

# Modulhandbuch

für den Studiengang

Bachelor Internat. Marketing

805 (2017)

für die Prüfungsordnung

84|824|805|-|H|2017

# Inhaltsverzeichnis

101	Organisation.....	4
	Organisation.....	5
102	Buchhaltung.....	7
	Buchhaltung.....	8
103	Wirtschaftsmathematik.....	10
	Wirtschaftsmathematik.....	11
104	Bürgerliches Recht.....	14
	Bürgerliches Recht.....	15
105	Wirtschaftsinformatik-Grundlagen.....	17
	Wirtschaftsinformatik Grundlagen.....	18
106	Lernmethoden.....	20
	Lernmethoden.....	21
107	Marketing.....	23
	Marketing.....	24
201	Personal.....	26
	Personal.....	27
202	Internes Rechnungswesen.....	31
	Internes Rechnungswesen.....	32
203	Wirtschaftsstatistik.....	34
	Wirtschaftsstatistik.....	35
204	Handels- und Arbeitsrecht.....	37
	Handels- und Arbeitsrecht.....	38
205	Wirtschaftsinformatik-Anwendungssysteme.....	40
	Wirtschaftsinformatik-Anwendungssysteme.....	41
	Wirtschaftsinformatik-Anwendungssysteme Praktikum.....	43
206	Wirtschaftsenglisch I.....	45
	Wirtschaftsenglisch I.....	46
301	Marketing I.....	48
	Marketing I.....	49
302	International Management I.....	51
	International Management I.....	52
303	Externes Rechnungswesen.....	54
	Externes Rechnungswesen.....	55
304	Interkulturelle Kompetenz.....	57
	Interkulturelle Kompetenz deutsch-französisch.....	58
305	Mikroökonomie.....	60
	Mikroökonomie.....	61
306	Wirtschaftsfranzösisch I.....	63
	Wirtschaftsfranzösisch I.....	64
307	Wissenschaftliches Arbeiten.....	66
	Wissenschaftliches Arbeiten.....	67
401	Marketing II.....	69
	Marketing II.....	70
402	International Management II.....	72
	International Management II.....	73
403	Makroökonomie.....	75
	Makroökonomie.....	76
404	Deutsch-Französ. Diskurse.....	78
	Deutsch-französische Diskurse zur Wirtschaftspolitik.....	79
405	Wirtschaftsfranzösisch II.....	81
	Wirtschaftsfranzösisch II.....	82

406 International Marketing.....	84
International Marketing.....	85
501/601 Studium an der französischen Partnerhochschule.....	87

<b>Modulname</b>	Modulcode
<b>101 Organisation</b>	101
Modulverantwortliche/r	Fachbereich
Regina Hahn	Wirtschaftswissenschaften

Zuordnung zum Studiengang
Bachelor Internat. Marketing 805 (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
<b>Summe (Pflicht und Wahlpflicht)</b>			4.00	

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

Modulname		Modulcode	
101 Organisation		101	
<b>Veranstaltungsname</b>		Veranstaltungscode	
<b>Organisation</b>		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

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

Literatur

**Pflicht:**

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

<b>Modulname</b>	Modulcode
<b>102 Buchhaltung</b>	102
Modulverantwortliche/r	Fachbereich
Andreas Dinkelbach	Wirtschaftswissenschaften

Zuordnung zum Studiengang
Bachelor Internat. Marketing 805 (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
<b>Summe (Pflicht und Wahlpflicht)</b>			2.00	

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

Modulname		Modulcode	
102 Buchhaltung		102	
<b>Veranstaltungsname</b>		Veranstaltungscode	
<b>Buchhaltung</b>		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

<b>Lehrform</b>
Vorlesung/ Übung
<b>Lernergebnisse / Kompetenzen (learning outcomes)</b>
<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>
<b>Inhalte</b>



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.

