

Modulhandbuch

für den Studiengang

Bachelor Internat. Marketing

806 (2017)

für die Prüfungsordnung

84|824|806|-|H|2017

Inhaltsverzeichnis

101	Organisation.....	4
	Organisation.....	5
102	Buchhaltung.....	7
	Buchhaltung.....	8
103	Wirtschaftsmathematik.....	10
	Wirtschaftsmathematik.....	11
105	Wirtschaftsinformatik-Grundlagen.....	14
	Wirtschaftsinformatik Grundlagen.....	15
106	Lernmethoden.....	17
	Lernmethoden.....	18
107	Marketing.....	20
	Marketing.....	21
108	Sprachkompetenz Deutsch.....	23
201	Personal.....	24
	Personal.....	25
202	Internes Rechnungswesen.....	29
	Internes Rechnungswesen.....	30
203	Wirtschaftsstatistik.....	32
	Wirtschaftsstatistik.....	33
205	Wirtschaftsinformatik-Anwendungssysteme.....	35
	Wirtschaftsinformatik-Anwendungssysteme.....	36
	Wirtschaftsinformatik-Anwendungssysteme Praktikum.....	38
206	Wirtschaftsenglisch I.....	40
	Wirtschaftsenglisch I.....	41
207	Wirtschaftsdeutsch I.....	43
	Wirtschaftsdeutsch I B2.....	44
301	Marketing I.....	45
	Marketing I.....	46
302	International Management I.....	48
	International Management I.....	49
303	Externes Rechnungswesen.....	51
	Externes Rechnungswesen.....	52
304	Interkulturelle Kompetenz.....	54
	Interkulturelle Kompetenz deutsch-französisch.....	55
305	Mikroökonomie.....	57
	Mikroökonomie.....	58
307	Wissenschaftliches Arbeiten.....	60
	Wissenschaftliches Arbeiten.....	61
308	Wirtschaftsdeutsch II.....	63
	SPZ MG WDaF IMB - Wirtschaftsdeutsch II für IMB.....	64
401	Marketing II.....	66
	Marketing II.....	67
402	International Management II.....	69
	International Management II.....	70
403	Makroökonomie.....	72
	Makroökonomie.....	73
404	Deutsch-Französ. Diskurse.....	75
	Deutsch-französische Diskurse zur Wirtschaftspolitik.....	76
405	Kommunikation und Gesprächsführung.....	78
	Kommunikation und Gesprächsführung.....	79
405	Non-Profit-Marketing.....	82

Non-Profit-Marketing.....	83
405 Verhandeln und Entscheiden.....	85
Verhandeln und Entscheiden.....	86
405 Visualisieren Präsentieren.....	88
Visualisieren, Präsentieren, Moderieren.....	89
406 International Marketing.....	91
International Marketing.....	92
501/601 Studium an der französischen Partnerhochschule.....	94

Modulname	Modulcode
101 Organisation	101
Modulverantwortliche/r	Fachbereich
Regina Hahn	Wirtschaftswissenschaften

Zuordnung zum Studiengang
Bachelor Internat. Marketing 806 (2017)

Vorgesehenes Studiensemester	Dauer des Moduls	Modultyp	ECTS
1. Semester	1	Pflichtfach	5.00

Empfohlene Voraussetzungen
/

Voraussetzungen laut Prüfungsordnung
/

Zugehörige Lehrveranstaltungen:

Nr.	Veranstaltungsname	Belegungstyp	SWS	Workload
1.	Organisation	Pflichtfach	4.00	150 Stunden
Summe (Pflicht und Wahlpflicht)			4.00	

Verwendbarkeit der Veranstaltung
Bachelor Betriebswirtschaftslehre
Stellenwert der Modulnote in der Endnote
(5CP/150CP) * 0,5

Modulname		Modulcode	
101 Organisation		101	
Veranstaltungsname		Veranstaltungscode	
Organisation		BBW 101, BBWD 101, IMB 101, BWI 104, BWID 204, BWIT 204	
Lehrende/r	Fachbereich	Lehreinheit	Belegungstyp (P/WP/W)
Regina Hahn	Wirtschaftswissenschaften		Pflichtfach

Vorgesehenes Studiensemester	Angebotshäufigkeit	Sprache	Gruppengröße
. Semester	in jedem Semester	deutsch	Personen

SWS	Präsenzstudium	Selbststudium	Workload in Summe
4.00	60 Stunden	30 Stunden Vorbereitung/ 60 Stunden Nachbereitung und Prüfungsvorbereitung	150 Stunden

Lernergebnisse / Kompetenzen (learning outcomes)
<ul style="list-style-type: none"> - Verschiedene Auffassungen von Organisation unterscheiden können - Zentrale Organisationstheorien grundlegend erklären können - Verschiedene Formen der formellen Organisationsgestaltung beschreiben können - Spezifika des Verhaltens in und von Organisationen aufzählen und erläutern können - Mögliche Gründe für und Formen von organisationalem Wandel erklären können - Instrumente des Change Management erläutern können - Techniken der Organisationsgestaltung erörtern und anwenden können
Inhalte
<p>Grundlagen der formellen Organisationsgestaltung, Grundlagen informeller Prozesse in Organisationen, Grundlagen organisationalen Wandels</p> <p>Inhalt: Grundlagen der Organisation Organisationstheoretische Grundlagen Formelle Organisationsgestaltung Aufbau- und Ablauforganisation Primär- und Sekundärorganisation Prozessmanagement Verhalten in Organisationen Organisationaler Wandel und Change Management Techniken der Organisationsgestaltung</p>
Studien-/Prüfungsleistung
Klausurarbeit

Literatur

Pflicht:

Vahs, D.: Organisation – Einführung in die Organisationstheorie und -praxis, aktuellste Auflage

Modulname	Modulcode
102 Buchhaltung	102
Modulverantwortliche/r	Fachbereich
Andreas Dinkelbach	Wirtschaftswissenschaften

Zuordnung zum Studiengang
Bachelor Internat. Marketing 806 (2017)

Vorgesehenes Studiensemester	Dauer des Moduls	Modultyp	ECTS
1. Semester	1	Pflichtfach	2.50

Empfohlene Voraussetzungen
/

Voraussetzungen laut Prüfungsordnung
/

Zugehörige Lehrveranstaltungen:

Nr.	Veranstaltungsname	Belegungstyp	SWS	Workload
1.	Buchhaltung	Pflicht	2.00	75 Stunden
Summe (Pflicht und Wahlpflicht)			2.00	

Verwendbarkeit der Veranstaltung
Bachelor Betriebswirtschaftslehre
Stellenwert der Modulnote in der Endnote
(5CP/150CP) * 0,5

Modulname		Modulcode	
102 Buchhaltung		102	
Veranstaltungsname		Veranstaltungscode	
Buchhaltung		BBW 102, BBWD 102, IMB 102, BWI 103, BWID 104, BWIT 104, BBF 104	
Lehrende/r	Fachbereich	Lehreinheit	Belegungstyp (P/WP/W)
Andreas Dinkelbach	Wirtschaftswissenschaften		Pflicht

Vorgesehenes Studiensemester	Angebotshäufigkeit	Sprache	Gruppengröße
. Semester	in jedem Semester	deutsch	Personen

SWS	Präsenzstudium	Selbststudium	Workload in Summe
2.00	30 Stunden	7,5 Stunden Vorbereitung, 37,5 Stunden Nachbereitung	75 Stunden

Lehrform
Vorlesung/ Übung
Lernergebnisse / Kompetenzen (learning outcomes)
<p>Die Studierenden erlernen die Grundlagen der Buchhaltungs- und Abschlusstechnik. Sie können das Rechnungswesen im Rahmen der Güter- und Finanzbewegungen eines Betriebs einordnen und seine Bedeutung beurteilen. Sie wenden die Begrifflichkeiten zutreffend an. Die Studierenden können die Anforderungen an eine ordnungsgemäße Buchführung darlegen und anwenden sowie Sachverhalte entsprechend beurteilen. Sie können eine einfache Buchhaltung von der Inventur über die Buchung von Geschäftsvorfällen, den erforderlichen Abschlussbuchungen bis zur Gewinn- und Verlustrechnung sowie der Bilanz eigenständig führen.</p> <p>Durch die Einbeziehung der Studierenden in die Diskussion und durch die Lösung von Übungsfällen wird deren Fähigkeit gefördert, betriebliche Sachverhalte unter Berücksichtigung der gesetzlichen Anforderungen unter dem Aspekt der Buchführung sachgerecht zu beurteilen, eine Auffassung bzw. einen Standpunkt sachgerecht zu vertreten, andere Auffassungen oder Interpretationen zu respektieren und in die Argumentation einzubeziehen. Durch die gemeinsame Erarbeitung von Lösungen mit Diskussion wird die Teamarbeit gefördert. Die Auseinandersetzung mit Fragestellungen aus der Buchhaltung in der Gruppe stärkt die Beurteilungs- und Kritikfähigkeit der Teilnehmer.</p> <p>Insgesamt wird das eigenverantwortliche Handeln unter Beachtung von gesetzlichen Rahmenbedingungen gestärkt und damit eine wichtige Voraussetzung für die Employability geschaffen</p>
Inhalte

Die Studierenden lernen zu Beginn ihres Studiums die Grundlagen der Buchführung kennen.

Inhalt:

- Einführung in das Fach Rechnungswesen
- Grundlagen der Buchführung nach Handels- und Steuerrecht
- Inventur und Inventar
- Abschluss von Bestands-, Erfolgs- und Privatkonten
- Buchungen beim Wareneinkauf und -verkauf
- Buchungen im Anlagenbereich, Abschreibung der Sachanlagen
- Umsatz- und Vorsteuer
- Zeitliche Abgrenzungen von Aufwendungen und Erträgen

Studien-/Prüfungsleistung

Klausurarbeit

Literatur

Pflicht:

Bieg, H.: Buchführung, aktuelle Auflage

Bornhofen, M.: Buchführung 1 DATEV-Kontenrahmen, aktuelle Auflage

Döring, U./Buchholz, R.: Buchhaltung und Jahresabschluss, aktuelle Auflage

Schmolke, S./Deitermann, M.: Industrielles Rechnungswesen, aktuelle Auflage

Ergänzend:

Altmann, H./Altmann, A.: Steuer-Seminar Buchführung, aktuelle Auflage

Beck'scher Bilanzkommentar: Handelsbilanz, Steuerbilanz, aktuelle Auflage

Bussiek, J./Ehrmann, H.: Buchführung, Kompendium der praktischen Betriebswirtschaft, aktuelle Auflage

Zschenderlein, O.: Kompakt-Training Buchführung I und II, aktuelle Auflage

Gesetzestexte: insbes. HGB, EStG, AO

Weitere Informationen zur Veranstaltung

Es gibt ein umfassendes Skript mit Lernzielen, Übungsaufgaben und Lösungen sowie Literaturhinweisen. Es werden Tutorien und Repetitorien veranstaltungsbegleitend und zur Klausurvorbereitung angeboten.

Modulname	Modulcode
103 Wirtschaftsmathematik	103
Modulverantwortliche/r	Fachbereich
Siegfried Kirsch	Wirtschaftswissenschaften

Zuordnung zum Studiengang
Bachelor Internat. Marketing 806 (2017)

Vorgesehenes Studiensemester	Dauer des Moduls	Modultyp	ECTS
1. Semester	1	Pflichtfach	5.00

Empfohlene Voraussetzungen
/

Voraussetzungen laut Prüfungsordnung
hinreichende schulmathematische Kenntnisse

Zugehörige Lehrveranstaltungen:

Nr.	Veranstaltungsname	Belegungstyp	SWS	Workload
1.	Wirtschaftsmathematik	Pflichtfach	4.00	150 Stunden
Summe (Pflicht und Wahlpflicht)			4.00	

Verwendbarkeit der Veranstaltung
Bachelor Betriebswirtschaftslehre
Stellenwert der Modulnote in der Endnote
(5CP/150CP) * 0,5

Modulname		Modulcode	
103 Wirtschaftsmathematik		103	
Veranstaltungsname		Veranstaltungscode	
Wirtschaftsmathematik		BBW 103, BBWD 103, BBF 101, IMB 103, BSW 104, BSWD 103, BSWF 103	
Lehrende/r	Fachbereich	Lehreinheit	Belegungstyp (P/WP/W)
Siegfried Kirsch	Wirtschaftswissenschaften		Pflichtfach

Vorgesehenes Studiensemester	Angebotshäufigkeit	Sprache	Gruppengröße
. Semester	in jedem Semester	deutsch	Personen

SWS	Präsenzstudium	Selbststudium	Workload in Summe
4.00	60 Stunden	45 Stunden Kleingruppenarbeit, Tutorien und E-Learning / 45 Stunden Nachbereitung und Prüfungsvorbereitung	150 Stunden

Lehrform
seminaristische Lehrveranstaltung
Lernergebnisse / Kompetenzen (learning outcomes)
breite berufsbefähigende Basisqualifikation, mathematische Methodenkompetenz
Inhalte
<p>Inhalte des Moduls: Die Mathematik ist ein unentbehrliches Handwerkszeug für die Analyse und Lösung wirtschaftlicher Fragestellungen aus der Praxis. Die Studierenden sollen die allgemeinen Grundlagen der Wirtschaftsmathematik erwerben. In diesem Rahmen sollen sie befähigt werden, Problemstellungen aus der Wirtschaft mit Hilfe des erlernten mathematischen Handwerkszeugs zu lösen und die Lösung auf die wirtschaftliche Ebene rückübertragen und das Ergebnis allgemeinverständlich zu vermitteln.</p> <p>Modulteil a: Grundlagen und Funktionenlehre / Differential- und Integralrechnung Inhalt: 1. Rechenregeln und mathematisches Handwerkszeug (Zahlenbereiche, Intervalle, Gleichungen und Ungleichungen, Binomische Formeln, Summenzeichen, Produktzeichen, Potenzen und Wurzeln)</p>

2. Funktionen einer Variablen

(Darstellungsformen von Funktionen, elementare Funktionen zur Bearbeitung ökonomischer Phänomene (lineare Funktionen, ganze rationale Funktionen, gebrochen rationale Funktionen, Hyperbeln, Potenzfunktionen, Wurzelfunktionen, Exponentialfunktionen, Logarithmusfunktion, logistische Funktion), Nullstellen und Schnittpunkte von Funktionen, Umkehrfunktionen, Funktionseigenschaften (Beschränktheit und Grenzwerte, Monotonie, Symmetrie, Konvexität, Stetigkeit))

3 Differentialrechnung für Funktionen einer Variablen

(Differenzenquotient, Differential, Untersuchung von Funktionen mittels ihrer Ableitungen (Differentiationsregeln, Extremwertbestimmung, Grenz-begriff in ökonomischen Funktionen, Elastizität ökonomischer Funktionen))

4 Anwendungsorientierte Integralrechnung

(Stammfunktion, Hauptsatz der Differential- und Integralrechnung, Rechenregeln des bestimmten Integrals)

5 Funktionen und Differentialrechnung von mehreren Variablen

((Funktionen zwischen einer abhängigen Variable und mehreren unabhängigen Variablen, Cobb-Douglas-Produktionsfunktion, CES-Produktionsfunktion), Partielle Ableitungen, partielle Elastizität, Einführung in die Matrizenrechnung)

Modulteil b:

Finanzmathematik

Inhalt:

1. Mathematische Grundlagen: Arithmetische und geometrische Folgen und Reihen

2. Zins- und Zinseszinsrechnung

(Einfache Zinsen, Zinseszinsen, gemischte Verzinsung, Effektivzins und Nominalzins, unterjährige Verzinsung, effektiver Zins bei unterjähriger Verzinsung, stetige Verzinsung)

3. Abschreibungsrechnung

(Lineare Abschreibung, geometrisch-degressive Abschreibung, leistungsbezogene Abschreibung, steuerrechtlich zulässige Abschreibungsarten)

4. Rentenrechnung

(Jährliche nachschüssige und vorschüssige Renten, Rentenendwert, Rentenbarwert, unterjährige Renten, ewige Rente)

5. Tilgungsrechnung

(Jährliche Ratentilgung, jährliche Annuitätentilgung, Sonderformen der Tilgungsrechnung)

6. Investitions- und Finanzierungsentscheidungen

(Äquivalenzprinzip, Kapitalwertmethode, Methode des internen Zinssatzes, Rendite)

7. Festverzinsliche Wertpapiere

(Kurswert und Effektivzins bei festverzinslichen Wertpapieren, Rendite und Risiko)

Studien-/Prüfungsleistung

schriftliche Klausurarbeit

Literatur

Modulteil a:

Grundlagen und Funktionenlehre / Differential- und Integralrechnung

Pflicht:

Kirsch, S.: vorlesungsbegleitendes Skript "Funktionenlehre", aktuelle Auflage

Kirsch, S.: vorlesungsbegleitendes Skript "Differential- und Integralrechnung", aktuelle Auflage

Kirsch, S.: vorlesungsbegleitender Aufgaben und Lösungskatalog

"Wirtschaftsmathematik", aktuelle Auflage

Ergänzend:

Poguntke, W.: Keine Angst vor Mathe, Hochschulmathematik für Einsteiger, aktuelle Auflage

Purkert, W.: Brückenkurs Mathematik für Wirtschaftswissenschaftler, aktuelle Auflage

