	32	20	2	1	120
Prä	EvL-T	EvL-P	PV	TU	PL	Σ									
58	7	32	20	2	1	120									
Art des Moduls	Wahlpflichtmodul														
Verwendbarkeit des Moduls	--														
Voraussetzungen für die Teilnahme	--														
Modulverantwortlicher/Modulverantwortliche	Prof. Dr. Juliane Kellner-Fuchs														
Name der/des Hochschullehrer/s der Lehrveranstaltungen	Gisbert Günther														
Lehrsprache	Deutsch														

Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Klausur (Semesterende) 60 Min.
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	ECTS des Moduls/168 ETCS * 80 %
Medien/Arbeitsmaterialien	Fallbeispiele, PC-Labor / eigener Rechner
Besonderes (z. B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	Nutzung des Online-Bereiches der Bibliothek für die Literaturstudien
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	<p>Jeweils die neueste Auflage</p> <p><u>Basisliteratur</u></p> <p>Bänsch, A.: Verkaufspsychologie und Verkaufstechnik, München (u.a.): Oldenbourg. [ebook]</p> <p>Fisher, R.; Ury, W.; Palton, B.: Das Havard-Konzept. Sachgerecht verhandelt - erfolgreich verhandeln. Frankfurt a. Main: Campus Verlag.</p> <p>Staudacher, J.: Kundenorientierung. Grundlagen, Modelle und Best Practices für eine erfolgreiche Transformation. Wiesbaden: Springer Fachmedien. [ebook]</p> <p>Watzlawick, P.; Beavin, J. H.; Jackson, D. D.: Menschliche Kommunikation, Bern: Hogrefe.</p> <p><u>Vertiefende Literatur</u></p> <p>Becker, W.: Verkaufspsychologie: Theoretische Grundlagen und praktische Anwendungen, München, Wien: Profil-Verlag.</p> <p>Hafner, N.: Die Kunst der Kundenbeziehung die besten Ratschläge für ein langfristig profitables CRM. Freiburg; München; Stuttgart: Haufe Group.</p> <p>Sorge, G.: Verhandeln im Einkauf Praxiswissen für Einsteiger und Profis. Wiesbaden: Springer Gabler. [ebook]</p> <p>Tembrink, C.: Verkaufspsychologie im Online-Marketing wie Sie Kunden magisch anziehen. Wiesbaden: Springer, Gabler. [ebook].</p> <p>Schranner, M.: Verhandeln im Grenzbereich: Strategien und Taktiken für schwierige Fälle, Econ business</p>

Modul-Nr./Code	7HI-WPF04-HI
Modulbezeichnung	Gesundheitsförderung und -prävention
Ggfs. Lehrveranstaltungen des Moduls	Vorlesung 28h / Übung 28h / Tutorium 2h
Inhalte des Moduls	<p>Prävention und Gesundheitsförderung</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Bedeutung und Grundlagen ▪ Public Health ▪ Primär-, Sekundär- und Tertiärprävention ▪ Gesundheitskommunikation in Prävention und Gesundheitsförderung ▪ Risikoverhalten und Risikofaktoren ▪ Handlungsfelder und ausgewählte Präventionsbereiche ▪ Prävention und Gesundheitsförderung in Lebenswelten (Settings) ▪ Betriebliches Gesundheitsmanagement: Arbeitsschutz, Betriebliche Gesundheitsförderung und Betriebliches Eingliederungsmanagement, insb. in Handels- und Industrieunternehmen ▪ Förderung mentaler Gesundheit <p>Anwendungsfälle und Fallstudien aus der Praxis</p>
Lernergebnisse des Moduls	<p><i>Wissen und Verstehen</i> Die Studierenden haben grundsätzliche Kenntnisse zu den Konzepten des Public Health und deren Hintergründen sowie zu gesundheitsförderlichen Faktoren. Sie verfügen über das Verständnis zur Notwendigkeit und Bedeutung von Gesundheitsförderung und Prävention zu ausgewählten Krankheitsbildern und zu psychischen Belastungen. Darüber hinaus bestehen umfassende Kenntnisse zur Gesundheitskommunikation sowie zu einzelnen Interventionstypen von Maßnahmen und dem Betrieblichen Gesundheitsmanagement, insbesondere in Handels- und Industrieunternehmen.</p> <p><i>Können</i></p> <p><u>Instrumental</u> Die Studierenden können Konzepte und Maßnahmen zur Analyse und Verbesserung des betrieblichen Gesundheitsmanagement nachvollziehen und zur Verbesserung bzw. Neukonzeption beitragen.</p> <p><u>Systemisch</u> Sie sind in der Lage, die Zusammenhänge zwischen Konzepten des Public Health und Grundlagen der Gesundheitsökonomie herzustellen.</p> <p><u>Kommunikativ</u> Die Studierenden sind in der Lage, Fachbegriffe und Kategorien der Gesundheitsförderung und Prävention zu formulieren und zu erläutern und die Bedeutung bzw. Wirkungen von Maßnahmen der Prävention und Gesundheitsförderung grundlegend einzuschätzen.</p>
Studiensemester	Semester 5
Dauer des Moduls	1 Semester
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Jährlich (Sommersemester)
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	4

Gesamtworkload	Prä	EvL-T	EvL-P	PV	TU	PL	Σ
	58	7	32	20	2	1	120
Art des Moduls	Wahlpflichtmodul						
Verwendbarkeit des Moduls	- -						
Voraussetzungen für die Teilnahme	- -						
Modulverantwortlicher/Modulverantwortliche	Prof. Dr. Juliane Kellner-Fuchs						
Name der/des Hochschullehrer/s der Lehrveranstaltungen	Externer Dozent						
Lehrsprache	Deutsch						
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Klausur (Semesterende) 60 Min.						
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	ECTS des Moduls/168 ETCS * 80 %						
Medien/Arbeitsmaterialien	Fallbeispiele, PC Labor / eigener Rechner						
Besonderes (z. B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	Nutzung des Online-Bereiches der Bibliothek für die Literaturstudien						
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	<p>Jeweils die neueste Auflage</p> <p><u>Basisliteratur</u></p> <p>Hurrelmann, K.; Richter, M.; Klotz, T.; Stock, S. (Hrsg.): Referenzwerk Prävention und Gesundheitsförderung: Grundlagen, Konzepte und Umsetzungsstrategien. Göttingen u.a.: Hogrefe.</p> <p>Tiemann, M.; Mohokum, M. (Hrsg.): Prävention und Gesundheitsförderung. Berlin: Springer.</p> <p><u>Vertiefende Literatur</u></p> <p>Wirtz, M. A.; Kohlmann, C.-W.; Salewski, C.(Hrsg.): Psychologie in der Gesundheitsförderung. Bern: Hogrefe.</p> <p>Egger, M.; Razum, O. (Hrsg): Public Health Kompakt. Berlin: De Gruyter.</p> <p>Bonk, Mathias; Ulrichs, Timo (Hrsg.): Global Health: Das Konzept der Globalen Gesundheit. Berlin: De Gruyter</p>						

Modul-Nr./Code	7HI-WPF11-HI
Modulbezeichnung	IT-gestützte Produktionsplanung und -steuerung
Ggf. Lehrveranstaltungen des Moduls	Vorlesung 20h / Seminar und Übung 38h
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Aufgaben des ERP ▪ Aufgaben der PPS ▪ Konzepte der Produktionsplanung: Material-, Zeit- und Kapazitätsplanung ▪ Material Requirement Planning ▪ Konzepte der Produktionssteuerung: Auftragsfreigabe und Maschinenbelegungsplanung, Betriebsdatenerfassung, ▪ Neuere PPS-Konzepte ▪ Lösungsansätze und industrielles Umfeld ▪ Bussysteme und Prozessleittechnik ▪ Aufbau und Umgang mit ERP-Software
Lernergebnisse des Moduls	<p><i>Wissen und Verstehen</i></p> <p>Studierende kennen die Aufgaben des ERP und der PPS im Unternehmen sowie die grundsätzlichen Methoden der Beschreibung und Abbildung betrieblicher Prozesse in ERP-Systemen. Das Beschreiben der Material-, Zeit- und Kapazitätswirtschaft durch die Produktionsplanung sowie die Produktionssteuerung werden verstanden.</p> <p><i>Können</i></p> <p><u>Instrumental</u></p> <p>Studierende beherrschen grundlegende Funktionen von ERP-Systemen als Anwender und ist in der Lage, betriebliche Prozesse der Material-, Zeit- und Kapazitätsplanung in ERP-Systemen abzubilden sowie die Steuerung von Produktionsprozessen mithilfe von ERP-Systemen zu praktizieren.</p> <p><u>Systemisch</u></p> <p>Ausgehend von der Struktur von Produkten und den prozessbeschreibenden Dokumenten (Stücklisten, Verfahrensanweisungen u. a. Dokumente) ist durch die Studierenden eine Abbildung der beteiligten Prozesse im ERP-System möglich. Es werden mit diesem Modul ingenieurwissenschaftliche Grundlagen- und Anwendungskompetenzen sowie Methodenkompetenzen entwickelt. Studierende können Daten und Informationen aus diversen Quellen sammeln und systematisch aufbereiten. Sie sind befähigt, die zur Verfügung stehenden Lern- und Arbeitsmittel selbstständig zum weiteren Wissenserwerb zu nutzen.</p> <p><u>Kommunikativ</u></p> <p>Die Studierenden stellen ERP und PPS-Sachverhalte korrekt dar und können bei Diskussionen mit Fachvertretern ihre erhaltenen Resultate fachgerecht formulieren und ihre Standpunkte kompetent verteidigen. Sie sind offen für kritische Hinweise ihrer Gesprächspartner und können auch selbst auf angemessene Weise Kritik äußern.</p>
Studiensemester	Semester 6