<b>Modulname</b>	Modulcode
<b>103 Wirtschaftsmathematik</b>	103
Modulverantwortliche/r	Fachbereich
Siegfried Kirsch	Wirtschaftswissenschaften

<b>Zuordnung zum Studiengang</b>
Bachelor Internat. Marketing 805 (2017)

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

<b>Empfohlene Voraussetzungen</b>
/

<b>Voraussetzungen laut Prüfungsordnung</b>
hinreichende schulmathematische Kenntnisse

Zugehörige Lehrveranstaltungen:

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

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

Modulname		Modulcode	
103 Wirtschaftsmathematik		103	
<b>Veranstaltungsname</b>		Veranstaltungscode	
<b>Wirtschaftsmathematik</b>		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

<b>Lehrform</b>
seminaristische Lehrveranstaltung
<b>Lernergebnisse / Kompetenzen (learning outcomes)</b>
breite berufsbefähigende Basisqualifikation, mathematische Methodenkompetenz
<b>Inhalte</b>
<p><b>Inhalte des Moduls:</b> 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><b>Modulteil a:</b> <b>Grundlagen und Funktionenlehre / Differential- und Integralrechnung</b> 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

<b>Modulname</b>	Modulcode
<b>104 Bürgerliches Recht</b>	104
Modulverantwortliche/r	Fachbereich
Nicoletta Messerschmidt	Wirtschaftswissenschaften

Zuordnung zum Studiengang
Bachelor Internat. Marketing 805 (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.	Bürgerliches Recht	Pflichtfach	4.00	150 Stunden
<b>Summe (Pflicht und Wahlpflicht)</b>			4.00	

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

Modulname		Modulcode	
104 Bürgerliches Recht		104	
<b>Veranstaltungsname</b>		Veranstaltungscode	
<b>Bürgerliches Recht</b>		BBW 104, BBWD 104, BBF 103, IMB 104, BSW 103, (BSWD 102), BSWF 102	
Lehrende/r	Fachbereich	Lehreinheit	Belegungstyp (P/WP/W)
Nicoletta Messerschmidt	Wirtschaftswissenschaften		Pflichtfach

Vorgesehenes Studiensemester	Angebotshäufigkeit	Sprache	Gruppengröße
1. 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

<b>Lehrform</b>
Vorlesung / Übung
<b>Lernergebnisse / Kompetenzen (learning outcomes)</b>
Die Studierenden erwerben in diesem Modul die Kompetenz, wirtschaftliches Verhalten den Grenzen und Gestaltungsmöglichkeiten der Rechtsordnung anzupassen. Sie lernen privatrechtliche Vorschriften in ihrem Zusammenhang zu verstehen. Sie werden befähigt, mit einer überzeugenden Begründung selbstständig und methodengerecht einfache juristische Sachverhalte zu beurteilen und einer nachvollziehbaren Lösung zuzuführen.
<b>Inhalte</b>
Die Studierenden lernen in diesem Modul die Grundbegriffe und grundlegenden Zusammenhänge der ersten drei Bücher des BGB kennen, soweit sie zur rechtlichen Abbildung des betrieblichen Umsatzprozesses erforderlich sind. Sie erlangen einen Zugang zu den rechtswissenschaftlichen Methoden des Subsumtionstechnik und der anspruchsgroßenorientierten Falllösungstechnik.
<b>Inhalt:</b> Einführung in das Bürgerliche Recht Allgemeiner Teil des Bürgerlichen Gesetzbuchs Allgemeines Schuldrecht Besonderes Schuldrecht Sachenrecht Übung zum Bürgerlichen Recht
<b>Studien-/Prüfungsleistung</b>

schriftliche Klausurarbeit

Literatur

Brox/Walker, Allgemeiner Teil des BGB, aktuelle Auflage  
Brox/Walker, Allgemeines Schuldrecht, aktuelle Auflage  
Brox/Walker, Besonderes Schuldrecht, aktuelle Auflage  
Jaensch, Grundzüge des Bürgerlichen Rechts, aktuelle Auflage  
Klunzinger, Einführung in das Bürgerliche Recht, aktuelle Auflage  
Führich, Wirtschaftsprivatrecht, aktuelle Auflage



<b>Modulname</b>	Modulcode
<b>105 Wirtschaftsinformatik-Grundlagen</b>	105
Modulverantwortliche/r	Fachbereich
Jürgen Karla	Wirtschaftswissenschaften