Peters, H.: Wirtschaftsmathematik, aktuelle Auflage

Akkerboom, H.; Peters, H.: Wirtschaftsmathematik- Übungsbuch, aktuelle Auflage

Tietze, J.: Einführung in die angewandte Wirtschaftsmathematik, aktuelle Auflage

Tietze, J.: Übungsbuch zur angewandten Wirtschaftsmathematik, aktuelle Auflage

Modulteil b:

Finanzmathematik

Pflicht:

Kirsch, S.: vorlesungsbegleitendes Skript " Finanzmathematik", aktuelle Auflage

Kirsch, S.: vorlesungsbegleitender Aufgaben und Lösungskatalog " Finanzmathematik", aktuelle Auflage

Ergänzend:

Poguntke, W.: Keine Angst vor Mathe, Hochschulmathematik für Einsteiger, aktuelle Auflage

Purkert, W.: Brückenkurs Mathematik für Wirtschaftswissenschaftler, aktuelle Auflage

Peters, H.: Wirtschaftsmathematik, aktuelle Auflage

Akkerboom, H.; Peters, H.: Wirtschaftsmathematik- Übungsbuch, aktuelle Auflage

Tietze, J.: Einführung in die Finanzmathematik, aktuelle Auflage

Tietze, J.: Übungsbuch zur Finanzmathematik, aktuelle Auflage

Modulname	Modulcode
105 Wirtschaftsinformatik-Grundlagen	105
Modulverantwortliche/r	Fachbereich
	Wirtschaftswissenschaften

Zuordnung zum Studiengang
Bachelor Internat. Marketing 806 (2017)

Vorgesehenes Studiensemester	Dauer des Moduls	Modultyp	ECTS
1. Semester	1	Pflichtfach	5.00

Empfohlene Voraussetzungen
/

Voraussetzungen laut Prüfungsordnung
/

Zugehörige Lehrveranstaltungen:

Nr.	Veranstaltungsname	Belegungstyp	SWS	Workload
1.	Wirtschaftsinformatik Grundlagen	Pflichtfach	4.00	150 Stunden
Summe (Pflicht und Wahlpflicht)			4.00	

Verwendbarkeit der Veranstaltung
Bachelor Betriebswirtschaft
Stellenwert der Modulnote in der Endnote
(5CP/150CP) * 0,5

Modulname		Modulcode	
105 Wirtschaftsinformatik-Grundlagen		105	
Veranstaltungsname		Veranstaltungscode	
Wirtschaftsinformatik Grundlagen		BBW 105, BBWD 204, BSW 106, BSWD 203, BSWF 204, IMB 105, BBF 402	
Lehrende/r	Fachbereich	Lehreinheit	Belegungstyp (P/WP/W)
Jürgen Karla Jens Kaufmann	Wirtschaftswissenschaften		Pflichtfach

Vorgesehenes Studiensemester	Angebotshäufigkeit	Sprache	Gruppengröße
. Semester	in jedem Semester	deutsch	Personen

SWS	Präsenzstudium	Selbststudium	Workload in Summe
4.00	60 Stunden	30 Stunden Vorbereitung / 60 Stunden Nachbereitung und Prüfungsvorbereitung	150 Stunden

Lehrform
Vorlesung
Lernergebnisse / Kompetenzen (learning outcomes)
Die Studierenden kennen die Einsatzmöglichkeiten moderner Informations- und Kommunikationstechnologien im Unternehmen. Sie sind in der Lage, die Chancen und Risiken von IT als Werkzeug methodisch unterstützt zu bewerten. Die Studierenden sind in der Lage, fachliche Anforderungen an Informationssysteme mit geeigneten Werkzeugen darzustellen und zu modellieren.
Inhalte
Im Zentrum steht die Vermittlung grundlegender Kenntnisse über den IT-Einsatz im Unternehmen. Dabei wird auf grundlegende Hard- und Software-Konzepte eingegangen. Es erfolgt eine Einführung in die Nutzung von Datenbanken basierend auf der Datenmodellierung. Darüber hinaus werden die Modellierung von Funktionen und die Modellierung von Geschäftsprozessen adressiert.
Modulteil a: Grundlagen der Wirtschaftsinformatik
Inhalt:
1. Disziplin der Wirtschaftsinformatik
2. Technologie als Enabler
- Daten und Datenverarbeitung
- Datenübertragung, Rechnernetze und Internet
- Verteilte Datenspeicherung und -nutzung
- Aktuelle Themen der Wirtschaftsinformatik

3. Modellierung integrierter Informationssysteme

- Architektur integrierter Informationssysteme
- Daten-, Funktions-, Organisationssicht
- Geschäftsprozesse

Modulteil b: Modellierungsmethoden der Wirtschaftsinformatik

Inhalt:

Übungen zu

- IT-Sicherheit
- Datenmodellierung
- Funktionsmodellierung
- Organisationsmodellierung
- Modellierung von Geschäftsprozessen
- Ausgewählten Themen der Vorlesung

Studien-/Prüfungsleistung

Klausurarbeit

Literatur

Pflicht:

Abts, D.; Mulder, W.: Grundkurs Wirtschaftsinformatik. Vieweg Teubner, aktuelle Auflage.
Laudon, C.; Laudon, J.; Schoder, D.: Wirtschaftsinformatik - Eine Einführung. Pearson, aktuelle Auflage.

Ergänzend:

Hansen, H. R./Mendling, J./Neumann, G.: Wirtschaftsinformatik. aktuelle Auflage.

Modulname	Modulcode
106 Lernmethoden	106
Modulverantwortliche/r	Fachbereich
Birgit Lankes	Wirtschaftswissenschaften

Zuordnung zum Studiengang
Bachelor Internat. Marketing 806 (2017)

Vorgesehenes Studiensemester	Dauer des Moduls	Modultyp	ECTS
1. Semester	1	Pflichtfach	2.00

Empfohlene Voraussetzungen
/

Voraussetzungen laut Prüfungsordnung
/

Zugehörige Lehrveranstaltungen:

Nr.	Veranstaltungsname	Belegungstyp	SWS	Workload
1.	Lernmethoden	Pflichtfach	2.00	75 Stunden
Summe (Pflicht und Wahlpflicht)			2.00	

Verwendbarkeit der Veranstaltung
Bachelor Betriebswirtschaft
Stellenwert der Modulnote in der Endnote
(5CP/150CP) * 0,5

Modulname		Modulcode	
106 Lernmethoden		106	
Veranstaltungsname		Veranstaltungscode	
Lernmethoden		BBW 107, IMB 106, BWI 107, BSW 102	
Lehrende/r	Fachbereich	Lehreinheit	Belegungstyp (P/WP/W)
Birgit Lankes Nina Friedrichs	Wirtschaftswissenschaften		Pflichtfach

Vorgesehenes Studiensemester	Angebotshäufigkeit	Sprache	Gruppengröße
. Semester	in jedem Semester	deutsch	Personen

SWS	Präsenzstudium	Selbststudium	Workload in Summe
2.00	30 Stunden	15 Stunden Vorbereitung / 30 Stunden Nachbereitung und Prüfungsvorbereitung	75 Stunden

Lernergebnisse / Kompetenzen (learning outcomes)
Fähigkeit, die vermittelten Methoden und Techniken zu verstehen und diese im Rahmen einer systematischen Vorgehensweise sowohl im Studium als auch im Berufsleben effektiv und effizient einzusetzen.
Inhalte
Zielorientiertes Arbeiten (Zielformulierung, Zielplanung) Anfertigen von Mitschriften Archivierung von Unterlagen / Schreibtisch-Management Lesetechniken Bildung von Lerngruppen Prüfungsvorbereitung Stress und Stressbewältigung Techniken und Methoden des ganzheitlichen Zeit-, Ziel- und Erfolgsmanagements Handhabung eines Tabellenkalkulationsprogramms
Studien-/Prüfungsleistung
schriftliche Reflexion
Literatur
Pflicht: Heister, W.: Studieren mit Erfolg. Effizientes Lernen und Selbstmanagement in Bachelor-, Master- und Diplomstudiengängen, aktuelle Auflage Heister, W. u. a.: Studieren mit Erfolg. Prüfungen meistern, aktuelle Auflage Vonhoegen, H.: Excel 2016: Der umfassende Ratgeber, komplett in Farbe - Grundlagen, Praxistipps und Profiwissen. Formeln, Funktionen, Diagramme, VBA und viele praktische Beispiele, aktuelle Auflage

Ergänzend:

Bluttman, K.: Excel Formeln und Funktionen für Dummies, aktuelle Auflage
Jäger, R.: Selbstmanagement und persönliche Arbeitstechniken, aktuelle Auflage
Lorinser, B./Sewekow, K.: Effizient studieren. Ein praktischer Ratgeber für Studierende, aktuelle Auflage
Püschel, E.: Selbstmanagement und Zeitplanung, aktuelle Auflage
Seiwert, L. J.: Noch mehr Zeit für das Wesentliche, aktuelle Auflage
Seiwert, L. J.: Wenn Du es eilig hast, gehe langsam: Das neue Zeitmanagement in einer beschleunigten Welt, aktuelle Auflage

Modulname	Modulcode
107 Marketing	107
Modulverantwortliche/r	Fachbereich
Harald Vergossen	Wirtschaftswissenschaften

Zuordnung zum Studiengang
Bachelor Internat. Marketing 806 (2017)

Vorgesehenes Studiensemester	Dauer des Moduls	Modultyp	ECTS
1. Semester	1	Pflichtfach	2.50

Empfohlene Voraussetzungen
/

Voraussetzungen laut Prüfungsordnung
/

Zugehörige Lehrveranstaltungen:

Nr.	Veranstaltungsname	Belegungstyp	SWS	Workload
1.	Marketing	Pflichtfach	2.00	75 Stunden
Summe (Pflicht und Wahlpflicht)			2.00	

Verwendbarkeit der Veranstaltung
Bachelor Betriebswirtschaft
Stellenwert der Modulnote in der Endnote
(5CP/150CP) * 0,5

Modulname		Modulcode	
107 Marketing		107	
Veranstaltungsname		Veranstaltungscode	
Marketing		BBW 301, BBWD 303, IMB 107/108, BBF 105, BWI 205, BWID 303, BWIT 303	
Lehrende/r	Fachbereich	Lehreinheit	Belegungstyp (P/WP/W)
	Wirtschaftswissenschaften		Pflichtfach

Vorgesehenes Studiensemester	Angebotshäufigkeit	Sprache	Gruppengröße
. Semester	in jedem Semester		Personen

SWS	Präsenzstudium	Selbststudium	Workload in Summe
2.00	30 Stunden	10 Stunden Vorbereitung / 20 Stunden Literaturarbeit / 15 Stunden Nachbearbeitung und Prüfungsvorbereitung	75 Stunden

Lehrform
Vorlesung
Lernergebnisse / Kompetenzen (learning outcomes)
Die Studierenden lernen Marketing als marktorientiertes Denken und Handeln und damit als grundlegendes Unternehmensprinzip kennen. Die Studierenden lernen den Marketing-Managementprozess als systematische Grundlage einer Marketingplanung kennen. Kleinere Marketingproblemstellungen sollen die Studierenden anhand des Marketing-Managementprozesses lösen können. Die Studierenden lernen dabei die Einsatz- und Gestaltungsmöglichkeiten der marketingpolitischen Instrumente kennen.
Inhalte
<p>Inhalte des Moduls: Die Studierenden sollen die beiden marktbezogenen betrieblichen Funktionen Beschaffung und Marketing als wichtige Unternehmensfunktionen verstehen und moderne Gestaltungsvarianten anwenden lernen.</p> <p>Inhalt:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Die Grundlagen des Marketing - Der Marketing – Managementprozess <ul style="list-style-type: none"> - Marktforschung zur Erkundung der Marktsituation - Festlegung der Marketingziele

<ul style="list-style-type: none">- Bestimmung der Marketingstrategie- Auswahl und Kombination der marketingpolitischen Instrumente<ul style="list-style-type: none">- Produktpolitische Instrumente- Preispolitische Instrumente- Distributionspolitische Instrumente- Kommunikationspolitische Instrumente
Studien-/Prüfungsleistung
Klausurarbeit
Literatur
<p><i>Pflicht:</i> Kotler, Ph./Bliemel, F.: Marketing-Management, aktuelle Auflage Meffert, H./Burmann, C. u.a.: Marketing – Grundlagen marktorientierter Unternehmensführung, aktuelle Auflage Scharf, A., Schubert, B., u.a.: Marketing. Einführung in Theorie und Praxis, neueste Auflage</p> <p>Ergänzend: Boone, L.E./ Kurtz, D.L.: Contemporary Marketing, aktuelle Auflage Homburg, Ch./Kromer, H.: Marketingmanagement. Strategie-Instrumente-Umsetzung, aktuelle Auflage</p>

Modulname	Modulcode
108 Sprachkompetenz Deutsch	108
Modulverantwortliche/r	Fachbereich
Simone Gebhardt-Bürkle	Wirtschaftswissenschaften

Zuordnung zum Studiengang
Bachelor Internat. Marketing 806 (2017)

Vorgesehenes Studiensemester	Dauer des Moduls	Modultyp	ECTS
1. Semester	1	Pflichtfach	5.00

Empfohlene Voraussetzungen
/

Voraussetzungen laut Prüfungsordnung
Die Lehrveranstaltung Deutsch als Sprachkompetenz richtet sich an Studierende mit Grundkenntnissen der deutschen Sprache (A1-A2 gem. EQF)

Zugehörige Lehrveranstaltungen:

Nr.	Veranstaltungsname	Belegungstyp	SWS	Workload
Summe (Pflicht und Wahlpflicht)			4.00	

Verwendbarkeit der Veranstaltung
/
Stellenwert der Modulnote in der Endnote
(5CP/150CP) * 0,5

Modulname	Modulcode
201 Personal	201
Modulverantwortliche/r	Fachbereich
Lena Evertz	Wirtschaftswissenschaften

Zuordnung zum Studiengang
Bachelor Internat. Marketing 806 (2017)

Vorgesehenes Studiensemester	Dauer des Moduls	Modultyp	ECTS
2. Semester	1	Pflichtfach	5.00

Empfohlene Voraussetzungen
/

Voraussetzungen laut Prüfungsordnung
/

Zugehörige Lehrveranstaltungen:

Nr.	Veranstaltungsname	Belegungstyp	SWS	Workload
1.	Personal	Pflichtfach	4.00	150 Stunden
Summe (Pflicht und Wahlpflicht)			4.00	

Verwendbarkeit der Veranstaltung
Bachelor Betriebswirtschaftslehre
Stellenwert der Modulnote in der Endnote
(5CP/150CP) * 0,5

Modulname		Modulcode	
201 Personal		201	
Veranstaltungsname		Veranstaltungscode	
Personal		BBW 201, BBWD 201, BBF 202, IMB 201, BWI 60101, BWID 70401, BWIT 70401	
Lehrende/r	Fachbereich	Lehreinheit	Belegungstyp (P/WP/W)
	Wirtschaftswissenschaften		Pflichtfach

Vorgesehenes Studiensemester	Angebotshäufigkeit	Sprache	Gruppengröße
. Semester	in jedem Semester		Personen

SWS	Präsenzstudium	Selbststudium	Workload in Summe
4.00	60 Stunden	30 Stunden Vorbereitung / 60 Stunden Nachbereitung und Prüfungsvorbereitung	150 Stunden

Lehrform
Vorlesung
Lernergebnisse / Kompetenzen (learning outcomes)
Die Studierenden kennen die personalwirtschaftlichen Grundlagen und werden befähigt, sie nach Anleitung adäquat anzuwenden.
Inhalte
<p>Inhalt des Moduls: Die Studierenden werden zunächst mit den Grundlagen der Personalwirtschaft vertraut gemacht. Danach gilt das Augenmerk der Personalbeschaffung, dem Personaleinsatz und der Personalbeurteilung. Die Studierenden lernen ferner, wie man ein gerechtes Entgelt bestimmt und abrechnet, und sie lernen den Personalservice kennen. Zudem wird die Basis zum Verständnis von und Umgang mit Personal- und Organisationsentwicklung gelegt. Schließlich erlangen die Studierenden Einblicke in die Personalfreisetzung und das Personalcontrolling.</p> <p>Inhalt: Grundlagen Personalbeschaffung Personaleinsatz Personalbeurteilung Entgelt Personalführung</p>