Dauer des Moduls	1 Semester							
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Jährlich (Wintersemester)							
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	4							
Gesamtworkload	Prä	EvL-T	EvL-P	PV	TU	PL	Σ	
	58	46		15		1	120	
Art des Moduls	Wahlpflichtmodul							
Verwendbarkeit des Moduls	Industrial Engineering							
Voraussetzungen für die Teilnahme	- -							
Modulverantwortlicher/Modulverantwortliche	Prof. Dr. Heiko Lang							
Name der/des Hochschullehrer/s der Lehrveranstaltungen	Ext. Lehrbeauftragter							
Lehrsprache	Deutsch							
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Klausur am PC / Notebook (Semesterende) 60 Min.							
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	ECTS des Moduls/168 ETCS * 80 %							
Medien/Arbeitsmaterialien	Rechnerarbeitsplätze, Prozessdokumentationen, ERP-Software							
Besonderes (z. B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	- -							
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	<p>Jeweils die neueste Auflage</p> <p><u>Basisliteratur</u></p> <p>Corsten, H.; Gössinger, R.: Produktionswirtschaft – Einführung in das industrielle Produktionsmanagement. München.</p> <p>Gronau, N.: Enterprise Ressource Planning - Architektur, Funktionen und Management von ERP-Systemen. München: De Gruyter Oldenbourg.</p> <p>Kurbel, K.: Enterprise Resource Planning und Supply Chain Management in der Industrie.</p> <p>Schuh, G.; Stich, V.: Produktionsplanung und -steuerung. München: Springer Vieweg. [ebook]</p> <p><u>Vertiefende Literatur</u></p> <p>Shtub, A.; Karni, R.: ERP: The Dynamics of Supply Chain and Process Management. Boston: Springer Science and Business Media. [ebook]</p> <p>Vollmann, T.E.; Berry, W.L.; Whybark, D.C.: Manufacturing Planning and Control Systems for Supply Chain Management. 5. Auflage. Bosten (Mass.)</p>							

Modul-Nr./Code	7HI-WPF12-HI							
Modulbezeichnung	Auditieren von Managementsystemen							
Ggf. Lehrveranstaltungen des Moduls	Vorlesung 20h / Seminar und Übung 38h							
Inhalte des Moduls	<p>DIN EN ISO 19011 sowie relevante Passagen der DIN EN ISO/IEC 17021</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Durchführung eines Audits ▪ Planung, Durchführung, Checklistenstellung, Korrekturmaßnahmenfestlegung und -verfolgung, Berichterstattung, Kommunikation 							
Lernergebnisse des Moduls	<p>Wissen und Verstehen Basierend auf den fundierten Kenntnissen der Qualitätsnorm DIN EN ISO 9001 und Qualitätstechniken werden die Anforderungen zum Auditieren von Managementsystemen auf Basis der DIN EN ISO 19011 vermittelt. Anforderungen aus dieser Norm, wie z. B. Auditprinzipien, Auditprogramm und Auditorenkompetenz, werden anhand von Beispielen verdeutlicht.</p> <p>Die Studierenden kennen die Anforderungen der DIN EN ISO 19011 in Hinblick auf Zielsetzung, Verfahren und Ressourcen sowie Risiken. Es werden ferner Kenntnisse zu den Begriffen wie Auditkriterien, -nachweise, -feststellung und -schlussfolgerung und Umsetzungsmöglichkeiten vermittelt. Sie kennen die verschiedenen Auditarten (z. B. System-, Prozess- und Produktaudit). Die Studierenden kennen entscheidende Unterschiede zwischen Produkt- und Systemaudits sowie deren Zielsetzungen und Sie wissen, was ein First-, Second- oder Third-Party-Audit ist.</p> <p>Können Die Studierenden sind in der Lage ein Audit zu planen und durchzuführen. Sie können Auditfeststellungen formulieren und aus diesen Korrekturmaßnahmen erstellen. Die Studierenden sind ferner dazu befähigt kritische Auditsituationen im Qualitätsmanagement souverän zu meistern und mit QM-Audits entscheidende Impulse für kontinuierliche Verbesserungsprozesse im Unternehmen zu setzen.</p>							
Studiensemester	6 Semester							
Dauer des Moduls	1 Semester							
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Jährlich (Sommersemester)							
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	4							
Gesamtworkload	Prä	EvL-T	EvL-P	PV	TU	PL	Σ	
	58	46		15		1	120	
Art des Moduls	Wahlpflichtmodul							
Verwendbarkeit des Moduls	Lebensmittelqualität und Lebensmittelsicherheit							
Voraussetzungen für die Teilnahme	- -							
Modulverantwortlicher/Modulverantwortliche	Prof. Dr. Katja Born							
Name der/des Hochschullehrer/s der Lehrveranstaltungen	Ext. Lehrbeauftragte							
Lehrsprache	Deutsch							

Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Klausur am PC / Notebook (Semesterende) 60 Min.
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	ECTS des Moduls/168 ECTS * 80 %
Medien/Arbeitsmaterialien	Skript, Flipchart, Fallbeispiele
Besonderes (z. B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	Nutzung des Online-Bereiches der Bibliothek für die Literaturstudien, Gastvortrag
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	Jeweils die neueste Auflage DIN-Normen, verfügbar über Perinorm-Datenbank Gietl, G., Lobinger, W. [2014]: Qualitätsaudit: Planung und Durchführung von Audits, 3. Auflage, Carl Hanser Verlag München

Modul-Nr./Code	7HI-WPF13-HI
Modulbezeichnung	Unternehmensgründung und Geschäftsmodellentwicklung
Ggf. Lehrveranstaltungen des Moduls	Vorlesung 20h / Seminar und Übung 38h
Inhalte des Moduls	<p>In diesem Modul erfolgt der Wissenserwerb zu den Grundlagen des Gründungsmanagements. Es werden Herausforderungen und Chancen des Gründungsmanagements aufgezeigt. Studierende lernen die Bestandteile eines Business-Plans kennen und wenden dies an konkreten Fallbeispielen an. Sie erlernen die Grundlagen, um Geschäftsmodelle zu entwickeln, anzupassen und zu bewerten. Ziel ist es die Teilnehmer zu sensibilisieren, um die Anwendung von Lösungsstrategien im Gründungsmanagement und der Geschäftsmodellentwicklung zu gewährleisten.</p> <p>Grundlagen</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Abgrenzung Begrifflichkeiten: Entrepreneurship, Unternehmer, New Ventures, Existenzgründer ▪ Theoretische Konzepte: Gründerpersönlichkeit, institutionelle Ansätze, Phasen-Modelle ▪ Unternehmerische Handlungsfelder des Gründers/ Unternehmers ▪ Erfolgs- und Misserfolgskriterien bei Gründungen <p>Unternehmensgründung</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Umfeld und Voraussetzungen für Gründungen ▪ Chancen und Risiken der Selbständigkeit ▪ Vorsorge und Versicherungen, Steuerliche Aspekte ▪ Rechtsformen ▪ Gründer und Gründerteams, Organisation ▪ Standortwahl und Netzwerke ▪ Staatliche Förderprogramme ▪ Kooperationen <p>Business-Plan</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Begriff und Bestandteile ▪ Geschäftsideen erkennen, Geschäftsmodelle entwickeln ▪ Bedeutung und Inhalte eines Businessplanes ▪ Qualitative und quantitative Bestandteile des Businessplanes ▪ Erstellung eines Businessplanes ▪ Erarbeiten einer Marketingstrategie, Kapitalbedarfsplan, Finanzierungsplan, Planbilanz / Rentabilitätsvorschau ▪ Erstellung einer Finanzierungsstrategie ▪ Unternehmensübernahme, Übernahmeformen ▪ Unternehmensbewertung
Lernergebnisse des Moduls	<p>Wissen und Verstehen Studierende erlernen Kenntnisse im Bereich Gründungsmanagement und Geschäftsmodellentwicklung. Sie können theoretische Ansätze und Konzepte in der Praxis anwenden.</p> <p><u>Wissensvertiefung</u> Studierende erhalten vertieftes Verständnis für Unternehmensgründung und Geschäftsmodellentwicklung über Branchengrenzen hinweg.</p> <p>Können</p> <p><u>Instrumental</u></p>

	<p>Studierende kennen die Grundlagen, Rahmenbedingungen, theoretischen und praktischen Ansätze und Best Practices im Gründungsmanagement. Sie sind in der Lage Business-Pläne zu erstellen, zu analysieren sowie zu interpretieren und Maßnahmen für eine erfolgreiche Unternehmensgründung abzuleiten und zu kommunizieren.</p> <p><u>Systemisch</u></p> <p>Die Studierenden sind in der Lage, selbstständig weiterführende Lernprozesse - bezogen auf Unternehmensgründung - zu gestalten. Studierende sind in der Lage unternehmerische Handlungsfelder zu analysieren und Handlungsmaßnahmen für eine Gründung abzuleiten.</p> <p><u>Kommunikativ</u></p> <p>Die Studierenden sind in der Lage, sich gegenüber Fachvertretern sowie Laien sich mündlich als auch schriftlich auf fachlich korrekte Art und Weise zu Themen Unternehmensgründung und Geschäftsmodellentwicklung zu verständigen.</p>														
Studiensemester	6 Semester														
Dauer des Moduls	1 Semester														
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Jährlich (Sommersemester)														
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	4														
Gesamtworkload	<table border="1"> <tr> <td>Prä</td> <td>EvL-T</td> <td>EvL-P</td> <td>PV</td> <td>TU</td> <td>PL</td> <td>Σ</td> </tr> <tr> <td>58</td> <td>46</td> <td></td> <td>15</td> <td></td> <td>1</td> <td>120</td> </tr> </table>	Prä	EvL-T	EvL-P	PV	TU	PL	Σ	58	46		15		1	120
Prä	EvL-T	EvL-P	PV	TU	PL	Σ									
58	46		15		1	120									
Art des Moduls	Wahlpflichtmodul														
Verwendbarkeit des Moduls	--														
Voraussetzungen für die Teilnahme	--														
Modulverantwortlicher/Modulverantwortliche	Prof. Dr. Juliane Kellner-Fuchs														
Name der/des Hochschullehrer/s der Lehrveranstaltungen	Ext. Lehrbeauftragter														
Lehrsprache	Deutsch														
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	mdl. Prüfung (Theoriephase) 20 Min.														
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	ECTS des Moduls/168 ECTS * 80 %														
Medien/Arbeitsmaterialien	Skript, Fallbeispiele														
Besonderes (z. B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	Nutzung des Online-Bereiches der Bibliothek für die Literaturstudien, Gastvortrag														
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	<p>Jeweils die neueste Auflage</p> <p><u>Basisliteratur</u></p> <p>Dowling, M., Drumm, H. J. (Hrsg.): Gründungsmanagement. Berlin et al.</p> <p>Kollmann, T.: E-Entrepreneurship, Wiesbaden, Springer Gabler. [ebbok]</p> <p>Schinnerl, R.: Erfolgreich in die Selbstständigkeit, Wiesbaden,</p>														