Zuordnung zum Studiengang
Bachelor Internat. Marketing 805 (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
<b>Summe (Pflicht und Wahlpflicht)</b>			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.
<b>Modulteil a: Grundlagen der Wirtschaftsinformatik</b>
<b>Inhalt:</b>
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
<b>106 Lernmethoden</b>	106
Modulverantwortliche/r	Fachbereich
Birgit Lankes	Wirtschaftswissenschaften

Zuordnung zum Studiengang
Bachelor Internat. Marketing 805 (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
<b>Summe (Pflicht und Wahlpflicht)</b>			2.00	

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

Modulname		Modulcode	
106 Lernmethoden		106	
<b>Veranstaltungsname</b>		Veranstaltungscod	
<b>Lernmethoden</b>		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

<b>Lernergebnisse / Kompetenzen (learning outcomes)</b>
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.
<b>Inhalte</b>
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
<b>Studien-/Prüfungsleistung</b>
schriftliche Reflexion
<b>Literatur</b>
<b>Pflicht:</b> 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
<b>107 Marketing</b>	107
Modulverantwortliche/r	Fachbereich
Harald Vergossen	Wirtschaftswissenschaften

Zuordnung zum Studiengang
Bachelor Internat. Marketing 805 (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
<b>Summe (Pflicht und Wahlpflicht)</b>			2.00	

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

Modulname		Modulcode	
107 Marketing		107	
<b>Veranstaltungsname</b>		Veranstaltungscode	
<b>Marketing</b>		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><b>Inhalte des Moduls:</b> Die Studierenden sollen die beiden marktbezogenen betrieblichen Funktionen Beschaffung und Marketing als wichtige Unternehmensfunktionen verstehen und moderne Gestaltungsvarianten anwenden lernen.</p> <p><b>Inhalt:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Die Grundlagen des Marketing</li> <li>- Der Marketing – Managementprozess <ul style="list-style-type: none"> <li>- Marktforschung zur Erkundung der Marktsituation</li> <li>- Festlegung der Marketingziele</li> </ul> </li> </ul>



<ul style="list-style-type: none"><li>- Bestimmung der Marketingstrategie</li><li>- Auswahl und Kombination der marketingpolitischen Instrumente<ul style="list-style-type: none"><li>- Produktpolitische Instrumente</li><li>- Preispolitische Instrumente</li><li>- Distributionspolitische Instrumente</li><li>- Kommunikationspolitische Instrumente</li></ul></li></ul>
<b>Studien-/Prüfungsleistung</b>
Klausurarbeit
<b>Literatur</b>
<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><b>Ergänzend:</b> Boone, L.E./ Kurtz, D.L.: Contemporary Marketing, aktuelle Auflage Homburg, Ch./Kromer, H.: Marketingmanagement. Strategie-Instrumente-Umsetzung, aktuelle Auflage</p>

<b>Modulname</b>	Modulcode
<b>201 Personal</b>	201
Modulverantwortliche/r	Fachbereich
Lena Evertz	Wirtschaftswissenschaften

Zuordnung zum Studiengang
Bachelor Internat. Marketing 805 (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
<b>Summe (Pflicht und Wahlpflicht)</b>			4.00	

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

Modulname		Modulcode	
201 Personal		201	
<b>Veranstaltungsname</b>		Veranstaltungscode	
<b>Personal</b>		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

<b>Lehrform</b>
Vorlesung
<b>Lernergebnisse / Kompetenzen (learning outcomes)</b>
Die Studierenden kennen die personalwirtschaftlichen Grundlagen und werden befähigt, sie nach Anleitung adäquat anzuwenden.
<b>Inhalte</b>
<p><b>Inhalt des Moduls:</b> 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><b>Inhalt:</b> Grundlagen Personalbeschaffung Personaleinsatz Personalbeurteilung Entgelt Personalführung</p>

Personalservice Personal- und Organisationsentwicklung Personalfreisetzung Personalcontrolling
Studien-/Prüfungsleistung
Klausurarbeit
Literatur
<p><b>Pflicht:</b> 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><b>Literatur zum Üben:</b> 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

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

<b>Zuordnung zum Studiengang</b>
Bachelor Internat. Marketing 805 (2017)