Personalservice Personal- und Organisationsentwicklung Personalfreisetzung Personalcontrolling
Studien-/Prüfungsleistung
Klausurarbeit
Literatur
<p>Pflicht: ist ein personalwirtschaftliches Lehrbuch. Empfehlungen für die Pflichtlektüre: Achouri, C., Human Resources Management, Wiesbaden 2011 Albert, G., Betriebliche Personalwirtschaft, 14. A., Herne 2017 Bartscher, T. u. Huber, A., Praktische Personalwirtschaft, 2. A., Wiesbaden 2007 Bartscher, T. u. Nissen, R., Personalmanagement, 2. A., Hallbergmoos 2017 Berthel, J. u. Becker, F. G., Personal-Management, 11. A., Stuttgart 2017 Bröckermann, R., Personalwirtschaft, 7. A., Stuttgart 2016 Bühner, R., Personalmanagement, 3. A., München 2005 Dessler, G., Fundamentals of Human Resource Management, 4th Ed., Boston u. a. 2016 Haubrock, A. u. Öhlschlegel-Haubrock, S., Personalmanagement, 3. A., Stuttgart 2018 Hentze, J. u. Kammel, A., Personalwirtschaftslehre 1, 7. A., Bern 2001 Hentze, J. u. Graf, A., Personalwirtschaftslehre 2, 7. A., Bern 2005 Holtbrügge, D., Personalmanagement, 7. A., Berlin 2018 Huber, A., Personalmanagement, München 2010 Jung, H., Personalwirtschaft, 10. A., Berlin u. a. 2017 Klimecki, R. G. u. Gmür, M., Personalmanagement, 3. A., Stuttgart 2005 Kolb, M., Personalmanagement, 2. A., Wiesbaden 2010 Lindner-Lohmann, D., Lohmann, F. u. Schirmer, U., Personalmanagement, 3. A., Berlin u. a. 2016 Nicolai, C., Personalmanagement, 5. A., Konstanz 2018 Oechsler, W. A. u. Paul, C., Personal und Arbeit, 11. A., Berlin u. a. 2019 Olfert, K., Kompakt-Training Personalwirtschaft, 11. A., Herne 2019 Olfert, K., Personalwirtschaft, 16. A., Herne 2015 Pilz, G., Brückenkurs Personalwirtschaft, Konstanz 2015 Pilz, G., Personalwirtschaft, 2. A., Konstanz, 2017 Ringstetter, M. u. Kaiser, S., Humanressourcen-Management, München 2008 Rowold, J., Human Resource Management, Berlin u. a. 2013 Scherer, E. u. Süß, S., Personalmanagement, 3. A., München 2016 Schmeisser, W., Andresen, M. u. Kaiser, S., Personalmanagement, Konstanz 2013 Scholz, C. u. Scholz, T. M., Grundzüge des Personalmanagements, 3. A. München 2019 Stock-Homburg, R., Personalmanagement, 3. A., Wiesbaden 2013 Staffelbach, B., HRM Basics, München 2016 Torrington, D., Hall, L., Taylor, S. u. Atkinson, C., Fundamentals of Human Resource Management, Harlow 2009 Wickel-Kirsch, S., Janusch, M. u. Knorr, E., Personalwirtschaft, Wiesbaden 2008</p> <p>Literatur zum Üben: Böhmer, N., Schinnenburg, H. u. Steinert, C., Fallstudien im Personalmanagement, München 2012 Bröckermann, R., Prüfungstraining Personalwirtschaft, Stuttgart 2014 Bröckermann, R. u. Pepels, W. (Hrsg.), Handbuch ERM-Fallstudien, Berlin 2014</p>

Huf, S. u. Paul, C., Personal und Arbeit Übungsbuch, Berlin u. a. 2018
Hummel, T. R. u. Zander, E., Lexikon Human Resource Management, Düsseldorf 2012
Jung, H., Arbeits- und Übungsbuch Personalwirtschaft, 3. A., München 2012
Krause, G. u. Krause, B., Personalwirtschaft: 115 klausurtypische Aufgaben und Lösungen, 2. A., Herne 2016
Olfert, K., Lexikon Personalwirtschaft, 4. A., Herne 2012
Olfert, K., Personalwirtschaft kompakt, 10. A., Herne 2016
Pilz, G., Fit für die Prüfung: Personalwirtschaft, Konstanz 2013
Pilz, G., Fit für die Prüfung: Personalwirtschaft – 120 Lernkarten, Konstanz 2013

Ergänzend:

Achouri, C., Recruiting und Placement, 2. A., Wiesbaden 2010
Appel, W. u. Felisiak, W. (Hrsg.), HR-Servicemanagement, München 2012
Becker, M., Personalentwicklung, 6. A., Stuttgart 2013
Breisig, T., Personal, 2. A., Herne 2016
Bröckermann, R., Führungskompetenz, Stuttgart 2011
Bröckermann, R. u. Pepels, W. (Hrsg.), Handbuch Personalbindung, 2. A., Berlin 2013
Bröckermann, R. u. Pepels, W. (Hrsg.), Handbuch Personaleinsatz, 2. A., Berlin 2013
Bröckermann, R. u. Pepels, W. (Hrsg.), Handbuch Personalfreisetzung, 2. A., Berlin 2013
Bröckermann, R. u. Pepels, W. (Hrsg.), Handbuch Personalgewinnung, 2. A., Berlin 2013
Büdenbender, U. u. Will, C, Arbeitsrecht – Crash Kurs, Konstanz 2008
Burchert, H. (Hrsg.), Lexikon Gesundheitsmanagement, Herne 2011
Ehrmann, H., Kompakt-Training Balanced Scorecard, 4. A., Ludwigshafen 2007
Giesen, T., Wirtschaftsrecht: Arbeitsrecht, Herne 2016
Hentze, J., Graf, A., Kammel, A. u. Lindert, K., Personalführungslehre, 4. A., Bern 2005
Issing, L. J. u. Klimsa, P. (Hrsg.), Online-Lernen, München 2009
Jansen, T., Kompakt-Training Personalcontrolling, Ludwigshafen 2008
Jenak, K., Lehrgang der Lohn- und Gehaltsabrechnung, 33. A., Stuttgart 2017
Jetter, W., Effiziente Personalauswahl, 3. A., Stuttgart 2008
Kanning, U. P., Pöttker, J. u. Klinge, K., Personalauswahl, Stuttgart 2008
Kirschten, U., Nachhaltiges Personalmanagement, Konstanz 2017
Krämer, M., Grundlagen und Praxis der Personalentwicklung, 2. A., Göttingen u. a. 2012
Martin, A. u. Bartscher-Finzer, S., Personal, Stuttgart 2015
Mentzel, W., Personalentwicklung, 5. A., München 2018
Nerdinger, F. W., Blickle, G. u. Schaper, N. (Hrsg.), Arbeits- und Organisationspsychologie, 3. A., Berlin 2014
NWB Redaktion (ohne Verfasser), Wichtige Arbeitsgesetze, 24. A., Herne 2017
Öhlschlegel-Haubrock, S. u. Haubrock, A., Nachhaltige Personalentwicklung, Stuttgart 2017
Olfert, K., Projektmanagement, 9. A., Herne 2014
Rudow, B., Das gesunde Unternehmen, München 2004
Rudow, B., Die gesunde Arbeit, 3. A., München 2014
Schulte, C., Personal-Controlling mit Kennzahlen, 3. A., München 2011
Schmeisser, W., Finanzorientierte Personalwirtschaft, München 2008
Schmeisser et al., Praxishandbuch Personalcontrolling, 2. A., Konstanz u. a. 2016
Senne, P., Arbeitsrecht, 10. A., München 2018
Steckler, B., Strauß, R. u. Bachert, P., Arbeitsrecht und Sozialversicherung, 8. A., Herne 2016
Stührenberg, L., Professionelle betriebliche Kommunikation, Wiesbaden 2003
Thom, Norbert u. Zaugg, R. J. (Hrsg.), Moderne Personalentwicklung, 2. A., Wiesbaden 2007
Treier, M., Personalpsychologie im Unternehmen, München 2009

Vahs, D. u. Weiland, A., Workbook Change Management, 2. A., Stuttgart 2013
Wegerich, C., Strategische Personalentwicklung in der Praxis, 3. A., Berlin u. a. 2015
Weibler, J., Personalführung, 3. A., München 2016
Wörten, R. u. Kokemoor, A., Arbeitsrecht, 12. A., München 2016
Zander, E. u. Wagner, D., Handbuch des Entgeltmanagements, München 2005

Modulname	Modulcode
202 Internes Rechnungswesen	202
Modulverantwortliche/r	Fachbereich
Jörg Effmann	Wirtschaftswissenschaften

Zuordnung zum Studiengang
Bachelor Internat. Marketing 806 (2017)

Vorgesehenes Studiensemester	Dauer des Moduls	Modultyp	ECTS
2. Semester	1	Pflichtfach	5.00

Empfohlene Voraussetzungen
/

Voraussetzungen laut Prüfungsordnung
/

Zugehörige Lehrveranstaltungen:

Nr.	Veranstaltungsname	Belegungstyp	SWS	Workload
1.	Internes Rechnungswesen	Pflichtfach	4.00	150 Stunden
Summe (Pflicht und Wahlpflicht)			4.00	

Verwendbarkeit der Veranstaltung
Bachelor Betriebswirtschaft
Stellenwert der Modulnote in der Endnote
(5CP/150CP) * 0,5

Modulname		Modulcode	
202 Internes Rechnungswesen		202	
Veranstaltungsname		Veranstaltungscode	
Internes Rechnungswesen		BBW 202, BBWD 202, BBF 203, IMB 202, BWI 204, BWID 203, BWIT 203, BSW 304, BSWD 403, BSWF 402	
Lehrende/r	Fachbereich	Lehreinheit	Belegungstyp (P/WP/W)
Jörg Effmann	Wirtschaftswissenschaften		Pflichtfach

Vorgesehenes Studiensemester	Angebotshäufigkeit	Sprache	Gruppengröße
. Semester	in jedem Semester	deutsch	Personen

SWS	Präsenzstudium	Selbststudium	Workload in Summe
4.00	60 Stunden	30 Stunden Vorbereitung / 60 Stunden Nachbereitung und Prüfungsvorbereitung	150 Stunden

Lehrform
Vorlesung
Lernergebnisse / Kompetenzen (learning outcomes)
Die Vermittlung der Grundlagen zur Kostenrechnung und der weiterführenden Themenbereiche befähigt die Studierenden, die wesentlichen Methoden der Kostenrechnung praxisorientiert anzuwenden.
Inhalte
<p>Inhalte des Moduls: Die Studierenden werden systematisch in die Grundlagen und in weiterführende Themenbereiche der Kostenrechnung eingearbeitet.</p> <p>Modulteil a: Kostenrechnung I</p> <p>Inhalt: Grundlagen der Kostenrechnung Kostenartenrechnung Kostenstellenrechnung Kostenträgerrechnung Ist-/Plankostenrechnung</p> <p>Modulteil b: Kostenrechnung II</p>

Inhalt:

weiterführende Verfahren der Kostenrechnung
Teilkostenrechnung
Grenzplankostenrechnung
Deckungsbeitragsrechnung
Prozesskostenrechnung

Studien-/Prüfungsleistung

schriftliche Klausurarbeit

Literatur

Modulteil a: Kostenrechnung I

Pflicht:

Hummel, S./Männel, W.: Kostenrechnung I, aktuelle Auflage
Kilger, W.: Einführung in die Kostenrechnung, aktuelle Auflage
Kilger, W.: Flexible Plankostenrechnung und Deckungsbeitragsrechnung, aktuelle Auflage

Ergänzend:

Olfert, K.: Kostenrechnung, aktuelle Auflage

Modulteil b: Kostenrechnung II

Pflicht:

Hummel, S./Männel, W.: Kostenrechnung I und II, aktuelle Auflage
Kilger, W.: Einführung in die Kostenrechnung, aktuelle Auflage
Kilger, W.: Flexible Plankostenrechnung und Deckungsbeitragsrechnung, aktuelle Auflage

Ergänzend:

Olfert, K.: Kostenrechnung, aktuelle Auflage

Modulname	Modulcode
203 Wirtschaftsstatistik	203
Modulverantwortliche/r	Fachbereich
Matthias Freund	Wirtschaftswissenschaften

Zuordnung zum Studiengang
Bachelor Internat. Marketing 806 (2017)

Vorgesehenes Studiensemester	Dauer des Moduls	Modultyp	ECTS
2. Semester	1	Pflichtfach	5.00

Empfohlene Voraussetzungen
/

Voraussetzungen laut Prüfungsordnung
/

Zugehörige Lehrveranstaltungen:

Nr.	Veranstaltungsname	Belegungstyp	SWS	Workload
1.	Wirtschaftsstatistik	Pflichtfach	4.00	150 Stunden
Summe (Pflicht und Wahlpflicht)			4.00	

Verwendbarkeit der Veranstaltung
Bachelor Betriebswirtschaft
Stellenwert der Modulnote in der Endnote
(5CP/150CP) * 0,5

Modulname		Modulcode	
203 Wirtschaftsstatistik		203	
Veranstaltungsname		Veranstaltungscodes	
Wirtschaftsstatistik		BBW 203, BBWD 203, IMB 203, BBF 201	
Lehrende/r	Fachbereich	Lehreinheit	Belegungstyp (P/WP/W)
	Wirtschaftswissenschaften		Pflichtfach

Vorgesehenes Studiensemester	Angebotshäufigkeit	Sprache	Gruppengröße
. Semester	in jedem Semester		Personen

SWS	Präsenzstudium	Selbststudium	Workload in Summe
4.00	60 Stunden	45 Stunden Kleingruppenarbeit, Übung und E-Learning / 45 Stunden Nachbereitung und Prüfungsvorbereitung	150 Stunden

Lehrform
seminaristische Lehrveranstaltung
Lernergebnisse / Kompetenzen (learning outcomes)
breite berufsbefähigende Basisqualifikation, statistische Methodenkompetenz
Inhalte
<p>Inhalte des Moduls: Die Studierenden sollen die Fähigkeit erwerben, wirtschaftliche Sachverhalte statistisch zu beschreiben, Datenmaterial aufzubereiten und die daraus resultierenden Ergebnisse zu interpretieren (beschreibende Statistik). Sie sollen darüber hinaus die Fähigkeit erwerben, auf der Grundlage vorliegenden Datenmaterials Rückschlüsse über wirtschaftliche Zusammenhänge oder Gesetzmäßigkeiten zu ziehen (schließende Statistik). Insgesamt sollen sie die statistische Auswertung von wirtschaftlichen Sachverhalten und die statistische Analyse und Beurteilung von wirtschaftlichen Problemen sowohl quantitativ, als auch grafisch und nach den erforderlichen statistischen Argumentationsschritten beherrschen. Da statistische Fragestellungen in der beruflichen Praxis meist mit statistischer Software bearbeitet werden, ist die aktive Beherrschung eines Statistikprogramms wie SPSS eine geeignete Vertiefungsmöglichkeit für die gelernten theoretischen Kenntnisse.</p> <p>Inhalt:</p>

1. Einführung in die 'beschreibende Statistik' als explorative, methodische Hilfswissenschaft
2. Statistische Grundbegriffe und empirische (Häufigkeits-)Verteilungen
3. Wirtschaftliche Anwendungsgebiete der beschreibenden Statistik
3. Statistische Grundbegriffe und empirische (Häufigkeits-)Verteilungen
4. Kennzahlen für Lage, Streuung und Form einer empirischen Verteilung
5. Grafische Methoden zur Erkennung von Auffälligkeiten in empirischen Verteilungen
6. Zusammenhang in der Kreuztabelle und im Streudiagramm, Regressionsanalyse
7. Gliederungszahlen, Beziehungszahlen, Messzahlen und (zusammengesetzte) Indexzahlen
8. Begriff der Wahrscheinlichkeit zur Verallgemeinerung empirischer Befunde
9. Zufallsvariablen, Zufallsverteilungen - insbesondere die Normalverteilung, Binomialverteilung
10. Einführung in die 'schließende Statistik' als induktive, methodische Hilfswissenschaft
11. Wirtschaftswissenschaftliche Anwendungsgebiete der schließenden Statistik
12. Schätz- und Testverfahren, insbesondere für Lageparameter
Studien-/Prüfungsleistung
Klausurarbeit
Literatur
Pflicht: Kirsch, S.: vorlesungsbegleitendes Skript "Deskriptive Statistik", aktuelle Auflage Kirsch, S.: vorlesungsbegleitendes Skript "Wahrscheinlichkeitsrechnung", aktuelle Auflage Kirsch, S.: vorlesungsbegleitendes Skript "Induktive Statistik", aktuelle Auflage Kirsch, S.: vorlesungsbegleitender Aufgaben und Lösungskatalog "Deskriptive Statistik", aktuelle Auflage Kirsch, S.: vorlesungsbegleitender Aufgaben und Lösungskatalog "Wahrscheinlichkeitsrechnung", aktuelle Auflage Kirsch, S.: vorlesungsbegleitender Aufgaben und Lösungskatalog " Induktive Statistik", aktuelle Auflage
Ergänzend: Oestreich, M./Romberg, O.: Keine Panik vor Statistik!, aktuelle Auflage Akkerboom, H.: Wirtschaftsstatistik im Bachelor, Grundlagen und Datenanalyse, aktuelle Auflage Bourier, G.: Beschreibende Statistik, aktuelle Auflage Bourier, G.: Wahrscheinlichkeitsrechnung und schließende Statistik, aktuelle Auflage Bleymüller, J./Gehlert, G./Gülicher, H.: Statistik für Wirtschaftswissenschaftler, aktuelle Auflage Zöfel, P.: Statistik, Statistik für Wirtschaftswissenschaftler, aktuelle Auflage Bühl, A.: SPSS 20: Einführung in die moderne Datenanalyse, aktuelle Auflage

Modulname	Modulcode
205 Wirtschaftsinformatik-Anwendungssysteme	205
Modulverantwortliche/r	Fachbereich
André Schekelmann	Wirtschaftswissenschaften

Zuordnung zum Studiengang
Bachelor Internat. Marketing 806 (2017)

Vorgesehenes Studiensemester	Dauer des Moduls	Modultyp	ECTS
2. Semester	1	Pflichtfach	5.00

Empfohlene Voraussetzungen
/

Zugehörige Lehrveranstaltungen:

Nr.	Veranstaltungsname	Belegungstyp	SWS	Workload
1.	Wirtschaftsinformatik-Anwendungssysteme	Pflichtfach	2.00	75 Stunden
2.	Wirtschaftsinformatik-Anwendungssysteme Praktikum	Pflichtfach	2.00	75 Stunden
Summe (Pflicht und Wahlpflicht)			4.00	

Verwendbarkeit der Veranstaltung
Bachelor Betriebswirtschaft
Stellenwert der Modulnote in der Endnote
(5CP/150CP) * 0,5

Modulname		Modulcode	
205 Wirtschaftsinformatik-Anwendungssysteme		205	
Veranstaltungsname		Veranstaltungscod	
Wirtschaftsinformatik-Anwendungssysteme		BBW 205, BBWD 402, IMB 205	
Lehrende/r	Fachbereich	Lehreinheit	Belegungstyp (P/WP/W)
	Wirtschaftswissenschaften		Pflichtfach

Vorgesehenes Studiensemester	Angebotshäufigkeit	Sprache	Gruppengröße
. Semester	in jedem Semester		Personen

SWS	Präsenzstudium	Selbststudium	Workload in Summe
2.00	20 Stunden	15 Stunden Vorbereitung / 30 Stunden Nachbereitung und Prüfungsvorbereitung	75 Stunden

Lernergebnisse / Kompetenzen (learning outcomes)
<p>Die Studierenden erwerben eine Übersicht über den Einsatz betrieblicher Anwendungssysteme und zugrundeliegender Konzepte. Genauer: Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> - können die Bedeutung von Anwendungssystemen für Unternehmen einschätzen, insbesondere für die Digitalisierung von Prozessen - kennen die verschiedenen Klassen von Anwendungssystemen im Unternehmen, können typischen Aufgaben von Anwendungssystemen dieser Klassen erläutern und konkrete Anwendungssysteme in diese Klassen einordnen - kennen den grundsätzlichen technische Aufbau von Anwendungssystemen und können diesen erläutern - kennen Methoden für die Auswahl und die Einführung von betrieblichen Anwendungssystemen und können diese anwenden - kennen die Aufgaben des Informationsmanagements und können ausgewählte Aufgaben erläutern
Inhalte
<p>Es werden die betriebliche Anwendungssysteme aus 4 verschiedenen Sichten betrachtet: Fachliche Sicht, Technische Sicht, Implementierungssicht und Managementsicht.</p> <p>Inhalt:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Fachliche Sicht Bedeutung von Anwendungssystemen für die Digitalisierung von Prozessen Anwendungssysteme zur Automatisierung von Prozessen, insb. ERP-Systeme Anwendungssysteme zur Vernetzung von Information und Kommunikation, insb.