	<p>Springer Gabler. [ebbok]</p> <p><u>Vertiefende Literatur</u></p> <p>Meinhardt, S.; Pflaum, A.: Digitale Geschäftsmodelle – Band 1 und 2. Wiesbaden: Springer Gabler. [ebook]</p> <p>Shane, S., Venkataraman S. (2000): The Promise of Entrepreneurship as a Field of Research. In: Academy of Management Review, 25, 217-226.</p>
--	--

Modul-Nr./Code	7HI-WPF14-HI						
Modulbezeichnung	Aktuelle Themen der Lebensmittel- und Ernährungswirtschaft sowie des Verbraucherschutzes						
Ggf. Lehrveranstaltungen des Moduls	Vorlesung 20h / Seminar und Übung 38h						
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Verbraucherschutz, Verbraucherpolitik und der Verbraucherkommunikation ▪ Aktuelle Themen aus Politik, Wirtschaft, Wissenschaft und Gesellschaft auf dem Gebiet der Lebensmittel- und Ernährungswirtschaft und dem Verbraucherschutz ▪ Literaturrecherche und Bearbeitung einer Themenstellung am Beispiel eines konkreten Produktes bzw. einer aktuellen Diskussion. ▪ Beurteilung politischer und marktrelevanter Entwicklungen aus aktuellen Informationen 						
Lernergebnisse des Moduls	<p>Wissen und Verstehen Die Studierenden verfügen über theoretischen Grundlagen der Verbraucherpolitik und besitzen einen Überblick über das Feld der Verbraucherkommunikation. Die Studierenden erhalten Einblick in aktuelle Fragestellungen/Problemstellungen im Bereich Ernährung und Hygiene und der angrenzenden Bereiche und setzen sich mit diesen aktuellen Themen aktiv auseinander, kennen geeignete Bewertungskriterien und Verfahren zur Ableitung von Maßnahmen und Handlungsempfehlungen.</p> <p>Können Die Studierenden können geeignete Informationsträger zur Gewinnung aktueller Informationen auswählen und anwenden. Die Studierenden sind in der Lage, selbst aufbereitete Informationen angemessen für verschiedene Zielgruppen weiterzugeben und für Entscheidungsprozesse in Lebensmittelunternehmen zu nutzen. Die Studierenden sind in der Lage, die gewonnenen Informationen zu gewichten und zu werten. Sie sind befähigt, Ableitungen aus Informationen vorzunehmen, um notwendige Maßnahmen zu erkennen.</p> <p>Die Studierenden können Informationen und Meinungen zu aktuellen Themen aus Politik und Wissenschaft, Wirtschaft und Gesellschaft auf dem Gebiet der Lebensmittel- und Ernährungswirtschaft mit Fachkollegen und Laien austauschen und vertreten. Des Weiteren sind Sie in der Lage aktuelle Themen Verbrauchergerecht zu kommunizieren.</p>						
Studiensemester	6 Semester						
Dauer des Moduls	1 Semester						
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Jährlich (Sommersemester)						
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	4						
Gesamtworkload	Prä	EvL-T	EvL-P	PV	TU	PL	Σ
	58	46		15		1	120
Art des Moduls	Wahlpflichtmodul						
Verwendbarkeit des Moduls	Lebensmittelqualität und Lebensmittelsicherheit						
Voraussetzungen für die Teilnahme	- -						
Modulverantwortlicher/Modulverantwortliche	Prof. Dr. J.-H. Paduch						

Name der/des Hochschullehrer/s der Lehrveranstaltungen	Ext. Lehrbeauftragter
Lehrsprache	Deutsch
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	mdl. Prüfung (Theoriephase) 20 Min.
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	ECTS des Moduls/168 ECTS * 80 %
Medien/Arbeitsmaterialien	Skript, Flipchart
Besonderes (z. B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	Nutzung des Online-Bereiches der Bibliothek für die Literaturstudien, Gastvortrag
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	<p>Jeweils die neueste Auflage</p> <p><u>Basisliteratur</u></p> <p>Kenning, P. et al (Hrsg.) [2017]: Verbraucherwissenschaften. Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH. [ebook]</p> <p><u>Vertiefende Literatur</u></p> <p>BVL (Hrsg.): Journal für Verbraucherschutz und Lebensmittelsicherheit [online]</p>

F. Praxismodule der Studienrichtung Handel, Vertrieb und Internationales Management

- Praxismodul Unternehmensanalyse
- Praxismodul Rechnungswesen /Marketing
- Praxismodul Controlling und QM / Internationales Management
- Praxismodul Personal / Vertrieb
- Praxismodul Projekt

Modul-Nr./Code	7HI-PR1HD-HD
Modulbezeichnung	Praxismodul Unternehmensanalyse
Ggf. Lehrveranstaltungen des Moduls	Projektarbeit
Inhalte des Moduls	<p>Die Studierenden reflektieren angeleitet und zielgerichtet ihre im Modul Grundlagen der Allgemeinen Betriebswirtschaftslehre erworbenen Kenntnisse zum Unternehmensziel, zum Unternehmensgegenstand und zur Unternehmensstruktur im Kontext ihres Praxispartners. Im Rahmen der Erstellung einer Projektarbeit beschreiben die Studierenden den Unternehmensgegenstand und interpretieren das Organigramm als grundlegendes Instrumentarium der gesamten betrieblichen Aufbauorganisation.</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Unternehmensgegenstand/Unternehmensorganisation ▪ Geschäftskonzept und unternehmerische Ziele ▪ Analyse der Wertschöpfungskette ▪ Wesentliche Kennzahlen des Unternehmens ▪ Rechtsform des Unternehmens ▪ Stellung des Unternehmens auf dem Markt im Vergleich zum Wettbewerb <p>Anschließend erfolgt eine kritische Reflektion.</p>
Lernergebnisse des Moduls	<p><i>Wissen und Verstehen</i></p> <p>Die Studierenden erweitern ihr Wissen zu den wirtschaftlichen Grundlagen eines Betriebes und kennen sowohl die Inhalte als auch die Zusammenhänge von Unternehmenszielen, Unternehmensgegenstand und Unternehmensorganisation.</p> <p>Die Studierenden kennen die einzelnen Leistungsbereiche eines Unternehmens und verknüpfen diese mittels eines Organigramms als Voraussetzung für die gesamte betriebliche Aufbau- und Ablauforganisation.</p> <p><u>Wissensvertiefung</u> Durch die Anwendung der theoretischen Kenntnisse in der Praxis wird das theoretische Wissen nachhaltig vertieft. Die Studierenden sind in der Lage, sich kritisch mit den Gegebenheiten in ihrem Praxisunternehmen auseinander zu setzen.</p> <p><i>Können</i></p> <p><u>Instrumental</u> Die Studierenden sind in der Lage, aus der Kenntnis der einzelnen Leistungsbereiche eines Unternehmens ein Organigramm mit Zuordnung der wichtigsten Arbeitsaufgaben und Verantwortlichkeiten zu erstellen.</p> <p><u>Systemisch</u> Die Studierenden können betriebliche Leistungsbereiche und die damit verbundene Aufbauorganisation bewerten und interpretieren. Sie sind in der Lage, die Zusammenhänge zwischen den Unternehmenszielen und der Aufbauorganisation herauszuarbeiten und diese grafisch darzustellen.</p> <p><u>Kommunikativ</u> Die Studierenden kennen die Fachtermini und erwerben die entspre-</p>

	chenden inhaltlichen Fachkenntnisse, so dass sie am fachbezogenen Meinungsaustausch teilnehmen können.							
Studiensemester	Semester 1							
Dauer des Moduls	1 Semester							
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Jährlich (Wintersemester)							
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	6							
Gesamtworkload	Prä	EvL-T	EvL-P	PV	TU	PL	Σ	
			120	60			180	
Art des Moduls	Pflichtmodul							
Verwendbarkeit des Moduls	- -							
Voraussetzungen für die Teilnahme	- -							
Modulverantwortlicher/Modulverantwortliche	Studiengangleitung							
Name der/des Hochschullehrer/s der Lehrveranstaltungen	- -							
Lehrsprache	Deutsch oder Englisch							
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Projektarbeit: Darstellung und Bewertung der Unternehmensziele, Tätigkeit, Einordnung in die Wertschöpfungskette, Organisation, Rechtsform, Kennzahlen, Standort							
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	ECTS des Moduls/168 ETCS * 80 %							
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Praktikum, EvL							
Besonderes (z. B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	- -							
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	Siehe Literaturangaben der dazugehörigen Theoriemodule							