<b>Vorgesehenes Studiensemester</b>	<b>Dauer des Moduls</b>	<b>Modultyp</b>	<b>ECTS</b>
2. Semester	1	Pflichtfach	5.00

<b>Empfohlene Voraussetzungen</b>
/

<b>Voraussetzungen laut Prüfungsordnung</b>
/

Zugehörige Lehrveranstaltungen:

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

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

Modulname		Modulcode	
202 Internes Rechnungswesen		202	
<b>Veranstaltungsname</b>		Veranstaltungscodes	
<b>Internes Rechnungswesen</b>		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

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

<b>Modulname</b>	Modulcode
<b>203 Wirtschaftsstatistik</b>	203
Modulverantwortliche/r	Fachbereich
Matthias Freund	Wirtschaftswissenschaften

<b>Zuordnung zum Studiengang</b>
Bachelor Internat. Marketing 805 (2017)

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

<b>Empfohlene Voraussetzungen</b>
/

<b>Voraussetzungen laut Prüfungsordnung</b>
/

Zugehörige Lehrveranstaltungen:

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

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

Modulname		Modulcode	
203 Wirtschaftsstatistik		203	
Veranstaltungsname		Veranstaltungscod	
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><b>Inhalte des Moduls:</b> 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><b>Inhalt:</b></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
<b>Pflicht:</b> 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 <b>Ergänzend:</b> 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

<b>Modulname</b>	Modulcode
<b>204 Handels- und Arbeitsrecht</b>	204
Modulverantwortliche/r	Fachbereich
Nicoletta Messerschmidt	Wirtschaftswissenschaften

<b>Zuordnung zum Studiengang</b>
Bachelor Internat. Marketing 805 (2017)

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

<b>Empfohlene Voraussetzungen</b>
/

<b>Voraussetzungen laut Prüfungsordnung</b>
/

Zugehörige Lehrveranstaltungen:

Nr.	Veranstaltungsname	Belegungstyp	SWS	Workload
1.	Handels- und Arbeitsrecht	Pflicht	4.00	150 Stunden
<b>Summe (Pflicht und Wahlpflicht)</b>			4.00	

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

Modulname		Modulcode	
204 Handels- und Arbeitsrecht		204	
<b>Veranstaltungsname</b>		Veranstaltungscod	
<b>Handels- und Arbeitsrecht</b>		BBW 204, BBWD 401, BBF 301, IMB 204	
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	30 Stunden Vorbereitung / 60 Stunden Nachbereitung und Prüfungsvorbereitung	150 Stunden

<b>Lehrform</b>
Vorlesung / seminaristische Lehrveranstaltung
<b>Lernergebnisse / Kompetenzen (learning outcomes)</b>
Fähigkeit, einfache Fragestellungen des Handels- und des Arbeitsrechts in der betrieblichen Praxis zu erkennen, rechtlich einzuordnen und Lösungsansätze zu finden.
<b>Inhalte</b>
<b>Inhalte des Moduls:</b> Erarbeitung systematischer Grundkenntnisse im Handelsrecht sowie im Arbeitsrecht
<b>Modulteil a: Handelsrecht</b> Inhalt: Grundlagen des Handelsrechts, z.B. Der Kaufmannsbegriff Das Handelsregister Die Firma Selbstständige und unselbstständige Hilfspersonen des Kaufmanns/Vollmachten im Handelsrecht Handelsgeschäfte, allgemeine Vorschriften Handelskauf Kommissionsgeschäft Speditionsgeschäft Frachtgeschäft Lagergeschäft

### **Modulteil b: Arbeitsrecht**

#### **Inhalt:**

Grundlagen des Arbeitsrechts, z. B.  
Rechtsquellen des Arbeitsrechts  
Grundbegriffe  
Parteien des Arbeitsverhältnisses  
Der Arbeitsvertrag  
Haftung im Arbeitsverhältnis  
Lohnzahlung trotz Nichtleistung von Arbeit  
Beendigung des Arbeitsvertrages  
Kündigung - Kündigungsschutz  
Grundlagen des Betriebsverfassungsrechts