BI-Systeme, außenwirksame Systeme, Workflow-Management- und Kollaborationssysteme Anwendungssysteme als Grundlage neuer Produkte und Dienstleistungen, insb. Mobile Anwendungen, KI/Big Data - Technische Sicht Architektur betrieblicher Anwendungssysteme Integration betrieblicher Anwendungssysteme - Implementierungssicht Geschäftsprozessmodellierung Dokumentation von Benutzeranforderungen Auswahl von (Standard-)Software mit Hilfe der Nutzwertanalyse Vorgehensmodelle zur Entwicklung von (Individual-)Software - Managementsicht Aufgaben des Informationsmanagements Ausgewählte Aufgaben der Informationswirtschaft Ausgewählte Führungsaufgaben des Informationsmanagements Ausgewählte Aufgaben des Managements von Anwendungssystemen und der IuK-Technologie
Studien-/Prüfungsleistung
Klausurarbeit
Literatur
Abts, D./Mülder, W.: Grundkurs Wirtschaftsinformatik, aktuelle Auflage Hansen, H. R./Neumann, G.: Wirtschaftsinformatik 1, aktuelle Auflage Mertens, P. u.a.: Grundzüge der Wirtschaftsinformatik, aktuelle Auflage

Modulname		Modulcode	
205 Wirtschaftsinformatik-Anwendungssysteme		205	
Veranstaltungsname		Veranstaltungscod	
Wirtschaftsinformatik-Anwendungssysteme Praktikum		BBW 205, BBWD 402, IMB 205	
Lehrende/r	Fachbereich	Lehreinheit	Belegungstyp (P/WP/W)
	Wirtschaftswissenschaften		Pflichtfach

Vorgesehenes Studiensemester	Angebotshäufigkeit	Sprache	Gruppengröße
2. Semester	in jedem Semester		Personen

SWS	Präsenzstudium	Selbststudium	Workload in Summe
2.00	30 Stunden	15 Stunden Vorbereitung / 30 Stunden Nachbereitung und Prüfungsvorbereitung	75 Stunden

Lernergebnisse / Kompetenzen (learning outcomes)
<p>Die Studierenden lernen einige grundsätzliche Methoden des Projektmanagements mit Hilfe der Netzplantechnik. Genauer: Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> - kennen die typischen Eigenschaften eines Projekts, die typischen Aufgaben eines Projektleiters und wesentliche Dokumente, die in einem Projekt erstellt werden und können diese erläutern - können Netzpläne lesen und Planungsprobleme als Netzpläne formulieren - kennen Verfahren zur Vor- und Rückwärtsrechnung und zur Pufferberechnung und können diese anwenden - kennen Verfahren zur Terminierung, Ressourcen- und Kostenplanung und können diese anwenden <p>Die Studierenden lernen einige grundsätzliche Methoden aus dem Bereich Data Mining kennen. Genauer: Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> - kennen Verfahren zur Generierung von Entscheidungsbäumen und können diese anwenden
Inhalte
<p>Es werden Kenntnisse in Projektmanagement, insb. in der Netzplantechnik vermittelt.</p> <p>Inhalt:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Arbeit in Projekten <ul style="list-style-type: none"> - Projektbegriff, Projektdokumente, die Rolle des Projektleiters - Projektstrukturplan, Projektplan 2. Grundlagen der Netzplantechnik <ul style="list-style-type: none"> - Modellierung mit Netzplänen - Vorwärts- und Rückwärtsrechnung von Netzplänen - Pufferberechnung

3. Projektplanung auf der Grundlage der Netzplantechnik - Optimierung von Netzplänen - Terminierung von Netzplänen - Ressourcenplanung - Kostenplanung 4. Data Mining - Verfahren zur Induktion von Entscheidungsbäumen
Studien-/Prüfungsleistung
Klausurarbeit
Literatur
<p><p class="MsoBodyText">Schwarze, J.: Projektmanagement mit Netzplantechnik, aktuelle Auflage <p class="MsoBodyText">Kowalski, S.: Projekte planen und steuern mit Excel, aktuelle Auflage <p class="MsoBodyText">Rohrschneider, U.: Risikomanagement in Projekten, aktuelle Auflage <p class="MsoBodyText">Schels, I.: Projektmanagement mit Excel 2007, aktuelle Auflage <p class="MsoBodyText">Stutzke, H.: Projektmanagement mit Excel, aktuelle Auflage</p>

Modulname	Modulcode
206 Wirtschaftsenglisch I	206
Modulverantwortliche/r	Fachbereich
Sarah Keeler	Wirtschaftswissenschaften

Zuordnung zum Studiengang
Bachelor Internat. Marketing 806 (2017)

Vorgesehenes Semester	Dauer des Moduls	Modultyp	ECTS
2. Semester	1	Pflichtfach	5.00

Empfohlene Voraussetzungen
/

Voraussetzungen laut Prüfungsordnung
/

Zugehörige Lehrveranstaltungen:

Nr.	Veranstaltungsname	Belegungstyp	SWS	Workload
1.	Wirtschaftsenglisch I	Wahlpflicht		60 h Präsenzzeit 90 h Vor- und Nachbereitung: Independent Study, Präsentations- und Prüfungsvorbereitung.
Summe (Pflicht und Wahlpflicht)			4.00	

Verwendbarkeit der Veranstaltung
Bachelor Betriebswirtschaft
Stellenwert der Modulnote in der Endnote
(5CP/150CP) * 0,5

Modulname		Modulcode	
206 Wirtschaftsenglisch I		206	
Veranstaltungsname		Veranstaltungscodes	
Wirtschaftsenglisch I		BBW 20601, BBWD 403, BSW 206, BSWD 304, BSWF 304, BWI 206, BWID 401, IMB 206, BBF 106	
Lehrende/r	Fachbereich	Lehreinheit	Belegungstyp (P/WP/W)
	Wirtschaftswissenschaften		Wahlpflicht

Vorgesehenes Studiensemester	Angebotshäufigkeit	Sprache	Gruppengröße
. Semester	in jedem Semester		Personen

SWS	Präsenzstudium	Selbststudium	Workload in Summe
			60 h Präsenzzeit 90 h Vor- und Nachbereitung: Independent Study, Präsentations- und Prüfungsvorbereitung.

Lernergebnisse / Kompetenzen (learning outcomes)
<ul style="list-style-type: none"> - Die Studierenden verfügen über einen fachbezogenen Wortschatz und sind in der Lage, über allgemeinwirtschaftliche Themen in der Fremdsprache Englisch zu kommunizieren. - Sie verstehen die Regeln der englischen Grammatik und können diese korrekt anwenden. - Sie können englische Texte zu allgemeinwirtschaftlichen Themen erfassen, analysieren und kommentieren. - Sie können mündlich gegebene Information zu allgemeinwirtschaftlichen Themen erfassen und sachgerecht wiedergeben. - Sie sind in der Lage, fachbezogene Themen mündlich und schriftlich vorzubereiten und in englischer Sprache frei über ein aufbereitetes Thema zu referieren. - Sie sind in der Lage statistisch aufbereitetes Material zu beschreiben und zu vermitteln. - Sie wenden Grundtechniken und spezifische Formulierungen in kommunikativen Fähigkeiten, z.B. Telephoning.
Inhalte
<ul style="list-style-type: none"> - Aufbau des fachbezogenen Wortschatzes - ausgewählte Bereiche der englischen Grammatik - Schulung des Hör- und Leseverständnisses von wirtschaftlichen Themen - Grundlagen der Präsentationstechnik - Schulung der mündlichen kommunikativen Kompetenz, z.B. Telephoning - Schulung des fachbezogenen Schreibens, insb. Graph Descriptions

- Ausarbeitung und Wiedergabe von eigenen Recherchen zu allgemeinwirtschaftlichen Themen - Online-Übungen des Lehrwerks und Aufgaben auf der Lernplattform Moodle
Studien-/Prüfungsleistung
Klausurarbeit (ca. 75%) Präsentation (ca. 25%)
Literatur
The Business 2.0 B1+ Intermediate Student's Book Macmillan Education (hueber.de) <ul style="list-style-type: none">• 2013• ISBN-13: 978-3193329172 Bitte KAUFEN Sie sich das Buch rechtzeitig vor Kursbeginn!

Modulname	Modulcode
207 Wirtschaftsdeutsch I	207
Modulverantwortliche/r	Fachbereich
Simone Gebhardt-Bürkle	Wirtschaftswissenschaften

Zuordnung zum Studiengang
Bachelor Internat. Marketing 806 (2017)

Vorgesehenes Studiensemester	Dauer des Moduls	Modultyp	ECTS
2. Semester	1	Pflichtfach	5.00

Empfohlene Voraussetzungen
/

Voraussetzungen laut Prüfungsordnung
Erfolgreicher Abschluss des Moduls „ Sprachkompetenz Deutsch“

Zugehörige Lehrveranstaltungen:

Nr.	Veranstaltungsname	Belegungstyp	SWS	Workload
1.	Wirtschaftsdeutsch I B2			
Summe (Pflicht und Wahlpflicht)			4.00	

Verwendbarkeit der Veranstaltung
/
Stellenwert der Modulnote in der Endnote
(5CP/150CP) * 0,5

Modulname		Modulcode	
207 Wirtschaftsdeutsch I		207	
Veranstaltungsname		Veranstaltungscod	
Wirtschaftsdeutsch I B2		SPZ MG WDaF I	
Lehrende/r	Fachbereich	Lehreinheit	Belegungstyp (P/WP/W)
	Wirtschaftswissenschaften		

Vorgesehenes Studiensemester	Angebotshäufigkeit	Sprache	Gruppengröße
. Semester	Unregelmäßig		Personen

SWS	Präsenzstudium	Selbststudium	Workload in Summe

Literatur
<p>DaF im Unternehmen B2 (ISBN: 978-3-12-676455-1).</p> <p>Bitte besorgen Sie sich die erforderliche Kursliteratur frühzeitig und bringen Sie diese zum 1. Kurstermin mit.</p> <p><i>(Dies gilt auch für Wartelistenteilnehmer.)</i></p>

Modulname	Modulcode
301 Marketing I	301
Modulverantwortliche/r	Fachbereich
Harald Vergossen	Wirtschaftswissenschaften

Zuordnung zum Studiengang
Bachelor Internat. Marketing 806 (2017)

Vorgesehenes Studiensemester	Dauer des Moduls	Modultyp	ECTS
3. Semester	1	Pflichtfach	5.00

Empfohlene Voraussetzungen
/

Voraussetzungen laut Prüfungsordnung
/

Zugehörige Lehrveranstaltungen:

Nr.	Veranstaltungsname	Belegungstyp	SWS	Workload
1.	Marketing I	Wahlpflicht	4.00	150 Stunden
Summe (Pflicht und Wahlpflicht)			4.00	

Verwendbarkeit der Veranstaltung
Bachelor Betriebswirtschaft
Stellenwert der Modulnote in der Endnote
(5CP/150CP) * 0,5

Modulname		Modulcode	
301 Marketing I		301	
Veranstaltungsname		Veranstaltungscode	
Marketing I		BBW 40202/40302	
Lehrende/r	Fachbereich	Lehreinheit	Belegungstyp (P/WP/W)
	Wirtschaftswissenschaften		Wahlpflicht

Vorgesehenes Studiensemester	Angebotshäufigkeit	Sprache	Gruppengröße
. Semester	in jedem Semester		Personen

SWS	Präsenzstudium	Selbststudium	Workload in Summe
4.00	60 Stunden	30 Stunden Vorbereitung / 60 Stunden Nachbereitung und Prüfungsvorbereitung	150 Stunden

Lernergebnisse / Kompetenzen (learning outcomes)

Die Studierenden vertiefen ihre Kenntnisse über die Methoden und Instrumente des Marketing, insbesondere in den Bereichen Marktforschung und Produktmanagement. Sie verstehen die Bedeutung der Marktforschung und der Produktpolitik für ein erfolgreiches Marketinghandeln. Sie sind fähig, fachspezifische Kenntnisse zur Lösung praxisrelevanter Fragestellungen im Bereich Marktforschung und Produktpolitik auszuwählen und anzuwenden. Sie sind fähig, im Rahmen der Bearbeitung von Business Cases problemlösungsorientiert in der Gruppe zu kommunizieren. Sie sind in der Lage, in der Gruppe Ergebnisse zu anwendungsbezogenen Aufgabenstellungen zu erarbeiten und diese vor allen Teilnehmern der Lehrveranstaltung zu präsentieren. Sie haben die Fähigkeit, Literatur und sonstige Informationen online zu recherchieren, verbessert. Sie sind fähig, standardisierte Fragebögen fachlich zu analysieren, zu bewerten und selbstständig zu entwickeln. Die Studierenden sind fähig, im Rahmen der Business Cases Produktneueinführungsalternativen fachlich zu analysieren und zu bewerten.

Inhalte

Inhalte des Moduls:
Bedeutung der Marktforschung für das Marketing, Arten der Marktforschung, die Phasen des Marktforschungsprozesses und Methoden der Datenerhebung, Analyse neuer Produkte bzw. Dienstleistungen und ihrer Marktchancen, Business Cases zu Produkteinführungen (Marktanalyse, Zielgruppenanalyse, Zielgruppenansprache, Kosten der Markteinführung etc.)