Modul-Nr./Code	7HI-PR2HD-HD
Modulbezeichnung	Praxismodul Rechnungswesen / Marketing
Ggf. Lehrveranstaltungen des Moduls	Projektarbeit
Inhalte des Moduls	<p>Einer der bedeutendsten Bestandteile eines betrieblichen Informationssystems ist das betriebliche Rechnungswesen. In dieser Praxisphase werden die Studierenden die Einrichtungen und Bestandteile des Rechnungswesens ihres Praxisunternehmens kennen lernen und praktische Arbeitsaufgaben in diesem Bereich ausführen. Damit werden ihre Kenntnisse im Rechnungswesen vertieft und anwendungssicher erweitert.</p> <p>Externes Rechnungswesen</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Grundsätze der ordnungsgemäßen Buchführung ▪ Handelsrechtliche und steuerrechtliche Rechnungslegung ▪ Zweck und Aufbau der Buchhaltung, des Kontenrahmens und des Kontenplans ▪ Bewertungsvorschriften ▪ aktuelle Steuergesetzgebung und Steuerrichtlinien ▪ Arten der betrieblichen Steuern und deren Auswirkungen ▪ Querverbindungen zur Finanzbuchführung ▪ Überblick zur Besteuerung der verschiedenen Rechtsformen <p>Internes Rechnungswesen</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Zusammenhänge zwischen Finanzbuchhaltung und Kostenrechnung ▪ Zweck, Aufbau und Aussage der betrieblichen Kostenrechnung analysieren ▪ Gestaltungsalternativen der Kostenrechnung im Ausbildungsbetrieb inhaltlich, methodisch und aufwandsseitig werten ▪ Zweckmäßigkeit von Vor-, Mit- und Nachkalkulationen ▪ Schnittstellen zum Controlling <p>Alternativ können die Studierenden das Marketing in der Praxisphase im Unternehmen kennenlernen und praktische Arbeitsaufgaben in diesem Bereich ausführen. Damit werden Ihre Kenntnisse im Marketing vertieft und anwendungsorientiert erweitert.</p> <p>Marketing-Mix</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Standortpolitik ○ Produkt- oder Sortimentspolitik ○ Markenpolitik ○ Preispolitik ○ Kommunikationspolitik ○ Präsentationspolitik ○ Personalpolitik ○ Servicepolitik
Lernergebnisse des Moduls	<p>Wissen und Verstehen</p> <p>Die Studierenden transferieren Theoriewissen vor allem aus den Modulen Marketing, Handelsmanagement sowie Buchführung und Jahresabschluss in die Praxis, lernen dessen Einbindung in die komplexen Strukturen und Abläufe im Unternehmen kennen und verstehen.</p> <p><u>Wissensvertiefung</u></p> <p>Durch die Anwendung der theoretischen Kenntnisse in der Praxis wird das theoretische Wissen nachhaltig vertieft. Die Studierenden sind in</p>

	<p>der Lage, sich kritisch mit den Gegebenheiten in ihrem Praxisunternehmen auseinander zu setzen.</p> <p>Können <u>Instrumental</u> Die Studierenden können im Rahmen ihres erworbenen Wissens Ist-Zustände im Praxisunternehmen bewerten. So können sie z. B. das ausgewählte Bereiche des Marketing-Mix oder das vorhandene System des Rechnungswesens oder des Praxisunternehmens kritisch analysieren und ansatzweise Vorschläge zur Optimierung dieses Informationssystems konzipieren.</p> <p><u>Systemisch</u> Die Studierenden können selbständig weiterführende bzw. vertiefende Lernprozesse gestalten, um praxisrelevante Sachatbestände verstehen und kritisch interpretieren zu können.</p> <p><u>Kommunikativ</u> Die Studierenden können fachbezogene Positionen und Problemlösungen im Marketing oder im betrieblichen Rechnungswesen formulieren und gegenüber Mitarbeitern und Vorgesetzten im Praxisunternehmen argumentativ verteidigen. Sie sind in der Lage, betriebswirtschaftliche Informationen, Ideen, Kritiken und Lösungsvorschläge zu kommunizieren.</p>														
Studiensemester	Semester 2														
Dauer des Moduls	1 Semester														
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Jährlich (Sommersemester)														
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	6														
Gesamtworkload	<table border="1"> <tr> <td>Prä</td> <td>EvL-T</td> <td>EvL-P</td> <td>PV</td> <td>TU</td> <td>PL</td> <td>Σ</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td>120</td> <td>60</td> <td></td> <td></td> <td>180</td> </tr> </table>	Prä	EvL-T	EvL-P	PV	TU	PL	Σ			120	60			180
Prä	EvL-T	EvL-P	PV	TU	PL	Σ									
		120	60			180									
Art des Moduls	Pflichtmodul														
Verwendbarkeit des Moduls	--														
Voraussetzungen für die Teilnahme	--														
Modulverantwortlicher/Modulverantwortliche	Studiengangleitung														
Name der/des Hochschullehrer/s der Lehrveranstaltungen	--														
Lehrsprache	Deutsch oder Englisch														
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	<p>Projektarbeit:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Ausgewähltes betriebswirtschaftliches Problem aus dem internen oder externen Rechnungswesen des Unternehmens oder ▪ Ausgewähltes betriebswirtschaftliches Problem aus dem Marketing des Unternehmens 														
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	ECTS des Moduls/168 ETCS * 80 %														
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Praktikum, EvL														
Besonderes (z. B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	--														
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	Siehe Literaturangaben der dazugehörigen Theoriemodule														

Modul-Nr./Code	7HI-PR3HD-HD
Modulbezeichnung	Praxismodul Controlling und QM / Internationales Management
Ggf. Lehrveranstaltungen des Moduls	Praxisarbeit
Inhalte des Moduls	<p>Die Studierenden erleben die Organisation, Prozesse und Kennzahlensysteme im Rahmen des Controllings in der Praxis. Die Studierenden kennen die Anforderungen, Möglichkeiten und Grenzen des Qualitätsmanagements (QM) in der Praxis. Sie erleben die Ansätze und Vorgehensweisen und können dies mit dem theoretischen Wissen in Verbindung setzen und Ansatzpunkte zur praktischen Gestaltung ableiten.</p> <p>Studierende erfahren die betrieblichen Verfahren zur Marktauswahl bei internationalen Markteintritten und lernen die Eintrittsformen des Praxispartners kennen. Ebenso reflektieren sie bisherige Strategien und können Empfehlungen für zukünftige Markteintritte und Marktbearbeitungsformen ableiten. Darüber hinaus werden organisatorische Aspekte beim Praxispartner kennengelernt.</p> <p>Controlling</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Controllingkonzeption und -organisation in der Praxis, bspw. Vertriebscontrolling ▪ Strategisches vs. Operatives Controlling ▪ Kennzahlen und Kennzahlensysteme in der Praxis ▪ Betriebsvergleiche und Benchmarking ▪ Prozesskostenrechnung und Deckungsbeitragsrechnung ▪ Management Reporting <p>QM</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Qualität, Qualitätsdimensionen und -anforderungen, Messung ▪ Qualität als kritischer Erfolgsfaktor von Unternehmen, ▪ Grundlagen der Potenzial-, Prozess- und Ergebnisqualität ▪ Grundlagen der Zertifizierung von Qualität, ▪ Besonderheiten der Dienstleistungsqualität <p>Internationales Management</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Verfahren zur Marktauswahl ▪ Markteintrittsformen ▪ Strategien zur Marktbearbeitung ▪ Organisatorische Aspekte zur Steuerung der Auslandsaktivitäten
Lernergebnisse des Moduls	<p><i>Wissen und Verstehen</i></p> <p>Die Studierenden transferieren Theoriewissen vor allem aus den Modulen Controlling und Qualitätsmanagement sowie Internationales Management in die Praxis, lernen dessen Einbindung in die komplexen Strukturen und Abläufe im Unternehmen kennen und verstehen.</p> <p><u>Wissensvertiefung</u></p> <p>Durch die Anwendung der theoretischen Kenntnisse in der Praxis wird das theoretische Wissen nachhaltig vertieft. Die Studierenden sind in der Lage, sich kritisch mit den Gegebenheiten in ihrem Praxisunternehmen auseinander zu setzen.</p> <p><i>Können</i></p> <p><u>Instrumental</u></p> <p>Die Studierenden sind befähigt, elementare Methoden im Controlling und QM auszuführen.</p> <p>Sie können einfache Fragestellungen im Controlling und QM sowie im</p>

	<p>Rahmen des Internationalen Management, bspw. zur Marktbearbeitung, weitgehend selbstständig bearbeiten.</p> <p><u>Systemisch</u> Die Studierenden sind in der Lage, Verbindungen zwischen den theoretischen Modulen, wie „Controlling und QM“ oder „Internationalem Management“, und zur Umsetzung in der Praxis zu ziehen. Die Studierenden können selbständig weiterführende bzw. vertiefende Lernprozesse gestalten, um praxisrelevante Sachatbestände verstehen und kritisch interpretieren zu können.</p> <p><u>Kommunikativ</u> Die Studierenden kennen die Fachtermini und erwerben die entsprechenden inhaltlichen Fachkenntnisse, so dass sie am fachbezogenen Meinungsaustausch teilnehmen können. Die Studierenden können fachbezogene Positionen und Problemlösungen bei Fragen zum Controlling und QM oder im Kontext des Internationalen Managements formulieren und gegenüber Mitarbeitern und Vorgesetzten im Praxisunternehmen argumentativ verteidigen. Sie sind in der Lage, betriebswirtschaftliche Informationen, Ideen, Kritiken und Lösungsvorschläge zu kommunizieren.</p>							
Studiensemester	Semester 3							
Dauer des Moduls	1 Semester							
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Jährlich (Wintersemester)							
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	6							
Gesamtworkload	Prä	EvL-T	EvL-P	PV	TU	PL	Σ	
			120	60			180	
Art des Moduls	Pflichtmodul							
Verwendbarkeit des Moduls	- -							
Voraussetzungen für die Teilnahme	- -							
Modulverantwortlicher/Modulverantwortliche	Studiengangleitung							
Name der/des Hochschullehrer/s der Lehrveranstaltungen	- -							
Lehrsprache	Deutsch oder Englisch							
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	<p>Projektarbeit:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Ausgewähltes betriebswirtschaftliches Problem aus dem Bereich Controlling und QM des Unternehmens oder ▪ Ausgewähltes betriebswirtschaftliches Problem zum Internationalem Management des Unternehmens 							
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	ECTS des Moduls/168 ETCS * 80 %							
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Praktikum, EvL							
Besonderes (z. B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	- -							
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	Siehe Literaturangaben der dazugehörigen Theoriemodule							