#### **Studien-/Prüfungsleistung**

Klausurarbeit

#### **Literatur**

### **Modulteil a: Handelsrecht**

#### **Pflicht:**

BGB Bürgerliches Gesetzbuch, Beck-Texte im dtv, aktuelle Auflage  
HGB Handelsgesetzbuch, Beck-Texte im dtv, aktuelle Auflage

#### **Ergänzend:**

Aunert-Micus, S./Güllemann, D./Streckel, S./Tonner, N./ Wiese, U.E.:  
Wirtschaftsprivatrecht, aktuelle Auflage  
Führich, E.: Wirtschaftsprivatrecht, aktuelle Auflage  
Lange, K. W.: Basiswissen Ziviles Wirtschaftsrecht, aktuelle Auflage  
Müssig, P.: Wirtschaftsprivatrecht, aktuelle Auflage  
Steckler, B.: Kompaktraining Wirtschaftsrecht, aktuelle Auflage  
Teichmann, A.: Handelsrecht, aktuelle Auflage  
Wörlen, R.: Handelsrecht mit Gesellschaftsrecht, aktuelle Auflage

### **Modulteil b: Arbeitsrecht**

#### **Pflicht:**

Ahlers, H.: Skript zum Handelsrecht/Arbeitsrecht, aktuelle Auflage  
BGB Bürgerliches Gesetzbuch, Beck-Texte im dtv, aktuelle Auflage  
Arbeitsgesetze, Beck-Texte im dtv, aktuelle Auflage

#### **Ergänzend:**

Müssig, P.: Wirtschaftsprivatrecht, aktuelle Auflage  
Senne, P., Arbeitsrecht, aktuelle Auflage  
Wörlen, R./Kokemoor, A.: Arbeitsrecht, aktuelle Auflage

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

Zuordnung zum Studiengang
Bachelor Internat. Marketing 805 (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.	Wirtschaftsinformatik-Anwendungssysteme	Pflichtfach	2.00	75 Stunden
2.	Wirtschaftsinformatik-Anwendungssysteme Praktikum	Pflichtfach	2.00	75 Stunden
<b>Summe (Pflicht und Wahlpflicht)</b>			4.00	

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



Modulname		Modulcode	
205 Wirtschaftsinformatik-Anwendungssysteme		205	
<b>Veranstaltungsname</b>		Veranstaltungscod	
<b>Wirtschaftsinformatik-Anwendungssysteme</b>		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

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

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

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

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>&lt;p class="MsoBodyText"&gt;&lt;span style="font-family:"Arial",sans-serif"&gt;Schwarze, J.: Projektmanagement mit Netzplantechnik, aktuelle Auflage&lt;/span&gt; &lt;p class="MsoBodyText"&gt;&lt;span style="font-family:"Arial",sans-serif"&gt;Kowalski, S.: Projekte planen und steuern mit Excel, aktuelle Auflage&lt;/span&gt; &lt;p class="MsoBodyText"&gt;&lt;span style="font-family:"Arial",sans-serif"&gt;Rohrschneider, U.: Risikomanagement in Projekten, aktuelle Auflage&lt;/span&gt; &lt;p class="MsoBodyText"&gt;&lt;span style="font-family:"Arial",sans-serif"&gt;Schels, I.: Projektmanagement mit Excel 2007, aktuelle Auflage&lt;/span&gt; &lt;p class="MsoBodyText"&gt;&lt;span style="font-family:"Arial",sans-serif"&gt;Stutzke, H.: Projektmanagement mit Excel, aktuelle Auflage&lt;/span&gt;</p>

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

<b>Zuordnung zum Studiengang</b>
Bachelor Internat. Marketing 805 (2017)

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

<b>Empfohlene Voraussetzungen</b>
/

<b>Voraussetzungen laut Prüfungsordnung</b>
/

Zugehörige Lehrveranstaltungen:

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

<b>Verwendbarkeit der Veranstaltung</b>
Bachelor Betriebswirtschaft
<b>Stellenwert der Modulnote in der Endnote</b>
(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.