Inhalt:
Bedeutung der Marktforschung für das Marketing, Arten der Marktforschung, Fragestellungen der Marktforschung, Marktforschungsprozess, Auswahlverfahren,

Datenmessung, Primär- und Sekundärforschung, Befragung, Beobachtung, Panel, Experiment.
Studien-/Prüfungsleistung
Klausurarbeit (75%) Projektarbeit (25%)
Literatur
Modulteil a: Grundlagen der Marktforschung
Pflicht: Altobelli, C.F.: Marktforschung, aktuelle Auflage; Berekoven, L./Eckert, W./Ellenrieder, P.: Marktforschung, aktuelle Auflage.
Ergänzend: Aaker, D.A./Kumar, V./Day, G.S.: Market Research, aktuelle Auflage; Albers, S. et al. (Hg.): Methodik der empirischen Forschung, aktuelle Auflage; Benninghaus, H.: Einführung in die sozialwissenschaftliche Datenanalyse, aktuelle Auflage; Birn, R.: The Effective Use of Market Research, aktuelle Auflage; Böhler, H.: Marktforschung, aktuelle Auflage; Brosius, F.: SPSS 16, aktuelle Auflage; Chisnall, P.: Marketing Research, aktuelle Auflage; Diekmann, A.: Empirische Sozialforschung, aktuelle Auflage; Hague, P.: Market Research, aktuelle Auflage; Hamersveld, M.v. (Hg.): Market Research Handbook, aktuelle Auflage; Hammann, P./Erichson, B.: Marktforschung, aktuelle Auflage; Herrmann, A./Homburg, C. (Hg.): Marktforschung, aktuelle Auflage; Hüttner, M.: Grundzüge der Marktforschung, aktuelle Auflage; Kinnear, T.C./Taylor, J.R.: Marketing Research, aktuelle Auflage; Kromrey, H.: Empirische Sozialforschung, aktuelle Auflage; Malhotra, N.K.: Market Research, aktuelle Auflage; McQuarrie, E.F.: The Market Research Toolbox, aktuelle Auflage; Roe, M.: Market Research in Action, aktuelle Auflage; Schnell, R./Hill, P.B./Esser, E.: Methoden der empirischen Sozialforschung, aktuelle Auflage; Stone, M.: Consumer Insight, aktuelle Auflage; Theobald, A./Dreyer, M./Starsetzki, T. (Hg.): Online-Marktforschung, aktuelle Auflage.
Modulteil b: Produktentwicklung
Pflicht: Allgayer, F.: Zielgruppen finden und gewinnen, aktuelle Auflage Freter, H.: Markt- und Kundensegmentierung; aktuelle Auflage Hofbauer, G.; Sangl, A.: Professionelles Produktmanagement. Der prozessorientierte Ansatz, Rahmenbedingungen und Strategien, aktuelle Auflage Hofbauer, G.; Schöpfel, B.: Professionelles Kundenmanagement. Ganzheitliches CRM und seine Rahmenbedingungen, aktuelle Auflage Homburg, C.: Marketingmanagemen. Strategie, Instrumente, Umsetzung, Unternehmensführung; SpringerGabler, 6. Aufl. 2017 (in unserer Bibliothek als eBook vorhanden) Kalka, J.; Allgayer, F. (Hrsg.): Zielgruppen; mi-Fachverlag, aktuelle Auflage McDonald, M./Dunbar, I.: Market Segmentation. How to do it, how to profit from it, aktuelle Auflage McDonald, M.: Marketing Plans. How to prepare them, how to use them; aktuelle Auflage Winkelmann, P.: Marketing und Vertrieb. Fundamente für die Marktorientierte Unternehmensführung; aktuelle Auflage

Modulname	Modulcode
302 International Management I	302
Modulverantwortliche/r	Fachbereich
Christian Winnewisser	Wirtschaftswissenschaften

Zuordnung zum Studiengang
Bachelor Internat. Marketing 806 (2017)

Vorgesehenes Studiensemester	Dauer des Moduls	Modultyp	ECTS
3. Semester	1	Pflichtfach	5.00

Empfohlene Voraussetzungen
/

Voraussetzungen laut Prüfungsordnung
/

Zugehörige Lehrveranstaltungen:

Nr.	Veranstaltungsname	Belegungstyp	SWS	Workload
1.	International Management I	Wahlpflicht	4.00	150 Stunden
Summe (Pflicht und Wahlpflicht)			4.00	

Verwendbarkeit der Veranstaltung
Bachelor Betriebswirtschaft
Stellenwert der Modulnote in der Endnote
(5CP/150CP) * 0,5

Modulname		Modulcode	
302 International Management I		302	
Veranstaltungsname		Veranstaltungscod	
International Management I		BBW 40205/40305	
Lehrende/r	Fachbereich	Lehreinheit	Belegungstyp (P/WP/W)
	Wirtschaftswissenschaften		Wahlpflicht

Vorgesehenes Studiensemester	Angebotshäufigkeit	Sprache	Gruppengröße
. Semester	in jedem Semester		Personen

SWS	Präsenzstudium	Selbststudium	Workload in Summe
4.00	60 Stunden	30 Stunden Vorarbeit / 60 Stunden Nacharbeit	150 Stunden

Lernergebnisse / Kompetenzen (learning outcomes)
Die Studenten erwerben die Kompetenz zum selbstständigen und eigenverantwortlichen Arbeiten in multinationalen Unternehmen. Sie können die Chancen und Risiken internationaler Liefergeschäfte beurteilen (Export-Import).
Inhalte
<p>Inhalte des Moduls: „Understanding foreign trade“</p> <p>Modulteil A: Global Business Environment Rahmenbedingungen internationaler Geschäftstätigkeit</p> <p>Inhalt:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Relevance and basic concepts of internationalization • Introduction to foreign trade • Institutions of foreign trade and conflict settlement • Basic theories of foreign trade and practical relevance • Export, import and special forms of foreign trade • Legal frameworks and contracting in foreign trade • Foreign trade risk and risk mitigation • Compliance issues in foreign trade <p>Modulteil B: Global Sourcing</p> <p>Inhalt: Bedeutung Global Sourcing für den Unternehmenserfolg, Bedeutung von Import, Globale Beschaffungsmarktforschung, Zollabwicklung beim Import, Erfolgsfaktoren und Voraussetzungen für eine erfolgreiche Einführung von Global Sourcing in Unternehmen</p>
Studien-/Prüfungsleistung
Fallstudienbasierte Hausarbeit (written case study work)

Literatur

Modulteil A: Global Business Environment Rahmenbedingungen internationaler Geschäftstätigkeit

Pflicht:

Umfangreiches Skript (in englischer Sprache)

Ergänzend:

Jahrman, F.-U.: Außenhandel, 13. Auflage, Kiehl Verlag, 2010

Kutschker, M., Schmid, S.: Internationales Management, 7. Auflage, Oldenbourg, 2010

Deresky, H.: International Management. Managing Across Borders and Cultures. Text and Cases, 7th edition, Prentice Hall, 2010

Krugman, P., Obstfeld, M., Melitz, M.: International Economics, 9th edition, Prentice Hall, 2011

Salvatore, D.: Introduction to International Economics, 2nd edition, John Wiley & Sons, 2009

Modulteil B: Global Sourcing

Arnolds, H./ Heege, F./Röh, C./Tussing, W., Materialwirtschaft und Einkauf – Grundlagen, Spezialthemen, Übungen, Gabler Lehrbuch, 11. Auflage, Wiesbaden, 2010

Weiterführende Literatur (Auszüge):

Kerkhoff, Gerd, Zukunftschance Global Sourcing: China, Indien, Osteuropa – Ertragspotenziale der internationalen Beschaffung nutzen, Verlag Wiley-VCH, Weinheim, 2005

Buck, Nina Alexandra, Die Global Sourcing Strategie: Nutzen und Organisation des globalen Einkaufs, VDM Verlag Dr. Müller, Saarbrücken, 2007

BME (Hrsg.), Best Practice in Einkauf und Logistik, Gabler Verlag, Wiesbaden, 2008

Modulname	Modulcode
303 Externes Rechnungswesen	303
Modulverantwortliche/r	Fachbereich
Bernd von Eitzen	Wirtschaftswissenschaften

Zuordnung zum Studiengang
Bachelor Internat. Marketing 806 (2017)

Vorgesehenes Studiensemester	Dauer des Moduls	Modultyp	ECTS
3. Semester	1	Pflichtfach	5.00

Empfohlene Voraussetzungen
/

Voraussetzungen laut Prüfungsordnung
/

Zugehörige Lehrveranstaltungen:

Nr.	Veranstaltungsname	Belegungstyp	SWS	Workload
1.	Externes Rechnungswesen	Pflicht	4.00	150 Stunden
Summe (Pflicht und Wahlpflicht)			4.00	

Verwendbarkeit der Veranstaltung
Bachelor Betriebswirtschaftslehre
Stellenwert der Modulnote in der Endnote
(5CP/150CP) * 0,5

Modulname		Modulcode	
303 Externes Rechnungswesen		303	
Veranstaltungsname		Veranstaltungscodes	
Externes Rechnungswesen		BBW 302, BBWD 302, BBF 303, IMB 303	
Lehrende/r	Fachbereich	Lehreinheit	Belegungstyp (P/WP/W)
	Wirtschaftswissenschaften		Pflicht

Vorgesehenes Studiensemester	Angebotshäufigkeit	Sprache	Gruppengröße
. Semester	in jedem Semester		Personen

SWS	Präsenzstudium	Selbststudium	Workload in Summe
4.00	60 Stunden Lehrveranstaltung und/oder eigenständige Erarbeitungen von Übungen bzw. Lehrbriefen	90 Stunden Vor- und Nacharbeit ((Blended Learning inkl. vorlesungsfreier Zeit)	150 Stunden

Lehrform
Vorlesung/ Übung
Lernergebnisse / Kompetenzen (learning outcomes)
<p>Die Studierenden können die Anforderungen an einen ordnungsgemäßen Jahresabschluss darlegen und anwenden sowie Sachverhalte entsprechend beurteilen. Sie können Fragen der Bilanzierung und Jahresabschlusserstellung selbständig erkennen und lösen. Sie können Unternehmensziele in der Bilanzpolitik sachgerecht abbilden. Die Studierenden können die Bilanzierung von komplexen Sachverhalten beurteilen, die Auswirkungen von bilanziellen Änderungen und Korrekturen bewerten sowie bilanzpolitische Ziele eigenständig umsetzen.</p> <p>Durch die Einbeziehung der Teilnehmer in die Diskussion und durch die Lösung von Übungsfällen wird deren Fähigkeit gefördert, betriebliche Sachverhalte unter Berücksichtigung der gesetzlichen Anforderungen unter dem Aspekt der Bilanzierung sachgerecht zu beurteilen, eine Auffassung bzw. einen Standpunkt sachgerecht zu vertreten, andere Auffassungen oder Interpretationen zu respektieren und in die Argumentation einzubeziehen. Durch die gemeinsame Erarbeitung von Lösungen mit Diskussion wird die Teamarbeit gefördert. Die Auseinandersetzung mit Fragestellungen aus dem externen Rechnungswesen in der Gruppe stärkt die Beurteilungs- und Kritikfähigkeit der Teilnehmer.</p> <p>Insgesamt wird das eigenverantwortliche Handeln unter Beachtung von gesetzlichen Rahmenbedingungen gestärkt und damit eine wichtige Voraussetzung für die Employability geschaffen.</p>
Inhalte

Inhalte des Moduls:

Grundlagen der Bilanzierung
Jahresabschlusserstellung nach Handelsrecht
Bilanztheorien
Bilanzfunktionen
Bilanzpolitik
Grundsätze ordnungsmäßiger Buchführung
Bilanzierungsgrundsätze
Gliederung der Bilanz
Bilanzierung des Vermögens, des Kapitals und der Schulden
Gewinn und Verlustrechnung

Inhalt:

Prinzipien der Bilanzierung
Bilanzansatz dem Grunde nach
Bilanzansatz der Höhe nach
Grundlagen der Bilanzierung auf der Aktivseite
Grundlagen der Bilanzierung auf der Passivseite
Gewinn- und Verlustrechnung
Jahresabschluss einer Kapitalgesellschaft im Überblick

Studien-/Prüfungsleistung

Klausurarbeit und/oder Hausarbeit und/oder Referat bzw. Projektarbeit (den Studierenden wird die konkrete Art der Prüfung frühestmöglich mitgeteilt)

Literatur

Pflicht:

Buchholz, R.: Grundzüge des Jahresabschlusses nach HGB und IFRS, aktuelle Auflage
Coenenberg, A. G: Jahresabschluss und Jahresabschlussanalyse, aktuelle Auflage
Federmann, R.: Bilanzierung nach Handelsrecht, Steuerrecht und IAS/IFRS, aktuelle Auflage
von Eitzen, B./Zimmermann, M.: Bilanzierung nach HGB und IFRS, aktuelle Auflage

Ergänzend:

Beck'scher Bilanzkommentar: Handelsbilanz, Steuerbilanz, aktuelle Auflage
Eisele, W./Knobloch, A.: Technik des betrieblichen Rechnungswesens, aktuelle Auflage
Meyer, C.: Bilanzierung nach Handels- und Steuerrecht, aktuelle Auflage
Wöhe, G.: Bilanzierung und Bilanzpolitik, aktuelle Auflage
Gesetzestexte, insbes. HGB

Modulname	Modulcode
304 Interkulturelle Kompetenz	304
Modulverantwortliche/r	Fachbereich
Master of Business Administration Janina Biller	Wirtschaftswissenschaften

Zuordnung zum Studiengang
Bachelor Internat. Marketing 806 (2017)

Vorgesehenes Studiensemester	Dauer des Moduls	Modultyp	ECTS
3. Semester	1	Pflichtfach	5.00

Empfohlene Voraussetzungen
/

Voraussetzungen laut Prüfungsordnung
/

Zugehörige Lehrveranstaltungen:

Nr.	Veranstaltungsname	Belegungstyp	SWS	Workload
1.	Interkulturelle Kompetenz deutsch-französisch		4.00	150 Stunden
Summe (Pflicht und Wahlpflicht)			4.00	

Verwendbarkeit der Veranstaltung
/
Stellenwert der Modulnote in der Endnote
(5CP/150CP) * 0,5

Modulname		Modulcode	
304 Interkulturelle Kompetenz		304	
Veranstaltungsname		Veranstaltungscode	
Interkulturelle Kompetenz deutsch-französisch		IMB 304	
Lehrende/r	Fachbereich	Lehreinheit	Belegungstyp (P/WP/W)
	Wirtschaftswissenschaften		

Vorgesehenes Studiensemester	Angebotshäufigkeit	Sprache	Gruppengröße
. Semester	Unregelmäßig		Personen

SWS	Präsenzstudium	Selbststudium	Workload in Summe
4.00	40 Stunden Lehrveranstaltung	110 Stunden Vor-Nachbereitung etc	150 Stunden

Lernergebnisse / Kompetenzen (learning outcomes)

Die Studierenden - erwerben Kenntnisse über die kulturellen Unterschiede in der beruflichen Zusammenarbeit zwischen Deutschland und Frankreich - erstellen ein französisches Bewerbungsdossier - lernen den Aufbau und die Arbeitsweise in einem französischen Unternehmen kennen - setzen sich mit Themen aus Politik und Gesellschaft in Frankreich auseinander - trainieren ihr französisches Lese- und Hörverstehen mit unterschiedlichen Medien - üben den mündlichen und schriftlichen Ausdruck in authentischen Geschäftssituationen

Inhalte

Inhalte des Moduls: - Interkulturelle Unterschiede im deutsch-französischen Wirtschaftsleben Methoden: Vortrag, Lehrgespräch, Diskussion, praktische Übungen, Fallstudien, - Interkulturelles Bewerbungstraining Methoden: Vortrag, Lehrgespräch, Erstellung von Bewerbungsdossiers, Coaching, - Gründung eines fiktiven Unternehmens - Methode: Simulation globale Etappen: 1. Wirtschaftssektoren und ihre Verteilung 2. Unternehmensformen 3. Abteilungen / Organigramm 4. Arbeitsbedingungen 5. Gewerkschaften / Betriebsräte 6. Kundenkontakte aufbauen 1. Geschäftskorrespondenz 2. Telefonkontakte 3. Anfrage 4. Angebot 5. Liefer- und Zahlungsbedingungen 6. Auftragsvergabe 7. Auftragsbestätigung - Aktuelles in Frankreichs Politik und Gesellschaft Methode: (Film)ausschnitte aus französischen Nachrichtensendungen Inhalt: Eine genaue Ablaufplanung wird jeweils zu Beginn der Lehrveranstaltung herausgegeben. Folgende inhaltliche Bausteine werden mit wechselnden thematischen Schwerpunkten behandelt: 1

Studien-/Prüfungsleistung

Präsentation

Literatur

ggf. Gastvorträge, Exkursionen etc. Bolten, J., Interkulturelle Kompetenz, bpb Thüringen, 2012 Bolten, J., Einführung in die interkulturelle Wirtschaftskommunikation, Göttingen, 2015 Baasner/Manac'h/ von Schumann, Points de vue – Sichtweisen. France -

Allemagne, un regard comparé. Deutschland – Frankreich, ein vergleichender Blick. Frankfurt / Main, NDV Éditions Doumic. économique, Stuttgart, 2008 Barmeyer/Schlierer/Seidel, Wirtschaftsmodell Frankreich. Märkte, Unternehmen, Manager. Frankfurt/New York, Campus, 2007 Breuer, J. P. / de Bartha, Deutsch-französische Geschäftsbeziehungen erfolgreich managen. Köln, 2012 Hall, E. T. / Hall, M. R., Verborgene Signale. Studien zur internationalen Kommunikation – Über den Umgang mit Franzosen. Hamburg, 1984 Lüsebrink, Einführung in die Landeskunde Frankreichs, München, 2011 Pateau, J. Une étrange alchimie. La dimension interculturelle dans la coopération franco-allemande, Paris Pruvot-Büttner, C., Pons Bürokommunikation Französisch, Stuttgart, 2013 Hrsg.: Hiller u.a. „Interkulturelle Kompetenz in deutsch-französischen Studiengängen, Wiesbaden, 2017

Modulname	Modulcode
305 Mikroökonomie	305
Modulverantwortliche/r	Fachbereich
Angelika Krehl	Wirtschaftswissenschaften

Zuordnung zum Studiengang
Bachelor Internat. Marketing 806 (2017)

Vorgesehenes Studiensemester	Dauer des Moduls	Modultyp	ECTS
3. Semester	1	Pflichtfach	5.00

Empfohlene Voraussetzungen
/

Voraussetzungen laut Prüfungsordnung
/

Zugehörige Lehrveranstaltungen:

Nr.	Veranstaltungsname	Belegungstyp	SWS	Workload
1.	Mikroökonomie	Pflichtfach	4.00	150 Stunden
Summe (Pflicht und Wahlpflicht)			4.00	

Verwendbarkeit der Veranstaltung
Bachelor Betriebswirtschaftslehre
Stellenwert der Modulnote in der Endnote
(5CP/150CP) * 0,5