Modul-Nr./Code	7HI-PR4HD-HD
Modulbezeichnung	Praxismodul Personal / Vertrieb
Ggf. Lehrveranstaltungen des Moduls	Projektarbeit
Inhalte des Moduls	<p>Die Studierenden reflektieren ihre in den Modul Organisation und Personal erworbenen Kenntnisse im Kontext ihres Praxispartners. Im Mittelpunkt stehen dabei die Anforderungen an Teilaufgabengebiete im Personalwesen.</p> <p>Sie erfahren Vertriebsarbeit in der betriebsspezifischen Praxis und können die Rolle des Vertriebs in seiner Einbindung in das Gesamtunternehmen zutreffend reflektieren.</p> <p>Personal</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Überblick über alle Aufgabengebiete des Personalmanagement gewinnen ▪ Praktisches Kennenlernen der Teilgebiete des Personalmanagement, u. a.: <ul style="list-style-type: none"> ○ Personalbedarfsplanung ○ Personalgewinnung ○ Personalentwicklung ○ Personaleinsatz und Arbeitsgestaltung ○ Personalfreisetzung ○ Personalentlohnung und -beurteilung ○ Personalverwaltung und -controlling ○ Herausforderungen für das Personalmanagement <p>Vertrieb</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Vertriebsorganisation ▪ Vertriebsformen und Vertriebskanäle <ul style="list-style-type: none"> ○ Kanaltiefe und -breite (Mono, Multi, Omni) ○ Direkt / Indirekt ○ Stationär / Online ▪ Sonderformen der Absatzorganisation ▪ Vertriebsprozess (Kontakt, Verhandlung, Abschluss, After Sales, Vertriebscontrolling) ▪ Kundenbeziehungsmanagement
Lernergebnisse des Moduls	<p><i>Wissen und Verstehen</i></p> <p>Die Studierenden transferieren Theoriewissen vor allem aus den Modulen Organisation und Personalmanagement, sowie Vertriebsmanagement in die Praxis, lernen dessen Einbindung in die komplexen Strukturen und Abläufe im Unternehmen kennen und verstehen. Sie kennen eine Vielzahl der relevanten Instrumente des Personalmanagements sowie des Vertriebsmanagements des Unternehmens.</p> <p>Die Studierenden lernen die personal- und absatzpolitischen Bereiche nicht nur um Überblick, sondern einzelne Aspekte wie z. B. die Dynamik des Vertriebsmanagements vertieft kennen. Sie erkennen den Vertrieb als einen Erfolgsfaktor für Unternehmen. Die Studierenden setzen sich kritisch mit den Gegebenheiten in ihrem Praxisunternehmen auseinander.</p> <p><u>Wissensvertiefung</u></p> <p>Durch die Anwendung der theoretischen Kenntnisse in der Praxis wird das theoretische Wissen nachhaltig vertieft. Die Studierenden sind in der Lage, sich kritisch mit den Gegebenheiten in ihrem Praxisunternehmen auseinander zu setzen.</p> <p><i>Können</i></p>

	<p><u>Instrumental</u> Die Studierenden können im Rahmen ihres erworbenen Wissens Ist-Zustände im Praxisunternehmen bewerten. So können sie z.B. die Organisation und Aufgabenfelder des Personalmanagement analysieren und Vorschläge zur Optimierung unterbreiten. Die Studierenden sind insbesondere in der Lage, die Instrumente des Vertriebsmanagements anzuwenden und Vorschläge zur Optimierung zu unterbreiten.</p> <p><u>Systemisch</u> Die Studierenden sind in der Lage, Prozesse des Personal- und Vertriebsmanagements zu planen, zu steuern und zu kontrollieren. Die Studierenden sind in der Lage, ihren gewählten Funktionsbereich komplex zu analysieren, zu bewerten und konstruktive Vorschläge für eine Optimierung bzw. für Veränderungen zu erstellen.</p> <p><u>Kommunikativ</u> Die Studierenden können fachbezogene Positionen und Problemlösungen formulieren und gegenüber Mitarbeitern und Vorgesetzten im Praxisunternehmen argumentativ verteidigen. Die Studierenden sind in der Lage, bezüglich personalrelevanter Themen mit Vorgesetzten und Mitarbeitern eine fachbezogene Diskussion zu führen.</p>														
Studiensemester	Semester 4														
Dauer des Moduls	1 Semester														
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Jährlich (Sommersemester)														
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	6														
Gesamtworkload	<table border="1"> <tr> <td>Prä</td> <td>EvL-T</td> <td>EvL-P</td> <td>PV</td> <td>TU</td> <td>PL</td> <td>Σ</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td>120</td> <td>60</td> <td></td> <td></td> <td>180</td> </tr> </table>	Prä	EvL-T	EvL-P	PV	TU	PL	Σ			120	60			180
Prä	EvL-T	EvL-P	PV	TU	PL	Σ									
		120	60			180									
Art des Moduls	Pflichtmodul														
Verwendbarkeit des Moduls	--														
Voraussetzungen für die Teilnahme	--														
Modulverantwortlicher/Modulverantwortliche	Studiengangleitung														
Name der/des Hochschullehrer/s der Lehrveranstaltungen	--														
Lehrsprache	Deutsch oder Englisch														
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	<p>Projektarbeit:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Ausgewähltes betriebswirtschaftliches Problem aus dem Personalbereich des Unternehmens <p>oder</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Ausgewähltes betriebswirtschaftliches Problem aus dem Vertriebsbereich des Unternehmens 														
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	ECTS des Moduls/168 ETCS * 80 %														
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Praktikum, EvL														
Besonderes (z. B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	--														
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	Siehe Literaturangaben der dazugehörigen Theoriemodule														

Modul-Nr./Code	7HI-PR5-HD
Modulbezeichnung	Praxismodul Projekt
Ggf. Lehrveranstaltungen des Moduls	Projektarbeit
Inhalte des Moduls	<p>Die Studierenden absolvieren in diesem Praxissemester eine Projektarbeit in enger Abstimmung mit dem Praxisunternehmen.</p> <p>Die Arbeitsaufgaben richten sich inhaltlich nach dem angestrebten späteren beruflichen Einsatzgebiet bzw. den besonderen Stärken der Studierenden. Die Studierenden sollten dieses Modul in der Fachabteilung durchführen, in der voraussichtlich auch das Thema der Bachelorarbeit angesiedelt ist.</p> <p>Schwerpunkt ist auf die Wahrnehmung qualifizierter Sacharbeitsaufgaben in eigener Verantwortung und Spezialisierung auf relevante Aufgabenstellungen des jeweiligen Praxispartners zu legen.</p>
Lernergebnisse des Moduls	<p><i>Wissen und Verstehen</i></p> <p>Die Studierenden transferieren das komplexe Theoriewissen der vergangenen 5 Theoriesemester in die Praxis und lernen dessen Einbindung vor allem im gewählten Funktionsbereich noch besser kennen und verstehen.</p> <p>Die Studierenden spezialisieren sich zukunftsorientiert auf ein Fachgebiet. In diesem erwerben sie integrierte Kenntnisse, die als Vorbereitung für die Bachelorarbeit und die spätere berufliche Entwicklung dienen.</p> <p><u>Wissensvertiefung</u></p> <p>Durch die Anwendung der theoretischen Kenntnisse in der Praxis wird das theoretische Wissen nachhaltig vertieft. Die Studierenden sind in der Lage, sich kritisch mit den Gegebenheiten in ihrem Praxisunternehmen auseinander zu setzen.</p> <p><i>Können</i></p> <p><u>Instrumental</u></p> <p>Die Studierenden sind in der Lage, die Instrumente des Prozess-, Personal- oder Projektmanagements auszuwählen und im Sinne einer langfristigen, stabilen Unternehmensentwicklung vernetzt anzuwenden. Die Studierenden können das erhaltene theoretische und praktische Wissen vernetzen und gezielt zur Lösung von spezifischen Problemstellungen anwenden. Sie sind in der Lage, eigenständig Lösungsoptionen zu entwickeln und zu diesem Zweck ihr Wissen in einzelnen Bereichen weiter zu vertiefen.</p> <p><u>Systemisch</u></p> <p>Die Studierenden sind in der Lage, Prozesse und Projekte im Unternehmen zu planen, zu steuern und zu kontrollieren. Die Studierenden sind in der Lage, ihren gewählten Funktionsbereich komplex zu analysieren, zu bewerten und konstruktive Vorschläge für eine Optimierung bzw. für Veränderungen zu erstellen. Dabei berücksichtigen sie sowohl ökonomische als auch soziale Aspekte und Auswirkungen.</p> <p><u>Kommunikativ</u></p> <p>Die Studierenden sind in der Lage, bezüglich der gewählten Schwerpunktthemen mit Vorgesetzten und Mitarbeitern eine fachbezogene Diskussion zu führen. Die Studierenden sind in der Lage, im Team Entscheidungen zu formulieren und zu begründen. Sie können Ergebnisse ihrer umgesetzten Entscheidungen interpretieren, Abweichungen zwischen Soll und Ist im Team auswerten und erklären sowie Konsequenzen reflektieren. Die Studierenden erwerben dabei</p>

	soziale Kompetenzen und Erfahrungen, die sie zur Übernahme von Führungsaufgaben befähigen.							
Studiensemester	Semester 5							
Dauer des Moduls	1 Semester							
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Jährlich (Wintersemester)							
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	6							
Gesamtworkload	Prä	EvL-T	EvL-P	PV	TU	PL	Σ	
			159	20		1	180	
Art des Moduls	Pflichtmodul							
Verwendbarkeit des Moduls	- -							
Voraussetzungen für die Teilnahme	- -							
Modulverantwortlicher/Modulverantwortliche	Studiengangleitung							
Name der/des Hochschullehrer/s der Lehrveranstaltungen	- -							
Lehrsprache	Deutsch oder Englisch							
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Mündliche Prüfung (Semesterende) 20 Min.							
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	ECTS des Moduls/168 ETCS * 80 %							
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Praktikum, EvL							
Besonderes (z. B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	- -							
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	Siehe Literaturangaben der dazugehörigen Theoriemodule							

G. Praxismodule der Studienrichtung Food Franchise Management

- Praxismodul Unternehmensanalyse
- Praxismodul Rechnungswesen / Service in der Systemgastronomie
- Praxismodul QM / Ernährungs- und Lebensmittelsicherheit
- Praxismodul Personal / Warenkunde
- Praxismodul Projekt

Modul-Nr./Code	7HI-PR1SY-SY
Modulbezeichnung	Praxismodul Unternehmensanalyse
Ggf. Lehrveranstaltungen des Moduls	Projektarbeit
Inhalte des Moduls	<p>Die Studierenden reflektieren angeleitet und zielgerichtet ihre im Modul Grundlagen der Allgemeinen Betriebswirtschaftslehre erworbenen Kenntnisse zum Unternehmensziel, zum Unternehmensgegenstand und zur Unternehmensstruktur im Kontext ihres Praxispartners. Im Rahmen der Erstellung einer Projektarbeit beschreiben die Studierenden den Unternehmensgegenstand und interpretieren das Organigramm als grundlegendes Instrumentarium der gesamten betrieblichen Aufbauorganisation.</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Unternehmensgegenstand/Unternehmensorganisation ▪ Geschäftskonzept und unternehmerische Ziele ▪ Analyse der Wertschöpfungskette ▪ Wesentliche Kennzahlen des Unternehmens ▪ Rechtsform des Unternehmens ▪ Stellung des Unternehmens auf dem Markt im Vergleich zum Wettbewerb <p>Anschließend erfolgt eine kritische Reflektion.</p>
Lernergebnisse des Moduls	<p><i>Wissen und Verstehen</i></p> <p>Die Studierenden erweitern ihr Wissen zu den wirtschaftlichen Grundlagen eines Betriebes und kennen sowohl die Inhalte als auch die Zusammenhänge von Unternehmenszielen, Unternehmensgegenstand und Unternehmensorganisation. Die Studierenden kennen die einzelnen Leistungsbereiche eines Unternehmens und verknüpfen diese mittels eines Organigramms als Voraussetzung für die gesamte betriebliche Aufbau- und Ablauforganisation.</p> <p><u>Wissensvertiefung</u> Durch die Anwendung der theoretischen Kenntnisse in der Praxis wird das theoretische Wissen nachhaltig vertieft. Die Studierenden sind in der Lage, sich kritisch mit den Gegebenheiten in ihrem Praxisunternehmen auseinander zu setzen.</p> <p><i>Können</i></p> <p><u>Instrumental</u> Die Studierenden sind in der Lage, aus der Kenntnis der einzelnen Leistungsbereiche eines Unternehmens ein Organigramm mit Zuordnung der wichtigsten Arbeitsaufgaben und Verantwortlichkeiten zu erstellen.</p> <p><u>Systemisch</u> Die Studierenden können betriebliche Leistungsbereiche und die damit verbundene Aufbauorganisation bewerten und interpretieren. Sie sind in der Lage, die Zusammenhänge zwischen den Unternehmenszielen und der Aufbauorganisation herauszuarbeiten und diese grafisch darzustellen.</p> <p><u>Kommunikativ</u> Die Studierenden kennen die Fachtermini und erwerben die entsprechenden inhaltlichen Fachkenntnisse, so dass sie am fachbezogenen</p>

	Meinungsaustausch teilnehmen können.							
Studiensemester	Semester 1							
Dauer des Moduls	1 Semester							
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Jährlich (Wintersemester)							
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	6							
Gesamtworkload	Prä	EvL-T	EvL-P	PV	TU	PL	Σ	
			120	60			180	
Art des Moduls	Pflichtmodul							
Verwendbarkeit des Moduls	- -							
Voraussetzungen für die Teilnahme	- -							
Modulverantwortlicher/Modulverantwortliche	Studiengangleitung							
Name der/des Hochschullehrer/s der Lehrveranstaltungen	- -							
Lehrsprache	Deutsch oder Englisch							
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	<p>Projektarbeit:</p> <p>Darstellung und Bewertung der Unternehmensziele, Tätigkeit, Einordnung in die Wertschöpfungskette, Organisation, Rechtsform, Kennzahlen, Standort</p>							
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	ECTS des Moduls/168 ETCS * 80 %							
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Praktikum, EvL							
Besonderes (z. B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	- -							
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	Siehe Literaturangaben der dazugehörigen Theoriemodule							

Modul-Nr./Code	7HI-PR2SY-SY
Modulbezeichnung	Praxismodul Rechnungswesen /Service in der Systemgastronomie
Ggf. Lehrveranstaltungen des Moduls	Projektarbeit
Inhalte des Moduls	<p>Einer der bedeutendsten Bestandteile eines betrieblichen Informationssystems ist das betriebliche Rechnungswesen. In dieser Praxisphase werden die Studierenden die Einrichtungen und Bestandteile des Rechnungswesens ihres Praxisunternehmens kennen lernen und praktische Arbeitsaufgaben in diesem Bereich ausführen. Damit werden ihre Kenntnisse im Rechnungswesen vertieft und anwendungssicher erweitert.</p> <p>Externes Rechnungswesen</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Grundsätze der ordnungsgemäßen Buchführung ▪ handelsrechtliche und steuerrechtliche Rechnungslegung ▪ Zweck und Aufbau der Buchhaltung, des Kontenrahmens und des Kontenplans ▪ Bewertungsvorschriften ▪ aktuelle Steuergesetzgebung und Steuerrichtlinien ▪ Arten der betrieblichen Steuern und deren Auswirkungen ▪ Querverbindungen zur Finanzbuchführung ▪ Überblick zur Besteuerung der verschiedenen Rechtsformen <p>Internes Rechnungswesen</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Zusammenhänge zwischen Finanzbuchhaltung und Kostenrechnung ▪ Zweck, Aufbau und Aussage der betrieblichen Kostenrechnung analysieren ▪ Gestaltungsalternativen der Kostenrechnung im Ausbildungsbetrieb inhaltlich, methodisch und aufwandsseitig werten ▪ Zweckmäßigkeit von Vor-, Mit- und Nachkalkulationen ▪ Schnittstellen zum Controlling <p>Alternativ können die Studierenden das Service Management in der Praxisphase im Unternehmen kennenlernen und praktische Arbeitsaufgaben in diesem Bereich ausführen. Die Studierenden erfahren und reflektieren das Service Management in der betriebsspezifischen Ausprägung ihres Praxispartners. Sie erleben, wie Kunden in den Dienstleistungserstellungsprozess einbezogen werden und wie Dienstleistungsqualität gemessen wird. Daraufhin können sie die Ergebnisse auswerten und Empfehlungen ableiten.</p> <p>Service Management</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Einbeziehung des Kunden in den Dienstleistungserstellungsprozess ▪ Aufbau und Entwicklung von Guest Relations ▪ Merkmale von Dienstleistungen und daraus abgeleitete Implikationen für das Dienstleistungsmarketing, Erweiterung des 4-P-Ansatzes ▪ Schwierigkeiten der Messung der Dienstleistungsqualität ▪ Struktur-, Prozess- und Ergebnisqualität von Dienstleistungen ▪ Das SERVQUAL-Modell ▪ Digitalisierung von Dienstleistungen
Lernergebnisse des Moduls	<p>Wissen und Verstehen</p> <p>Die Studierenden transferieren Theoriewissen vor allem aus den Modulen Service Management sowie Buchführung und Jahresabschluss</p>

	<p>in die Praxis, lernen dessen Einbindung in die komplexen Strukturen und Abläufe im Unternehmen kennen und verstehen. Durch die Anwendung der theoretischen Kenntnisse in der Praxis wird das theoretische Wissen nachhaltig vertieft. Die Studierenden sind in der Lage, sich kritisch mit den Gegebenheiten in ihrem Praxisunternehmen auseinanderzusetzen.</p> <p><u>Wissensvertiefung</u> Durch die Anwendung der theoretischen Kenntnisse in der Praxis wird das theoretische Wissen nachhaltig vertieft. Die Studierenden sind in der Lage, sich kritisch mit den Gegebenheiten in ihrem Praxisunternehmen auseinander zu setzen.</p> <p>Können <u>Instrumental</u> Die Studierenden können im Rahmen ihres erworbenen Wissens Ist-Zustände im Praxisunternehmen bewerten. So können sie z. B. das Service Management oder das vorhandene System des Rechnungswesens des Praxisunternehmens kritisch analysieren und ansatzweise Vorschläge zur Optimierung dieses Informationssystems konzipieren.</p> <p><u>Systemisch</u> Die Studierenden können selbständig weiterführende bzw. vertiefende Lernprozesse gestalten, um praxisrelevante Sachatbestände verstehen und kritisch interpretieren zu können.</p> <p><u>Kommunikativ</u> Die Studierenden können fachbezogene Positionen und Problemlösungen im betrieblichen Rechnungswesen formulieren und gegenüber Mitarbeitern und Vorgesetzten im Praxisunternehmen argumentativ verteidigen. Sie sind in der Lage, betriebswirtschaftliche Informationen, Ideen, Kritiken und Lösungsvorschläge zu kommunizieren</p>														
Studiensemester	Semester 2														
Dauer des Moduls	1 Semester														
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Jährlich (Sommersemester)														
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	6														
Gesamtworkload	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Prä</th> <th>EvL-T</th> <th>EvL-P</th> <th>PV</th> <th>TU</th> <th>PL</th> <th>Σ</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td></td> <td></td> <td>120</td> <td>60</td> <td></td> <td></td> <td>180</td> </tr> </tbody> </table>	Prä	EvL-T	EvL-P	PV	TU	PL	Σ			120	60			180
Prä	EvL-T	EvL-P	PV	TU	PL	Σ									
		120	60			180									
Art des Moduls	Pflichtmodul														
Verwendbarkeit des Moduls	--														
Voraussetzungen für die Teilnahme	--														
Modulverantwortlicher/Modulverantwortliche	Studiengangleitung														
Name der/des Hochschullehrer/s der Lehrveranstaltungen	--														
Lehrsprache	Deutsch oder Englisch														
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	<p>Projektarbeit:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Ausgewähltes betriebswirtschaftliches Problem aus dem Service Management 														