Modulname		Modulcode	
305 Mikroökonomie		305	
Veranstaltungsname		Veranstaltungscod	
Mikroökonomie		BBW 304, BBWD 301, BBF 403, IMB 305,	
Lehrende/r	Fachbereich	Lehreinheit	Belegungstyp (P/WP/W)
	Wirtschaftswissenschaften		Pflichtfach

Vorgesehenes Studiensemester	Angebotshäufigkeit	Sprache	Gruppengröße
. Semester	in jedem Semester		Personen

SWS	Präsenzstudium	Selbststudium	Workload in Summe
4.00	60 Stunden	30 Stunden Vorbereitung / 60 Stunden Nachbereitung und Prüfungsvorbereitung	150 Stunden

Lehrform
Vorlesung
Lernergebnisse / Kompetenzen (learning outcomes)
Die Studierenden verstehen die grundlegenden mikroökonomischen Theorien und können diese zur Bewertung und zur Analyse realer volkswirtschaftlicher Fragestellungen einsetzen. Die Studierenden erkennen die Wirkungen des regulatorischen und volkswirtschaftlichen Umfelds auf Unternehmen und berücksichtigen diese Wirkungen bei unternehmerischen Entscheidungen.
Inhalte
Unternehmen agieren in einem Umfeld, das sich durch eine stetig steigende Wettbewerbsintensität auszeichnet. Zudem werden staatliche Eingriffe immer zielgenauer und ergebnisorientierter. Die Studierenden werden mit grundlegenden mikroökonomischen Denkmustern vertraut gemacht. Sie lernen auf dieser Basis zu argumentieren und Theorien zu nutzen, um die volkswirtschaftlichen Wirkungen und wirtschaftspolitischen Herausforderungen von aktuellen Fragestellungen, wie etwa Klimawandel, Digitalisierung, Handelskonflikte, erkennen, analysieren und bewerten zu können und um die Auswirkungen der volkswirtschaftlichen und regulatorischen Rahmenbedingungen auf den Unternehmenserfolg einschätzen zu können.
Inhalt:
- Erkenntnisgebiet der VWL- Grundprobleme des Wirtschaftens
- Angebot und Nachfrage
- Theorie des Haushalts
- Wirtschaftspolitische Maßnahmen
- Elastizitäten

- Wohlfahrtsökonomie Steuern, Effizienz - Marktversagen - Produktions- und Kostentheorie - Theorie des Unternehmensverhaltens
Studien-/Prüfungsleistung
Klausurarbeit
Literatur
Pflicht: Vogl, Bernard/Lorberg, Daniel Volkswirtschaftslehre: Grundlagen und Mikroökonomie, „2. Auflage Kiehl-Verlag, 2018 Mankiw, N. Gregory/Taylor, Mark P.:Grundzüge der Volkswirtschaftslehre, 5. Auflage, Schäffer-Poeschel 2012 Krugman, Paul/Wells, Robin:Volkswirtschaftslehre, Schäffer Poeschel 2010
Ergänzend: Samuelson, Paul A./Nordhaus, William D.:Volkswirtschaftslehre, 4. Auflage, mi-wirtschaftsbuch, FinanzBuch Verlag 2010 Basseler, Ulrich/Heinrich, Jürgen/Utecht, Burkhard:Grundlagen und Probleme der Volkswirtschaft, 19. Auflage, Schäffer- Poeschel 2010 Bofinger, Peter: Grundzüge der Volkswirtschaftslehre, 3. Auflage, Pearson Studium 2010N. Gregory Mankiw und Mark P. Taylor, Grundzüge der Volkswirtschaftslehre, Schäffer- Sowie Aktuelle Berichte zu den Themenfeldern der Veranstaltung

Modulname	Modulcode
307 Wissenschaftliches Arbeiten	307
Modulverantwortliche/r	Fachbereich
Birgit Lankes	Wirtschaftswissenschaften

Zuordnung zum Studiengang
Bachelor Internat. Marketing 806 (2017)

Vorgesehenes Studiensemester	Dauer des Moduls	Modultyp	ECTS
3. Semester	1	Pflichtfach	3.00

Empfohlene Voraussetzungen
/

Voraussetzungen laut Prüfungsordnung
/

Zugehörige Lehrveranstaltungen:

Nr.	Veranstaltungsname	Belegungstyp	SWS	Workload
1.	Wissenschaftliches Arbeiten	Pflichtfach	2.00	75 Stunden
Summe (Pflicht und Wahlpflicht)			4.00	

Verwendbarkeit der Veranstaltung
Bachelor Betriebswirtschaft
Stellenwert der Modulnote in der Endnote
(5CP/150CP) * 0,5

Modulname		Modulcode	
307 Wissenschaftliches Arbeiten		307	
Veranstaltungsname		Veranstaltungscod	
Wissenschaftliches Arbeiten		BBW 307, BSW 307, BWI 307	
Lehrende/r	Fachbereich	Lehreinheit	Belegungstyp (P/WP/W)
Birgit Lankes Nina Friedrichs Helga Jeschonowski-Grigat	Wirtschaftswissenschaften		Pflichtfach

Vorgesehenes Studiensemester	Angebotshäufigkeit	Sprache	Gruppengröße
. Semester	in jedem Semester	deutsch	Personen

SWS	Präsenzstudium	Selbststudium	Workload in Summe
2.00	30 Stunden	15 Stunden Vorbereitung / 30 Stunden Nachbereitung und Prüfungsvorbereitung	75 Stunden

Lernergebnisse / Kompetenzen (learning outcomes)
Fähigkeit, die vermittelten Methoden und Techniken zu verstehen und diese im Rahmen einer systematischen Vorgehensweise sowohl im Studium als auch im Berufsleben effektiv und effizient einzusetzen.
Inhalte
Inhalte des Moduls: Überblick über Verfahren und Hilfsmittel zur Erstellung einer wissenschaftlichen Arbeit.
Inhalt: Erstellung von wissenschaftlichen Arbeiten (Themenfindung, Literaturrecherche, Aufbau, Ausdruck) Überblick über Zitationsstile und -regeln
Studien-/Prüfungsleistung
Hausarbeit
Literatur
Pflicht: Berger-Grabner, D.: Wissenschaftliches Arbeiten in den Wirtschafts- und Sozialwissenschaften. Hilfreiche Tipps und praktische Beispiele, aktuelle Auflage Theissen, M. R.: Wissenschaftliches Arbeiten, aktuelle Auflage
Ergänzend:

Bänsch, A./Alewell, D.: Wissenschaftliches Arbeiten, aktuelle Auflage
Disterer, G.: Studienarbeiten schreiben, aktuelle Auflage
Heister, W./Weßler-Poßberg, D.: Studieren mit Erfolg: Wissenschaftliches Arbeiten, aktuelle Auflage
Kollmann, T./Kuckertz, A./Voegelé, S.: Wissenschaftliches Arbeiten von A – Z, aktuelle Auflage
Rossig, E./Prätsch, J.: Wissenschaftliches Arbeiten. Ein Leitfaden für Haus-, Seminar-, Examens- und Diplomarbeiten sowie Präsentationen mit PC- und Internet-Nutzung, aktuelle Auflage
Sesink, W.: Einführung in das wissenschaftliche Arbeiten, aktuelle Auflage
Voss, R.: Wissenschaftlich schreiben und vortragen, aktuelle Auflage

Modulname	Modulcode
308 Wirtschaftsdeutsch II	308
Modulverantwortliche/r	Fachbereich
Simone Gebhardt-Bürkle	Wirtschaftswissenschaften

Zuordnung zum Studiengang
Bachelor Internat. Marketing 806 (2017)

Vorgesehenes Studiensemester	Dauer des Moduls	Modultyp	ECTS
3. Semester	1	Pflichtfach	5.00

Empfohlene Voraussetzungen
/

Zugehörige Lehrveranstaltungen:

Nr.	Veranstaltungsname	Belegungstyp	SWS	Workload
1.	SPZ MG WDaF IMB - Wirtschaftsdeutsch II für IMB		4.00	150 Stunden
Summe (Pflicht und Wahlpflicht)			4.00	

Verwendbarkeit der Veranstaltung
/
Stellenwert der Modulnote in der Endnote
(5CP/150CP) * 0,5

Modulname		Modulcode	
308 Wirtschaftsdeutsch II		308	
Veranstaltungsname		Veranstaltungscod	
SPZ MG WDaF IMB - Wirtschaftsdeutsch II für IMB		IMB 308	
Lehrende/r	Fachbereich	Lehreinheit	Belegungstyp (P/WP/W)
	Wirtschaftswissenschaften		

Vorgesehenes Studiensemester	Angebotshäufigkeit	Sprache	Gruppengröße
. Semester	jedes 2.Semester		Personen

SWS	Präsenzstudium	Selbststudium	Workload in Summe
4.00	60 Stunden Präsenzzeit	30 Stunden Vorbereitung / 60 Stunden Nachbereitung und Prüfungsvorbereitung	150 Stunden

Lernergebnisse / Kompetenzen (learning outcomes)
Kommunikative Kompetenz (mündlich und schriftlich) in der in der deutschen Wirtschaftsfachsprache auf dem Niveau B2/C1 des europäischen Referenzrahmens Verbessertes Text- und Hörverständnis im fachbezogenen Kontext Verbesserte Interpretationskompetenz wirtschaftlicher Zusammenhänge Präsentationskompetenz auf dem Niveau B2/C1 des europäischen Referenzrahmens Verbesserte interkulturelle Kompetenz
Inhalte
Inhalte des Moduls: Wortschatzarbeit Schulung des Lese- und Hörverständnisses Schulung der fachbezogenen mündlichen kommunikativen Kompetenz Modulbeschreibung Stand: 05.03.2020 Schulung der fachbezogenen schriftlichen kommunikativen Kompetenz
Inhalt: EU, Ökologie, Landeskunde (Frankreich, frankophone Länder) sprachpraktische Übungen (Grammatik, Hörverständnisübungen, schriftliche Ausdrucksformen) Deutsche Wirtschaftsfachsprache anhand folgender Themen: Arbeitsalltag: Projektarbeit und Team Unternehmensorganisation und -funktionen Produktpräsentationen, Geschäftsgespräche, Vorstellungsgespräche Handelskorrespondenz Interkulturelle Aspekte

Globalisierung sprachpraktische Übungen (Grammatik, Hörverständnisttraining, mündliche und schriftliche Sprachkompetenz, Präsentation)
Studien-/Prüfungsleistung
schriftliche Klausurarbeit / Präsentation
Literatur
DaF im Unternehmen, Kurs- und Übungsbuch, B2, Klett Sicher! Deutsch als Fremdsprache, Berufsmaterialien, C1, Hueber Ergänzendes, aktuelles Material

Modulname	Modulcode
401 Marketing II	401
Modulverantwortliche/r	Fachbereich
Harald Vergossen	Wirtschaftswissenschaften

Zuordnung zum Studiengang
Bachelor Internat. Marketing 806 (2017)

Vorgesehenes Studiensemester	Dauer des Moduls	Modultyp	ECTS
4. Semester	1	Pflichtfach	5.00

Empfohlene Voraussetzungen
/

Voraussetzungen laut Prüfungsordnung
/

Zugehörige Lehrveranstaltungen:

Nr.	Veranstaltungsname	Belegungstyp	SWS	Workload
1.	Marketing II	Wahlpflicht	4.00	150 Stunden
Summe (Pflicht und Wahlpflicht)			4.00	

Verwendbarkeit der Veranstaltung
Bachelor Betriebswirtschaft
Stellenwert der Modulnote in der Endnote
(5CP/150CP) * 0,5

Modulname		Modulcode	
401 Marketing II		401	
Veranstaltungsname		Veranstaltungscode	
Marketing II		BBW 50202, BBW 50302, IMB 401	
Lehrende/r	Fachbereich	Lehreinheit	Belegungstyp (P/WP/W)
	Wirtschaftswissenschaften		Wahlpflicht

Vorgesehenes Studiensemester	Angebotshäufigkeit	Sprache	Gruppengröße
. Semester	in jedem Semester		Personen

SWS	Präsenzstudium	Selbststudium	Workload in Summe
4.00	60 Stunden	20 Stunden Nacharbeit / 20 Stunden Literaturarbeit / 30 Stunden Gruppenarbeit / 20 Stunden Prüfungsvorbereitung	150 Stunden

Lernergebnisse / Kompetenzen (learning outcomes)
<p>Die Studierenden lernen die zielorientierte Entwicklung von Marketing-Distributions- und -Kommunikationskonzepten sowie deren Abstimmung im Marketing-Mix mit anderen marketingpolitischen Instrumenten kennen.</p> <p>Die verwendeten Arbeitsformen (insbes. Gruppenarbeiten) schulen die Sozialkompetenz und befähigen zur zielorientierten Umsetzung der Konzepte. Die verpflichtende Erstellung von Präsentationen und Abstracts stärken die Kommunikations- und Methodenkompetenz.</p>
Inhalte
<p>Inhalte des Moduls:</p> <p>Die Studierenden sollen Distribution und Kommunikation als wesentliche Elemente des Marketing-Mix kennen lernen und praxisorientierte Gestaltungs- und Einsatzmöglichkeiten anwenden lernen. Dabei lernen sie die verschiedenen Formen von Distributions- und Kommunikationskanälen kennen und sind in der Lage, mit speziellen Entscheidungskriterien zielorientierte Distributions- und -Kommunikationskonzepte zu entwickeln sowie distributions- und kommunikationspolitische Alternativen aus Unternehmenssicht zu beurteilen.</p> <p>Modulteil a: Marketing-Distribution</p> <p>Inhalt:</p> <p>Grundlagen des Distributionsmanagements: - Direkte versus indirekte Distributionssysteme</p>

- Externe versus interne Distributionsorgane
- Ubiquitäre, selektive und exclusive Distributionssysteme
- Multi-Kanal Systeme (unter besonderer Berücksichtigung von Online-Distributionskanälen)
- Fallstudien zur Konzeption von Distributionskonzepten, die distributionspolitische Besonderheiten im Konsumgüter-, Investitionsgüter- und Dienstleistungsmarketing erkennen lassen

Modulteil b: Marketing-Kommunikation

Inhalt:

Ziele und Grundlagen der Marketing-Kommunikation
Instrumente der klassischen Werbung
(Fernsehwerbung, Hörfunkwerbung, Kinowerbung, Printwerbung, Außenwerbung)
Instrumente der Online-Marketing-Kommunikation
(Suchmaschinen-Marketing, Social Media, Displaywerbung etc.)
Weitere Instrumente der Marketing-Kommunikation
(Verkaufsförderung, Direktkommunikation, etc.)

Studien-/Prüfungsleistung

Modulteil a (Marketing-Distribution):
schriftliche Klausurarbeit (22 Punkte), Projektarbeit (8 Punkte)

Modulteil b (Marketing-Kommunikation):
Schriftliche Klausurarbeit (18 Punkte), Projektarbeit (12 Punkte)

Literatur

Modulteil a: Marketing-Distribution

Pflicht:

Schögel, M.: Distributionsmanagement. Das Management der Absatzkanäle, München 2012

Winkelmann, P.: Vertriebskonzeption und –steuerung, aktuelle Auflage

Ergänzend:

Ahlert, D.: Distributionspolitik, aktuelle Auflage

Winkelmann, P.: Marketing und Vertrieb, aktuelle Auflage

Modulteil b: Marketing-Kommunikation

Pflicht:

Esch, F.-R./Herrmann, A./Sattler, H.: Marketing - eine managementorientierte Einführung, aktuelle Auflage

Ergänzend:

Hollensen, S./Opresnik, M.: Marketing - A Relationship Perspective, aktuelle Auflage

Meffert, H./Buhrmann, Ch.: Marketing: Grundlagen marktorientierter

Unternehmensführung. Konzepte – Instrumente – Praxisbeispiele, aktuelle Auflage

Modulname	Modulcode
402 International Management II	102
Modulverantwortliche/r	Fachbereich
Christian Winnewisser	Wirtschaftswissenschaften

Zuordnung zum Studiengang
Bachelor Internat. Marketing 806 (2017)

Vorgesehenes Semester	Dauer des Moduls	Modultyp	ECTS
4. Semester	1	Pflichtfach	5.00

Empfohlene Voraussetzungen
/

Voraussetzungen laut Prüfungsordnung
/

Zugehörige Lehrveranstaltungen:

Nr.	Veranstaltungsname	Belegungstyp	SWS	Workload
1.	International Management II	Wahlpflicht	4.00	150 Stunden
Summe (Pflicht und Wahlpflicht)			4.00	

Verwendbarkeit der Veranstaltung
Bachelor Betriebswirtschaft
Stellenwert der Modulnote in der Endnote
(5CP/150CP) * 0,5

Modulname		Modulcode	
402 International Management II		102	
Veranstaltungsname		Veranstaltungscod	
International Management II		BBW 50205, BBW 50305, IMB 402	
Lehrende/r	Fachbereich	Lehreinheit	Belegungstyp (P/WP/W)
	Wirtschaftswissenschaften		Wahlpflicht

Vorgesehenes Studiensemester	Angebotshäufigkeit	Sprache	Gruppengröße
. Semester	in jedem Semester		Personen

SWS	Präsenzstudium	Selbststudium	Workload in Summe
4.00	60 Stunden	30 Stunden Vorarbeit / 60 Stunden Nacharbeit	150 Stunden