	<p>oder</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Ausgewähltes betriebswirtschaftliches Problem aus dem externen oder internen Rechnungswesen des Unternehmens
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	ECTS des Moduls/168 ETCS * 80 %
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Praktikum, EvL
Besonderes (z. B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	- -
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	Siehe Literaturangaben der dazugehörigen Theoriemodule

Modul-Nr./Code	7HI-PR3SY-SY
Modulbezeichnung	Praxismodul Ernährungs- und Lebensmittelsicherheit
Ggf. Lehrveranstaltungen des Moduls	Projektarbeit
Inhalte des Moduls	<p>Die Studierenden erfahren die Anwendung elementarer Methoden der Herstellung und Inverkehrbringen von Lebensmitteln sowie das Hygienemanagement in der Praxis kennen.</p> <p>Ernährungs- und Lebensmittelsicherheit</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Herstellung und Inverkehrbringen von Lebensmitteln ▪ Hygienemanagement
Lernergebnisse des Moduls	<p><i>Wissen und Verstehen</i> Die Studierenden transferieren Theoriewissen aus dem Modul Ernährungs- und Lebensmittelsicherheit in die Praxis, lernen dessen Einbindung in die komplexen Strukturen und Abläufe im Unternehmen kennen und verstehen. Studierende erhalten einen vertieften Einblick in die besondere Bedeutung des Hygienemanagements.</p> <p><u>Wissensvertiefung</u> Durch die Anwendung der theoretischen Kenntnisse in der Praxis wird das theoretische Wissen nachhaltig vertieft. Die Studierenden sind in der Lage, sich kritisch mit den Gegebenheiten in ihrem Praxisunternehmen auseinander zu setzen.</p> <p><i>Können</i></p> <p><u>Instrumental</u> Die Studierenden sind befähigt, elementare Vorgehensweisen zur Lebensmittelsicherheit auszuführen. Sie können einfache Fragestellung der Ernährungs- und Lebensmittelsicherheit weitgehend selbstständig bearbeiten.</p> <p><u>Systemisch</u> Die Studierenden sind in der Lage, Verbindungen zwischen dem theoretischen Modul "Ernährungs- und Lebensmittelsicherheit" und der praktischen Umsetzung zu ziehen. Die Studierenden können selbständig weiterführende bzw. vertiefende Lernprozesse gestalten, um praxisrelevante Sachatbestände zu verstehen und kritisch zu interpretieren.</p> <p><u>Kommunikativ</u> Die Studierenden kennen die Fachtermini und erwerben die entsprechenden inhaltlichen Fachkenntnisse, so dass sie am fachbezogenen Meinungsaustausch teilnehmen können. Die Studierenden können fachbezogene Positionen und Problemlösungen bei Fragen zur Ernährungs- und Lebensmittelsicherheit formulieren und gegenüber Mitarbeitern und Vorgesetzten im Praxisunternehmen argumentativ verteidigen. Sie sind in der Lage, betriebswirtschaftliche Informationen, Ideen, Kritiken und Lösungsvorschläge zu kommunizieren.</p>
Studiensemester	Semester 3
Dauer des Moduls	1 Semester
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Jährlich (Wintersemester)
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	6

Gesamtworkload	Prä	EvL-T	EvL-P	PV	TU	PL	Σ
			120	60			180
Art des Moduls	Pflichtmodul						
Verwendbarkeit des Moduls	- -						
Voraussetzungen für die Teilnahme	- -						
Modulverantwortlicher/Modulverantwortliche	Studiengangleitung						
Name der/des Hochschullehrer/s der Lehrveranstaltungen	- -						
Lehrsprache	Deutsch oder Englisch						
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Projektarbeit: Ausgewähltes betriebswirtschaftliches Problem aus dem Bereich Ernährungs- und Lebensmittelsicherheit des Unternehmens.						
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	ECTS des Moduls/168 ETCS * 80 %						
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Praktikum, EvL						
Besonderes (z. B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	- -						
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	Siehe Literaturangaben der dazugehörigen Theoriemodule						

Modul-Nr./Code	7HI-PR4SY-SY
Modulbezeichnung	Praxismodul Personal / Warenkunde
Ggf. Lehrveranstaltungen des Moduls	Projektarbeit
Inhalte des Moduls	<p>Die Studierenden reflektieren ihre in den Modul Organisation und Personal erworbenen Kenntnisse im Kontext ihres Praxispartners. Im Mittelpunkt stehen dabei die Anforderungen an Teilaufgabengebiete im Personalwesen.</p> <p>Studierende reflektieren ferner die warenkundliche Einordnung von Lebensmitteln bei ihrem Praxispartner. Sie erfahren in der Praxis die Bedeutung der Lebensmittel für Handel und Verbraucher.</p> <p>Personal</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Überblick über alle Aufgabengebiete des Personalmanagement gewinnen ▪ Praktisches Kennenlernen der Teilgebiete des Personalmanagement, u. a.: <ul style="list-style-type: none"> ○ Personalbedarfsplanung ○ Personalgewinnung ○ Personalentwicklung ○ Personaleinsatz und Arbeitsgestaltung ○ Personalfreisetzung ○ Personalentlohnung und -beurteilung ○ Personalverwaltung und -controlling ○ Neue Herausforderungen für das Personalmanagement ○ Motivation der Mitarbeiter <p>Warenkunde</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Erkennen der Möglichkeiten der Umsetzung von warenkundlichen Einordnungen (inkl. Handels- und Verbrauchsdaten, potentieller Gefahren) ▪ Praktisches Kennenlernen und Umgang mit nicht-tierischen und tierischen Lebensmitteln
Lernergebnisse des Moduls	<p><i>Wissen und Verstehen</i></p> <p>Die Studierenden transferieren Theoriewissen vor allem aus den Modul Organisation, Personal sowie Warenkunde in die Praxis, lernen dessen Einbindung in die komplexen Strukturen und Abläufe im Unternehmen kennen und verstehen. Sie kennen eine Vielzahl der relevanten Instrumente des Personalmanagements des Unternehmens. Sie erkennen Warenkunde als einen Erfolgsfaktor für Unternehmen. Die Studierenden setzen sich kritisch mit den Gegebenheiten in ihrem Praxisunternehmen auseinander.</p> <p><u>Wissensvertiefung</u></p> <p>Durch die Anwendung der theoretischen Kenntnisse in der Praxis wird das theoretische Wissen nachhaltig vertieft. Die Studierenden sind in der Lage, sich kritisch mit den Gegebenheiten in ihrem Praxisunternehmen auseinander zu setzen.</p> <p><i>Können</i></p> <p><u>Instrumental</u></p> <p>Die Studierenden können im Rahmen ihres erworbenen Wissens Ist-Zustände im Praxisunternehmen bewerten. So können sie z.B. die Organisation und Aufgabengebiete des Personalmanagement analysieren und Vorschläge zur Optimierung unterbreiten.</p> <p>Die Studierenden sind insbesondere in der Lage, die Methoden der</p>

	<p>Warenkunde anzuwenden und Vorschläge zur Optimierung zu unterbreiten.</p> <p><u>Systemisch</u> Die Studierenden sind in der Lage, Prozesse des Personalmanagement zu planen, zu steuern und zu kontrollieren. Die Studierenden sind in der Lage, ihren gewählten Funktionsbereich komplex zu analysieren, zu bewerten und konstruktive Vorschläge für eine Optimierung bzw. für Veränderungen zu erstellen.</p> <p><u>Kommunikativ</u> Die Studierenden können fachbezogene Positionen und Problemlösungen formulieren und gegenüber Mitarbeitern und Vorgesetzten im Praxisunternehmen argumentativ verteidigen. Die Studierenden sind in der Lage, bezüglich personal- und warenkundlich relevanter Themen mit Vorgesetzten und Mitarbeitern eine fachbezogene Diskussion zu führen.</p>														
Studiensemester	Semester 4														
Dauer des Moduls	1 Semester														
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Jährlich (Sommersemester)														
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	6														
Gesamtworkload	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Prä</th> <th>EvL-T</th> <th>EvL-P</th> <th>PV</th> <th>TU</th> <th>PL</th> <th>Σ</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td></td> <td></td> <td>120</td> <td>60</td> <td></td> <td></td> <td>180</td> </tr> </tbody> </table>	Prä	EvL-T	EvL-P	PV	TU	PL	Σ			120	60			180
Prä	EvL-T	EvL-P	PV	TU	PL	Σ									
		120	60			180									
Art des Moduls	Pflichtmodul														
Verwendbarkeit des Moduls	--														
Voraussetzungen für die Teilnahme	--														
Modulverantwortlicher/Modulverantwortliche	Studiengangleitung														
Name der/des Hochschullehrer/s der Lehrveranstaltungen	--														
Lehrsprache	Deutsch oder Englisch														
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	<p>Projektarbeit:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Ausgewähltes betriebswirtschaftliches Problem aus dem Personalbereich des Unternehmens <p>oder</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Ausgewähltes Problem aus dem Bereich Warenkunde des Unternehmens 														
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	ECTS des Moduls/168 ETCS * 80 %														
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Praktikum, EvL														
Besonderes (z. B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	--														
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	Siehe Literaturangaben der dazugehörigen Theoriemodule														

Modul-Nr./Code	7HI-PR5SY-SY
Modulbezeichnung	Praxismodul Projekt
Ggf. Lehrveranstaltungen des Moduls	Projektarbeit
Inhalte des Moduls	<p>Die Studierenden absolvieren in diesem Praxissemester eine Projektarbeit in enger Abstimmung mit dem Praxisunternehmen.</p> <p>Die Arbeitsaufgaben richten sich inhaltlich nach dem angestrebten späteren beruflichen Einsatzgebiet bzw. den besonderen Stärken der Studierenden. Die Studierenden sollten dieses Modul in der Fachabteilung durchführen, in der voraussichtlich auch das Thema der Bachelorarbeit angesiedelt ist.</p> <p>Schwerpunkt ist auf die Wahrnehmung qualifizierter Sacharbeitsaufgaben in eigener Verantwortung und Spezialisierung auf relevante Aufgabenstellungen des jeweiligen Praxispartners zu legen.</p>
Lernergebnisse des Moduls	<p><i>Wissen und Verstehen</i></p> <p>Die Studierenden transferieren das komplexe Theoriewissen der vergangenen 5 Theoriesemester in die Praxis und lernen dessen Einbindung vor allem im gewählten Funktionsbereich noch besser kennen und verstehen.</p> <p>Die Studierenden spezialisieren sich zukunftsorientiert auf ein Fachgebiet. In diesem erwerben sie integrierte Kenntnisse, die als Vorbereitung für die Bachelorarbeit und die spätere berufliche Entwicklung dienen.</p> <p><u>Wissensvertiefung</u> Durch die Anwendung der theoretischen Kenntnisse in der Praxis wird das theoretische Wissen nachhaltig vertieft. Die Studierenden sind in der Lage, sich kritisch mit den Gegebenheiten in ihrem Praxisunternehmen auseinander zu setzen.</p> <p><i>Können</i></p> <p><u>Instrumental</u> Die Studierenden sind in der Lage, die Instrumente des Prozess-, Personal- oder Projektmanagement auszuwählen und im Sinne einer langfristigen, stabilen Unternehmensentwicklung vernetzt anzuwenden. Die Studierenden können das erhaltene theoretische und praktische Wissen vernetzen und gezielt zur Lösung von spezifischen Problemstellungen anwenden. Sie sind in der Lage, eigenständig Lösungsoptionen zu entwickeln und zu diesem Zweck ihr Wissen in einzelnen Bereichen weiter zu vertiefen.</p> <p><u>Systemisch</u> Die Studierenden sind in der Lage, Prozesse und Projekte im Unternehmen zu planen, zu steuern und zu kontrollieren. Die Studierenden sind in der Lage, ihren gewählten Funktionsbereich komplex zu analysieren, zu bewerten und konstruktive Vorschläge für eine Optimierung bzw. für Veränderungen zu erstellen. Dabei berücksichtigen sie sowohl ökonomische als auch soziale Aspekte und Auswirkungen.</p> <p><u>Kommunikativ</u> Die Studierenden sind in der Lage, bezüglich der gewählten Schwerpunktthemen mit Vorgesetzten und Mitarbeitern eine fachbezogene Diskussion zu führen. Die Studierenden sind in der Lage, im Team Entscheidungen zu formulieren und zu begründen. Sie können Ergebnisse ihrer umgesetzten Entscheidungen interpretieren, Abweichungen zwischen Soll und Ist im Team auswerten und erklären so-</p>

	wie Konsequenzen reflektieren. Die Studierenden erwerben dabei soziale Kompetenzen und Erfahrungen, die sie zur Übernahme von Führungsaufgaben befähigen.							
Studiensemester	Semester 5							
Dauer des Moduls	1 Semester							
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Jährlich (Wintersemester)							
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	6							
Gesamtworkload	Prä	EvL-T	EvL-P	PV	TU	PL	Σ	
			159	20		1	180	
Art des Moduls	Pflichtmodul							
Verwendbarkeit des Moduls	- -							
Voraussetzungen für die Teilnahme	- -							
Modulverantwortlicher/Modulverantwortliche	Studiengangleitung							
Name der/des Hochschullehrer/s der Lehrveranstaltungen	- -							
Lehrsprache	Deutsch oder Englisch							
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Mündliche Prüfung (Semesterende in Englisch) 20 Min.							
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	ECTS des Moduls/168 ETCS * 80 %							
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Praktikum, EvL							
Besonderes (z. B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	- -							
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	Siehe Literaturangaben der dazugehörigen Theoriemodule							

H. Bachelorarbeit (BAA)

Modul-Nr./Code	7HI-BAA01-HI
Modulbezeichnung	Bachelorarbeit
Ggf. Lehrveranstaltungen des Moduls	
Inhalte des Moduls	<p>Die Bachelorarbeit umfasst die Thesis und die Verteidigung. Im Rahmen einer wissenschaftlichen Arbeit sollen die Studierenden zeigen, dass sie in der Lage sind, auf der Basis ihrer bisherigen Kenntnisse und Fertigkeiten eigenständig eine praxisrelevante Problemstellung mit wissenschaftlichen Methoden zu bearbeiten. Die Thesis wird während der Praxisphase erstellt.</p> <p>Anfertigung der Thesis</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Entwicklung einer praxisrelevanten Fragestellung ▪ Bearbeitung mittels wissenschaftlicher Methoden und anhand eines strukturierten Vorgehens ▪ Darstellung von Aufbau und Struktur ▪ Literaturrecherche und analytische Tätigkeiten ▪ Darstellung der Ergebnisse und Entwicklung von Lösungsansätzen ▪ Reflektion der Ergebnisse vor dem Hintergrund der Ausgangsfragestellung ▪ Eigenständige Erstellung der Thesis ▪ Anwendung einer korrekten und vollständigen wissenschaftliche Zitiertechnik <p>Verteidigung der Thesis</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Präsentation der in der Thesis gewonnenen Erkenntnisse ▪ Wissenschaftliche und fachpraktische Diskussion
Lernergebnisse des Moduls	<p><i>Wissen und Verstehen</i></p> <p>Die Studierenden kennen die Grundprinzipien und Methoden wissenschaftlichen Arbeitens. Sie überblicken den aktuellen wissenschaftlichen Diskurs der Wirtschaftswissenschaften und kennen formale Anforderungen an wirtschaftswissenschaftliche Texte sowie die Möglichkeiten der Präsentation von wissenschaftlichen Erkenntnissen. Die Studierenden vertiefen eine Thematik aus dem Gebiet der Betriebswirtschaftslehre und knüpfen hier an den aktuellen Forschungs- und Literaturstand an. Dabei setzen sie sich intensiv mit einer praxisnahen Aufgabenstellung auseinander und erwerben diesbezüglich vertiefte Fachkenntnisse und erweitern diese in Bezug auf das Thema der Bachelorarbeit durch umfangreiche Literaturrecherchen. Außerdem verfügen sie über spezielle Kenntnisse zur geeigneten Präsentation der Ergebnisse aus ihrer Thesis.</p> <p><i>Können</i></p> <p><u>Instrumental</u></p> <p>Die Studierenden können innerhalb einer vorgegebenen Frist eine praxisrelevante Problemstellung unter Anwendung wissenschaftlicher Methoden und praktischer Erkenntnisse selbständig bearbeiten, kritisch bewerten und weiterentwickeln. Sie sind in der Lage, konkrete und eigenständige Lösungen für wirtschaftswissenschaftliche Problemstellungen zu finden und diese in geeigneter Art und Weise darzustellen.</p>

	<p><u>Systemisch</u> Die Studierenden sind in der Lage, wissenschaftlich und systematisch zu arbeiten, ihr Vorgehen zu planen und ihre Darstellung sachgerecht zu gliedern. Sie können komplexe und praxisbezogene Aufgabenstellungen umfassend und strukturiert analysieren. Außerdem sind die Studierenden befähigt, praktikable Lösungsvorschläge in verschiedenen Varianten zu erarbeiten. Sie können ihr bisher erworbenes Wissen durch intensive Literaturrecherchen erweitern und damit problemorientiert wissenschaftliche Erkenntnisse darstellen.</p> <p><u>Kommunikativ</u> Die Studierenden sind in der Lage, die Erkenntnisse aus ihrer Thesis in einer Präsentation darzustellen. Sie können auf kritische Fragen fachlich fundiert reagieren und sind befähigt, sich fachgemäß und aktiv an Diskussionen zum entsprechenden Thema zu beteiligen. Darüber hinaus können die Studierenden ihr Vorgehen bei der Erstellung der Thesis erläutern und die gewonnenen Erkenntnisse argumentativ verteidigen.</p>														
Studiensemester	Semester 6														
Dauer des Moduls	1 Semester														
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Jährlich (Sommersemester)														
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	12														
Gesamtworkload	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Prä</th> <th>EvL-T</th> <th>EvL-P</th> <th>PV</th> <th>TU</th> <th>PL</th> <th>Σ</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td></td> <td></td> <td>329</td> <td>30</td> <td></td> <td>1</td> <td>360</td> </tr> </tbody> </table>	Prä	EvL-T	EvL-P	PV	TU	PL	Σ			329	30		1	360
Prä	EvL-T	EvL-P	PV	TU	PL	Σ									
		329	30		1	360									
Art des Moduls	Pflichtmodul														
Verwendbarkeit des Moduls	--														
Voraussetzungen für die Teilnahme	--														
Modulverantwortlicher/Modulverantwortliche	Studiengangleitung														
Name der/des Hochschullehrer/s der Lehrveranstaltungen	--														
Lehrsprache	Deutsch oder Englisch														
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Thesis: Umfang gem. separater Anleitung 70 % Verteidigung: 30 - 60 Min. 30 %														
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	ECTS des Moduls/12 ETCS * 20 %														
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	--														
Besonderes (z. B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	--														
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	Selbständige Literaturrecherche durch die Studierenden in Abhängigkeit von der Aufgabenstellung der Bachelorarbeit.														