Lernergebnisse / Kompetenzen (learning outcomes)
Die Studierenden erwerben die Kompetenz, selbstständig und eigenverantwortlich in multinationalen Unternehmen arbeiten zu können. Sie können die Chancen und Risiken internationaler Geschäfte beurteilen und Internationalisierungsstrategien entwickeln.
Inhalte
Inhalte des Moduls: „International Enterprises“
Inhalt: Calculation in foreign trade Financial management in foreign trade International organization Understanding the principles of growth International collaboration and alliances Talent management in the international context Understanding cultural differences
Studien-/Prüfungsleistung
Hausarbeit inkl. Präsentation
Literatur
Pflicht: Umfangreiches Skript (in englischer Sprache)
Ergänzend: Jahrmann, F.-U.: Außenhandel, 13. Auflage, Kiehl Verlag, 2010 Kutschker, M., Schmid, S.: Internationales Management, 7. Auflage, Oldenbourg, 2010

Deresky, H.: International Management. Managing Across Borders and Cultures. Text and Cases, 7th edition, Prentice Hall, 2010
Krugman, P., Obstfeld, M., Melitz, M.: International Economics, 9th edition, Prentice Hall, 2011
Salvatore, D.: Introduction to International Economics, 2nd edition, John Wiley & Sons, 200

Modulname	Modulcode
403 Makroökonomie	403
Modulverantwortliche/r	Fachbereich
Martin Wenke	Wirtschaftswissenschaften

Zuordnung zum Studiengang
Bachelor Internat. Marketing 806 (2017)

Vorgesehenes Studiensemester	Dauer des Moduls	Modultyp	ECTS
4. Semester	1	Pflichtfach	5.00

Empfohlene Voraussetzungen
/

Voraussetzungen laut Prüfungsordnung
/

Zugehörige Lehrveranstaltungen:

Nr.	Veranstaltungsname	Belegungstyp	SWS	Workload
1.	Makroökonomie	Pflichtfach	4.00	150 Stunden
Summe (Pflicht und Wahlpflicht)			4.00	

Verwendbarkeit der Veranstaltung
Bachelor Betriebswirtschaft
Stellenwert der Modulnote in der Endnote
(5CP/150CP) * 0,5

Modulname		Modulcode	
403 Makroökonomie		403	
Veranstaltungsname		Veranstaltungscod	
Makroökonomie		BBW 404, BBF 504, IMB 403, BWI 60103, BWID 70403, BWIT 70403	
Lehrende/r	Fachbereich	Lehreinheit	Belegungstyp (P/WP/W)
	Wirtschaftswissenschaften		Pflichtfach

Vorgesehenes Studiensemester	Angebotshäufigkeit	Sprache	Gruppengröße
. Semester	in jedem Semester		Personen

SWS	Präsenzstudium	Selbststudium	Workload in Summe
4.00	60 Stunden	45 Stunden Vorbereitung / 45 Stunden Nachbereitung und Prüfungsvorbereitung	150 Stunden

Lehrform
seminaristische Lehrveranstaltung
Lernergebnisse / Kompetenzen (learning outcomes)
Denken und Argumentieren auf der Basis abstrakter ökonomischer Modelle; Anwendung solcher Modelle auf konkrete makroökonomische Problemstellungen unter Berücksichtigung der Einbindung einzelner Unternehmen in das ökonomische Gesamtsystem; Beurteilung wirtschaftspolitischer Problemlösungsvorschläge vor dem Hintergrund unternehmerischer Managemententscheidungen
Inhalte
<p>Inhalte des Moduls: Aktuelle makroökonomische Themen Gegenstand, Aufgaben und Methoden der Makro Zielgrößen Wirtschaftskreislauf und VGR Langfristige Perspektive: Wachstum, neoklassische Theorie und Politikempfehlungen Kurzfristige Perspektive: Konjunktur, keynesianische Theorie und Politikempfehlungen Europäische Wirtschaft und Globalisierung und deren Bedeutung für die deutsche Volkswirtschaft</p> <p>Inhalt: Part I: Recent topics of Macroeconomics "in action" Part II: Macro Basics and National Accounting Part III: Excursion: Macroeconomics of Globalization Part IV: Business Cycles and Keynesian Economics</p>

Part V: Excursion: Germany and its role in the Euro crisis Part VI: Economic Growth and Neoclassical Ideas
Studien-/Prüfungsleistung
Klausurarbeit
Literatur
Pflicht: Mankiw, N.G./Taylor, M.P.: Economics, aktuelle Auflage Samuelson, P.A./Nordhaus, W.: Economics, aktuelle Auflage Stiglitz, J.: Globalization and its Discontents, aktuelle Auflage Veröffentlichungen in Financial Times, Economist
Ergänzend: Baßeler, U./Heinrich, J./Koch, W.: Grundprobleme der Volkswirtschaft, aktuelle Auflage Bofinger, P.: Grundzüge der Volkswirtschaftslehre, aktuelle Auflage Clement, R./Terlau, W.: Grundlagen der Angewandten Makroökonomie, aktuelle Auflage Erke, B.: Grundlagen der modernen Makroökonomik. Bestimmungsgründe gesamtwirtschaftlicher Größen, aktuelle Auflage Hillebrand, K. A.: Elementare Makroökonomik, aktuelle Auflage Wenke, M.: Makroökonomie (Klausur Intensiv Training KIT, Bd. 19), aktuelle Auflage

Modulname	Modulcode
404 Deutsch-Französ. Diskurse	404
Modulverantwortliche/r	Fachbereich
Bernard Vogl	Wirtschaftswissenschaften

Zuordnung zum Studiengang
Bachelor Internat. Marketing 806 (2017)

Vorgesehenes Studiensemester	Dauer des Moduls	Modultyp	ECTS
4. Semester	1	Pflichtfach	5.00

Empfohlene Voraussetzungen
Volkswirtschaftliche Grundkenntnisse erworben im Kurs Mikroökonomie

Voraussetzungen laut Prüfungsordnung
/

Zugehörige Lehrveranstaltungen:

Nr.	Veranstaltungsname	Belegungstyp	SWS	Workload
1.	Deutsch-französische Diskurse zur Wirtschaftspolitik		4.00	150 Stunden
Summe (Pflicht und Wahlpflicht)			4.00	

Lernergebnisse / Kompetenzen des Moduls (learning outcomes)
Die Lehrveranstaltung soll die Studierenden zum Verständnis grundsätzlicher Zusammenhänge aus verschiedenen Teilbereichen der Wirtschaftspolitik – z.B. Außenhandelspolitik und internationale Wirtschaftsbeziehungen, Geld- und Währungspolitik, Wachstumspolitik, Verteilungspolitik, Beschäftigungspolitik, Regionale Strukturpolitik – befähigen. Insbesondere geht es aber auch darum, sich eine Beurteilung aktueller wirtschaftspolitischer Fragen aus deutscher und französischer Sicht zu erarbeiten und das wechselseitige Verständnis für eine grundsätzlich unterschiedliche Beurteilung zu wecken.
Zu erbringende Prüfungsleistung
Hausarbeit
Verwendbarkeit der Veranstaltung
Das Modul wird an der französischen Partnerhochschule in Colmar im 5. Semester fortgesetzt: „Séminaire Comparaisons France-Allemagne“
Stellenwert der Modulnote in der Endnote
(5CP/150CP) * 0,5

Modulname		Modulcode	
404 Deutsch-Französ. Diskurse		404	
Veranstaltungsname		Veranstaltungscod	
Deutsch-französische Diskurse zur Wirtschaftspolitik		IMB 404	
Lehrende/r	Fachbereich	Lehreinheit	Belegungstyp (P/WP/W)
	Wirtschaftswissenschaften		

Vorgesehenes Studiensemester	Angebotshäufigkeit	Sprache	Gruppengröße
. Semester	nur im Sommersemester	deutsch	Personen

SWS	Präsenzstudium	Selbststudium	Workload in Summe
4.00	40 Stunden Lehrveranstaltung	110 Stunden Vor-Nachbereitung etc	150 Stunden

Lehrform
Seminaristische Lehrveranstaltung
Lernergebnisse / Kompetenzen (learning outcomes)
Die Lehrveranstaltung soll die Studierenden zum Verständnis grundsätzlicher Zusammenhänge aus verschiedenen Teilbereichen der Wirtschaftspolitik – z.B. Außenhandelspolitik und internationale Wirtschaftsbeziehungen, Geld- und Währungspolitik, Wachstumspolitik, Verteilungspolitik, Beschäftigungspolitik, Regionale Strukturpolitik – befähigen. Insbesondere geht es aber auch darum, sich eine Beurteilung aktueller wirtschaftspolitischer Fragen aus deutscher und französischer Sicht zu erarbeiten und das wechselseitige Verständnis für eine grundsätzlich unterschiedliche Beurteilung zu wecken.
Inhalte
Die Themen können von Semester zu Semester variieren; die im folgenden genannten Themen sind Beispiele: 1. Deutsch-französische Wirtschaftsbeziehungen im Wandel der Zeit 2. Soziale Marktwirtschaft hier – Marktwirtschaft mit starkem Staat dort 3. Soziale Sicherungssysteme im deutsch-französischen Vergleich 4. Die Lage auf dem Arbeitsmarkt – ein deutsch-französischer Vergleich 5. Staatsverschuldung in Deutschland und Frankreich 6. Inwieweit prägen kulturelle Einflüsse die Wirtschaftspolitik? 7. Konsumstrukturen in Deutschland und Frankreich 8. Außenhandelsverflechtungen und ihre Ursachen 9. Historie der Konjunkturzyklen nach dem 2. Weltkrieg im Vergleich 10. Umweltpolitik und deren Instrumenteneinsatz im Vergleich) 11. CSR in Deutschland und Frankreich – gesellschaftliche Diskussion und Wahrnehmung durch Unternehmen 12. Geldpolitische Konzeptionen 13. Ansätze für mehr Wirtschaftswachstum 14. Regionalwirtschaftliche Problemkonstellationen in Deutschland und Frankreich
Studien-/Prüfungsleistung
Hausarbeit
Literatur

Welfens, Grundlagen der Wirtschaftspolitik Aktuelle wissenschaftliche Artikel

Modulname	Modulcode
405 Kommunikation und Gesprächsführung	405
Modulverantwortliche/r	Fachbereich
	Wirtschaftswissenschaften

Zuordnung zum Studiengang
Bachelor Betriebswirtschaft
Bachelor Betriebswirtschaft 802 (2011)
Bachelor Betriebswirtschaft 803 (2011)
Bachelor Internat. Marketing 806 (2017)

Vorgesehenes Studiensemester	Dauer des Moduls	Modultyp	ECTS
4. Semester	1	Pflichtfach	5.00

Empfohlene Voraussetzungen
/

Voraussetzungen laut Prüfungsordnung
/

Zugehörige Lehrveranstaltungen:

Nr.	Veranstaltungsname	Belegungstyp	SWS	Workload
1.	Kommunikation und Gesprächsführung	Wahlpflicht	4.00	150 Stunden
Summe (Pflicht und Wahlpflicht)			4.00	

Verwendbarkeit der Veranstaltung
Bachelor Betriebswirtschaftslehre
Stellenwert der Modulnote in der Endnote
(5CP/150CP) * 0,5

Modulname		Modulcode	
405 Kommunikation und Gesprächsführung		405	
Veranstaltungsname		Veranstaltungscod	
Kommunikation und Gesprächsführung		BBW 50602, BSW 204, IMB 40702	
Lehrende/r	Fachbereich	Lehreinheit	Belegungstyp (P/WP/W)
Birgit Lankes	Wirtschaftswissenschaften		Wahlpflicht

Vorgesehenes Studiensemester	Angebotshäufigkeit	Sprache	Gruppengröße
. Semester	in jedem Semester	deutsch	Personen

SWS	Präsenzstudium	Selbststudium	Workload in Summe
4.00	60 Stunden	30 Stunden Vorbereitung / 60 Stunden Nachbereitung und Prüfungsvorbereitung	150 Stunden

Lernergebnisse / Kompetenzen (learning outcomes)

Die Studierenden erwerben die Fähigkeit zur Reflexion des eigenen Denkens und Handelns. Weiterhin werden soziale und analytische Kompetenzen vertieft. Die Beratung zur Präsentation regt Kreativität an, entwickelt sprachliche Fähigkeiten und vermittelt Recherche- sowie Arbeitstechniken.

Inhalte

Inhalt des Moduls:
Den Studierenden wird verdeutlicht, dass man sich, bevor man informiert, fragen muss, wen die Informationen etwas angehen. Man darf weder zu viel, noch zu wenig informieren, denn beides führt zu Unmut. Ergebnisse kann man nur erzielen, wenn die Informationen gut aufbereitet sind. Schließlich ist es hilfreich, wenn man gewisse Informationsroutinen festlegt.
Da schriftliche Informationen ein für alle Mal beweisbar in der Welt sind, gelten diese Empfehlungen für schriftliche Informationen besonders nachdrücklich.
Die Studierenden lernen, dass man in Besprechungen die eigenen Vorstellungen einbringen, Missverständnisse ausräumen und Fragen klären kann. Besonders bewährt hat sich ein Jour fixe, eine turnusmäßige Mitarbeiterbesprechung an einem bestimmten Wochentag zu einer festen Stunde innerhalb der Arbeitszeit.
Ein Gespräch erfolgen in der Regel unter vier Augen zwischen gleichberechtigten Gesprächspartnern. Besprechungen und Gespräche haben generell mehr Erfolg, wenn man diszipliniert vorgeht. Sie dienen vornehmlich der Erörterung von speziellen Themen, zum Beispiel als Vorstellungsgespräche, Lob, Rückkehr- und Fehlzeitengespräche, Zielvereinbarungsgespräche, Weisungen, Konfliktgespräche, Beurteilungs- und Jahresgespräche, Beratungs- und Fördergespräche, Kritikgespräche sowie Austritts- bzw. Abgangsinterviews und Entlassungsgespräche.

Wenn man kommuniziert, geht es um mehr als den Austausch von Informationen. Die Studierenden lernen, dass wir dabei alle fünf Sinne nutzen. Gerade die Körpersprache kann wichtige Hinweise auf die Gedanken und Befindlichkeit des Gegenübers geben. Schließlich werden die Studierenden darauf aufmerksam gemacht, dass soziale Kommunikation nicht nur eine Sachebene, sondern auch eine Beziehungsebene hat. Die Situation wird zudem durch drei Elemente geprägt, das einzelne Gruppenmitglied, die Gruppe und das Thema der Gruppe. Gewinnt eines oder gewinnen mehrere die Oberhand, muss man die notwendige Balance gewährleisten. Wenn Beziehungen im Spiel sind, ist Anpassungsfähigkeit gefragt. Man muss dazu in der Lage sein, sein Verhalten zu ändern, um den Verhältnissen zu entsprechen.

Inhalt:

Kommunikation im Überblick
Schriftliche Kommunikation
Mündliche Kommunikation
Körpersprache
Beziehungen

Studien-/Prüfungsleistung

Mündliche Prüfung (Präsentation)

Literatur

Literatur:

Die Studierenden recherchieren eigenständig nach Quellen für ihre Präsentationen.

Ergänzend:

Berne, E., Was sagen Sie, nachdem Sie guten Tag gesagt haben?, München 1975
Birkenbihl, V. F., Das erfolgreiche Meeting, Landsberg 1993
Bröckermann, R., Führungskompetenz, Stuttgart 2011
Cohn, R. C., Von der Psychoanalyse zur themenzentrierten Interaktion, Stuttgart 1975
Crisand, E., Psychologie der Gesprächsführung, 8. A., Frankfurt a. M. 2007
Fersch, J. M., Erfolgsorientierte Gesprächsführung, Wiesbaden 2005
Fisher, R., Ury, W. u. Patton, B., Das Harvard Konzept, 22. A., Frankfurt a. M. u. a. 2004
Hargie, O., Die Kunst der Kommunikation, Bern 2013
Harris, T. A., Ich bin o.k., du bist o.k., Reinbek 1975
Hesse, J. u. Schrader, H. C., Die 100 häufigsten Fragen im Vorstellungsgespräch, o. O. 2011
Hossiep, R., Bittner, J. E. u. Berndt, W., Mitarbeitergespräche, Göttingen u. a. 2008
Kießling-Sonntag, J., Handbuch Mitarbeitergespräche, Berlin 2000
Kumbier, D. u. Schulz von Thun, F., Interkulturelle Kommunikation, 7. A., Reinbeck 2014
Linde, B. von der u. Heyde, A. von der, Gesprächstechniken für Führungskräfte, Freiburg u. a. 2003
Mentzel, W., Grotzfeld, S. u. Haub, C., Mitarbeitergespräche erfolgreich führen, 10. A., Freiburg u. a. 2012
Molcho, S., Körpersprache, München 1998
Mühlisch, S., Mit dem Körper sprechen, Wiesbaden 2000
Nerdinger, F. W., Blickle, G. u. Schaper, N. (Hrsg.), Arbeits- und Organisationspsychologie, 3. A., Berlin 2014
Plate, M., Grundlagen der Kommunikation, 2. A., Göttingen u. a. 2015
Preuß-Scheuerle, B., Praxishandbuch Kommunikation, 2. A., Wiesbaden 2016
Rau, H., Einladung zur Kommunikationswissenschaft, Baden-Baden 2013
Raupach-Siecke, A., Das perfekte Vorstellungsgespräch, München 2012

Recknagel, M. u. Rohmann-van Wüllen, H., Clever kommunizieren, Offenbach 2007
Reiter, M., Studieren mit Erfolg: Perfekt präsentieren, Stuttgart 2012
Schmid-Egger, C. u. Krüll, C., Körpersprache – Das Trainingsbuch, 2. A., München 2014
Schries, M., Körpersprache im Beruf, Freiburg 2009 (Tipps auf kleinen Karten)
Schulz von Thun, F., Ruppel, J. u. Stratmann, R., Miteinander reden, 5. A., Reinbek 2006
Spies, S., Authentische Körpersprache, 3. A., Hamburg 2006
Stelzer-Rothe, T., Ihr Auftritt, bitte!, Herne 2010
Stührenberg, L., Professionelle betriebliche Kommunikation, Wiesbaden 2003
Vogt, G., Erfolgreiche Rhetorik, 3. A., München 2010
Watzlawick, P., Anleitung zum Unglücklichsein, 28. A., München u. a. 1988
Watzlawick, P., Beavin, J. H. u. Jackson, D. D., Menschliche Kommunikation, 13. A., Bern 2017
Winkler, B. u. Hofbauer, H., Das Mitarbeitergespräch als Führungsinstrument, 4. A., München 2010

Modulname	Modulcode
405 Non-Profit-Marketing	405
Modulverantwortliche/r	Fachbereich
Harald Vergossen	Wirtschaftswissenschaften

Zuordnung zum Studiengang
Bachelor Internat. Marketing 806 (2017)

Vorgesehenes Studiensemester	Dauer des Moduls	Modultyp	ECTS
4. Semester		Pflichtfach	5.00

Zugehörige Lehrveranstaltungen:

Nr.	Veranstaltungsname	Belegungstyp	SWS	Workload
1.	Non-Profit-Marketing	Wahlpflicht	4.00	150 Stunden
Summe (Pflicht und Wahlpflicht)			4.00	

Modulname		Modulcode	
405 Non-Profit-Marketing		405	
Veranstaltungsname		Veranstaltungscod	
Non-Profit-Marketing		BBW 50402	
Lehrende/r	Fachbereich	Lehreinheit	Belegungstyp (P/WP/W)
	Wirtschaftswissenschaften		Wahlpflicht

Vorgesehenes Studiensemester	Angebotshäufigkeit	Sprache	Gruppengröße
5. Semester	Unregelmäßig		Personen

SWS	Präsenzstudium	Selbststudium	Workload in Summe
4.00	60 Stunden	15 Stunden Literaturarbeit / 50 Stunden Projektarbeit / 25 Stunden Nachbereitung und Erstellung der Hausarbeit	150 Stunden

Lernergebnisse / Kompetenzen (learning outcomes)
Die Studierenden erkennen die marketingrelevanten Besonderheiten im Nonprofit-Sektor. Sie sind in der Lage, am Beispiel einer konkreten Marketingproblemstellung aus der Praxis Marketinginstrumente zu kombinieren und eine ziel- und problemadäquate Marketingstrategie zu entwickeln. Dabei lernen sie auch die Anwendung relevanter Marktforschungsinstrumente für die jeweilige Problem- und Aufgabenstellung. Durch die verwendete Arbeitsform der Gruppenarbeit erwerben die Studierenden auch die Fähigkeit, sich in unterschiedliche Arbeitsgruppen zu integrieren und hier Strategiealternativen lösungsorientiert zu diskutieren.
Inhalte
<p>Inhalte des Moduls: Das Modul zeigt die grundsätzlichen Besonderheiten der marketingpolitischen Instrumente nicht-erwerbswirtschaftlicher Organisationen (NPO's und NGO's) auf. An konkreten Problemstellungen werden praxisorientierte Gestaltungs- und Einsatzmöglichkeiten von Marketinginstrumenten entwickelt.</p> <p>Teil A: Theorieteil</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Begriffliche Abgrenzung der Nonprofit – Betriebe 2. Systematik von Nonprofit-Betrieben 3. Nonprofit-Betriebe als Dienstleistungsbetriebe 4. Aktuelle Situation im Nonprofit- Sektor 5. Der Nonprofit-Marketing-Managementprozess

6. Besonderheiten des Einsatzes marketingpolitischer Instrumente 7. im Nonprofit –Marketing 8. Fundraising Management
Teil B. Praxisteil (Jedes Semester wechselnde Aufgabenstellung aus der Praxis)
Studien-/Prüfungsleistung
Präsentation (70% Anteil an Gesamtnote) und schriftliches Abstract (30% Anteil an Gesamtnote).
Literatur
Pflicht: Badelt, Ch., u.a.: Handbuch der Nonprofit Organisation, 4. Aufl., Stuttgart 2007 Bieberstein, I.: Dienstleistungsmarketing, 4. Aufl., Ludwigshafen 2006 Bruhn, M.: Marketing für Nonprofit-Organisationen, 2. Aufl., Stuttgart 2012 Helmig, B. / Boenigk, S.: Nonprofit Management, München 2012 Kotler, Ph.: Marketing für Nonprofit – Organisationen, Stuttgart 1978 Koziol, K. u. a.: Social Marketing, Stuttgart 2006 Kunz, J.: Strategiefindung von Nonprofit-Organisationen, St. Gallen 2006 Urselmann, M.: Fundraising: Professionelle Mittelbeschaffung für Nonprofit-Organisationen, Köln 2007

Modulname	Modulcode
405 Verhandeln und Entscheiden	405
Modulverantwortliche/r	Fachbereich
Dirk Braun	Wirtschaftswissenschaften

Zuordnung zum Studiengang
Bachelor Betriebswirtschaft 110 (2017)
Bachelor Internat. Marketing 806 (2017)

Vorgesehenes Studiensemester	Dauer des Moduls	Modultyp	ECTS
5. Semester	1	Wahlpflicht	5.00

Empfohlene Voraussetzungen
/

Voraussetzungen laut Prüfungsordnung
/

Zugehörige Lehrveranstaltungen:

Nr.	Veranstaltungsname	Belegungstyp	SWS	Workload
1.	Verhandeln und Entscheiden	Wahlpflicht	4.00	150 Stunden
Summe (Pflicht und Wahlpflicht)			4.00	

Zu erbringende Prüfungsleistung
Rollenspiel oder Praxisaufgabe
Verwendbarkeit der Veranstaltung
Bachelor Betriebswirtschaftslehre
Stellenwert der Modulnote in der Endnote
(5CP/150CP) * 0,5

Modulname		Modulcode	
405 Verhandeln und Entscheiden		405	
Veranstaltungsname		Veranstaltungscod	
Verhandeln und Entscheiden		BBW 50604	
Lehrende/r	Fachbereich	Lehreinheit	Belegungstyp (P/WP/W)
Dirk Braun	Wirtschaftswissenschaften		Wahlpflicht

Vorgesehenes Studiensemester	Angebotshäufigkeit	Sprache	Gruppengröße
5. Semester	in jedem Semester	deutsch	Personen

SWS	Präsenzstudium	Selbststudium	Workload in Summe
4.00	60 Stunden	90 Stunden Selbststudium (inkl. Bearbeitung fachbezogener Lektüre, Referate, Präsentationen, Hausarbeit)	150 Stunden

Lernergebnisse / Kompetenzen (learning outcomes)
<p>Die Studierenden können nach erfolgreichem Abschluss des Moduls:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Unterschiedliche Konzepte und Strategien der Verhandlungsführung nachvollziehen, • kognitive Prozesse in Verhandlungs- und Entscheidungssituationen reflektieren, • Auswirkungen von Unsicherheit und Risiken auf das Entscheidungsverhalten berücksichtigen, • die Spezifika von Entscheidungen in Gruppenkonstellationen beachten, • Verhaltensökonomische Konzepte zur Beeinflussung von Verhalten in Unternehmen und in der Gesellschaft nachvollziehen.
Inhalte
<p>Inhalte des Moduls: Verhandlungs- und Entscheidungssituationen werden maßgeblich durch soziale bzw. zwischenmenschliche Faktoren beeinflusst. Grundlegende Kenntnisse der Verhaltensökonomik können den wirtschaftlichen Erfolg der Akteure in entsprechenden Situationen nachhaltig steigern. Im Rahmen der Veranstaltung wird u.a. auf die Gestaltung der Rahmenbedingungen, die Vorbereitung der Akteure, die Ermittlung der Zielsetzungen und die konkreten optionalen Verhandlungsstrategien eingegangen. Aus den Erkenntnissen lassen sich auch Impulse für die Verhaltenssteuerung von Konsumenten, Mitarbeitern in Unternehmen, Investoren oder Bürgern einer Gesellschaft ableiten.</p> <p>Inhalt:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen der Kommunikations- und Verhandlungsführung • Harvard-Verhandlungskonzept

<ul style="list-style-type: none">• Einführung in die Spieltheorie• Psychologie intuitiver und analytischer Entscheidungen• Entscheidungsheuristiken und -präferenzen• Entscheiden unter Unsicherheit und unter Risiko• Entscheidungen in interaktiven Situationen• Einfluss von Einstellungen, Normen, Kultur, Geschlecht und Alter• Verhalten im Unternehmen (Gehalt, Anreize und Leistung, Kooperation)
Studien-/Prüfungsleistung
Aktive Teilnahme sowie Rollenspiel oder Praxisaufgabe
Literatur
<p>Pflicht: Ariely, Dan: Denken hilft zwar, nützt aber nichts, Droemer 2008. Kahnemann, Daniel: Schnelles Denken, langsames Denken, Penguin 2017. Portner, Jutta: Besser Verhandeln – Das Trainingsbuch, GABAL 2010.</p> <p>Ergänzend: Beck, Hanno: Behavioral Economics, SpringerGabler 2014. Frey, Bruno/Benz, Matthias: Ökonomie und Psychologie: eine Übersicht. Institute for Empirical Research in Economics, University of Zurich, Working paper No. 92.</p>

Modulname	Modulcode
405 Visualisieren Präsentieren	405
Modulverantwortliche/r	Fachbereich
Andreas Syska	Wirtschaftswissenschaften

Zuordnung zum Studiengang
Bachelor Betriebswirtschaft 110 (2017)
Bachelor Internat. Marketing 806 (2017)

Vorgesehenes Studiensemester	Dauer des Moduls	Modultyp	ECTS
5. Semester	1	Wahlpflicht	5.00
Vorgesehenes Studiensemester	Dauer des Moduls	Modultyp	ECTS
5. Semester	1	Wahlpflicht	5.00

Empfohlene Voraussetzungen
/

Voraussetzungen laut Prüfungsordnung
/

Zugehörige Lehrveranstaltungen:

Nr.	Veranstaltungsname	Belegungstyp	SWS	Workload
1.	Visualisieren, Präsentieren, Moderieren	Wahlpflicht	4.00	150 Stunden
Summe (Pflicht und Wahlpflicht)			4.00	

Zu erbringende Prüfungsleistung
Gruppenarbeit, Präsentation
Verwendbarkeit der Veranstaltung
Bachelor Betriebswirtschaftslehre
Stellenwert der Modulnote in der Endnote
(5CP/150CP) * 0,5

Modulname		Modulcode	
405 Visualisieren Präsentieren		405	
Veranstaltungsname		Veranstaltungscod	
Visualisieren, Präsentieren, Moderieren		BBW 50603, BSW 204, IMB 40703	
Lehrende/r	Fachbereich	Lehreinheit	Belegungstyp (P/WP/W)
Andreas Syska	Wirtschaftswissenschaften		Wahlpflicht

Vorgesehenes Studiensemester	Angebotshäufigkeit	Sprache	Gruppengröße
. Semester	in jedem Semester	deutsch	Personen

SWS	Präsenzstudium	Selbststudium	Workload in Summe
4.00	60 Stunden	30 Stunden Vorbereitung / 60 Stunden Nachbereitung und Prüfungsvorbereitung	150 Stunden

Lernergebnisse / Kompetenzen (learning outcomes)
Die Studierenden erwerben drei wesentliche Elemente der Methodenkompetenz: Visualisierung, Präsentation und Moderation, wobei das Schwergewicht des Seminars auf der Präsentationsfähigkeit liegt. Damit können Sie diese Elemente im Unternehmen einsetzen und ihr persönliches Kompetenzprofil erweitern. Darüber hinaus können sie mit diesen Methodenkompetenzen ihr Studium effektiver gestalten.
Inhalte
<p>Inhalte des Moduls:</p> <p><u>Visualisierung:</u> Planung, Bausteine, Medien, Erstellung, Farben und Formen.</p> <p><u>Präsentation:</u> vornehmlich in Power Point; Vorbereitung, Thema und Zielfestlegung, Inhalt, Ablauf, Organisation, Durchführung, Nachbesprechung.</p> <p><u>Moderation:</u> Definition, Inhalt, Zielsetzung, Teilnehmer, Methoden, Organisation, Ablauf, Hilfsmittel, Selbstdarstellung, Prozesssteuerung, Nachbesprechung.</p> <p>Inhalt: Präsentieren Visualisieren Moderieren.</p>
Studien-/Prüfungsleistung

Gruppenarbeit, Präsentation
Literatur
Pflicht: Seifert, J.: Visualisieren, Präsentieren, Moderieren, aktuelle Auflage Anderson, C.: TED Talks Baum, T.: Komm zum Punkt

Modulname	Modulcode
406 International Marketing	406
Modulverantwortliche/r	Fachbereich
Christian Winnewisser	Wirtschaftswissenschaften

Zuordnung zum Studiengang
Bachelor Internat. Marketing 806 (2017)

Vorgesehenes Studiensemester	Dauer des Moduls	Modultyp	ECTS
4. Semester	1	Pflichtfach	5.00

Empfohlene Voraussetzungen
/

Voraussetzungen laut Prüfungsordnung
/

Zugehörige Lehrveranstaltungen:

Nr.	Veranstaltungsname	Belegungstyp	SWS	Workload
1.	International Marketing	Wahlpflicht	4.00	150 Stunden
Summe (Pflicht und Wahlpflicht)			4.00	

Verwendbarkeit der Veranstaltung
Bachelor Betriebswirtschaft
Stellenwert der Modulnote in der Endnote
(5CP/150CP) * 0,5

Modulname		Modulcode	
406 International Marketing		406	
Veranstaltungsname		Veranstaltungscod	
International Marketing		BBW 40505, IMB 406	
Lehrende/r	Fachbereich	Lehreinheit	Belegungstyp (P/WP/W)
	Wirtschaftswissenschaften		Wahlpflicht

Vorgesehenes Studiensemester	Angebotshäufigkeit	Sprache	Gruppengröße
. Semester	in jedem Semester		Personen

SWS	Präsenzstudium	Selbststudium	Workload in Summe
4.00	60 Stunden	30 Stunden Vorarbeit / 60 Stunden Nacharbeit	150 Stunden

Lernergebnisse / Kompetenzen (learning outcomes)
Die Teilnehmer des Seminars erwerben die Kompetenz Marketing- Herausforderungen von international tätigen Unternehmen kritisch zu beurteilen und strategische, sowie operative Lösungsansätze zu entwickeln. Darüber hinaus erwerben sie die Kompetenz komplexe Sachverhalte überzeugend darzustellen.
Inhalte
Inhalte des Moduls: Marketing im internationalen Kontext
Studien-/Prüfungsleistung
Projektarbeit
Literatur
Pflicht: · Fallstudien · Doole, I.; Lowe, R.; International Marketing Strategy – Analysis, Development and Implementation; Cengage Learning, 6ht Edition 2012 · Schramm, H.; Swoboda, B.; Zentes, J.; Internationales Marketing; Vahlen, 2. Edition, Munich, 2010
Ergänzend: · Berndt, R.; Fantapié Altobelli C., Sander, M.; Internationales Marketing-Management; Springer, 3. Edition, Berlin, 2005 · Cateora, P.; Gilly, M.; Graham, J.; International Marketing; McGraw Hill, 14. Edition, Singapore, 2010 · Glowik, Mario: Market Entry Strategies; Oldenburg Wissenschaftsverlag, München 2009 · Kotler, Philip; Keller, Kevin Lane: Marketing Management; 14 editon; Global Edition; Pearson

Education, Prentice Hall 2012
· Onkvisit, S.; Shaw, J.; International Marketing; Routledge, 5. Edition, New York, 2009

Modulname	Modulcode
501/601 Studium an der französischen Partnerhochschule	501
Modulverantwortliche/r	Fachbereich
Master of Business Administration Janina Biller	Wirtschaftswissenschaften

Zuordnung zum Studiengang
Bachelor Internat. Marketing 805 (2017)
Bachelor Internat. Marketing 806 (2017)

Vorgesehenes Studiensemester	Dauer des Moduls	Modultyp	ECTS
5. Semester	2	Pflichtfach	42.00
Vorgesehenes Studiensemester	Dauer des Moduls	Modultyp	ECTS
5. Semester	2	Pflichtfach	42.00

Empfohlene Voraussetzungen
/

Voraussetzungen laut Prüfungsordnung
105 cp zum Ende des vierten Semesters bzw. 75 cp zum Ende des 3. Semesters

Zugehörige Lehrveranstaltungen:

Nr.	Veranstaltungsname	Belegungstyp	SWS	Workload
Summe (Pflicht und Wahlpflicht)			.	

Verwendbarkeit der Veranstaltung
/
Stellenwert der Modulnote in der Endnote
(5CP/150CP) * 0,5