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

- 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
<b>The Business 2.0 B1+ Intermediate</b> Student's Book <b>Macmillan Education</b> (hueber.de) <ul style="list-style-type: none"><li>• 2013</li><li>• <b>ISBN-13: 978-3193329172</b></li></ul> <b>Bitte KAUFEN Sie sich das Buch rechtzeitig vor Kursbeginn!</b>

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

Zuordnung zum Studiengang
Bachelor Internat. Marketing 805 (2017)

Vorgesehenes Studiensemester	Dauer des Moduls	Modultyp	ECTS
3. Semester	1	Pflichtfach	55.00

Empfohlene Voraussetzungen
/

Voraussetzungen laut Prüfungsordnung
/

Zugehörige Lehrveranstaltungen:

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

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



Modulname		Modulcode	
301 Marketing I		301	
<b>Veranstaltungsname</b>		Veranstaltungscode	
<b>Marketing I</b>		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

<b>Lernergebnisse / Kompetenzen (learning outcomes)</b>
<p>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.</p>
<b>Inhalte</b>
<p><b>Inhalte des Moduls:</b> 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.)</p> <p><b>Inhalt:</b> Bedeutung der Marktforschung für das Marketing, Arten der Marktforschung, Fragestellungen der Marktforschung, Marktforschungsprozess, Auswahlverfahren,</p>

Datenmessung, Primär- und Sekundärforschung, Befragung, Beobachtung, Panel, Experiment.
Studien-/Prüfungsleistung
Klausurarbeit (75%) Projektarbeit (25%)
Literatur
<b>Modulteil a: Grundlagen der Marktforschung</b>
<b>Pflicht:</b> Altobelli, C.F.: Marktforschung, aktuelle Auflage; Berekoven, L./Eckert, W./Ellenrieder, P.: Marktforschung, aktuelle Auflage.
<b>Ergänzend:</b> 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.
<b>Modulteil b: Produktentwicklung</b>
<b>Pflicht:</b> 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

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

Zuordnung zum Studiengang
Bachelor Internat. Marketing 805 (2017)

Vorgesehenes Studiensemester	Dauer des Moduls	Modultyp	ECTS
3. Semester	1	Pflichtfach	55.00

Empfohlene Voraussetzungen
/

Voraussetzungen laut Prüfungsordnung
/

Zugehörige Lehrveranstaltungen:

Nr.	Veranstaltungsname	Belegungstyp	SWS	Workload
1.	International Management I	Wahlpflicht	4.00	150 Stunden
<b>Summe (Pflicht und Wahlpflicht)</b>			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><b>Inhalte des Moduls:</b> „Understanding foreign trade“</p> <p><b>Modulteil A: Global Business Environment</b> <b>Rahmenbedingungen internationaler Geschäftstätigkeit</b></p> <p><b>Inhalt:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Relevance and basic concepts of internationalization</li> <li>• Introduction to foreign trade</li> <li>• Institutions of foreign trade and conflict settlement</li> <li>• Basic theories of foreign trade and practical relevance</li> <li>• Export, import and special forms of foreign trade</li> <li>• Legal frameworks and contracting in foreign trade</li> <li>• Foreign trade risk and risk mitigation</li> <li>• Compliance issues in foreign trade</li> </ul> <p><b>Modulteil B: Global Sourcing</b></p> <p><b>Inhalt:</b> 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
<b>303 Externes Rechnungswesen</b>	303
Modulverantwortliche/r	Fachbereich
Bernd von Eitzen	Wirtschaftswissenschaften

Zuordnung zum Studiengang
Bachelor Internat. Marketing 805 (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
<b>Summe (Pflicht und Wahlpflicht)</b>			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



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

Zuordnung zum Studiengang
Bachelor Internat. Marketing 805 (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
<b>Summe (Pflicht und Wahlpflicht)</b>			4.00	

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

Modulname		Modulcode	
304 Interkulturelle Kompetenz		304	
Veranstaltungsname		Veranstaltungscod	
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

<b>Lernergebnisse / Kompetenzen (learning outcomes)</b>
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
<b>Inhalte</b>
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
<b>Studien-/Prüfungsleistung</b>
Präsentation
<b>Literatur</b>
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

<b>Modulname</b>	Modulcode
<b>305 Mikroökonomie</b>	305
Modulverantwortliche/r	Fachbereich
Angelika Krehl	Wirtschaftswissenschaften

<b>Zuordnung zum Studiengang</b>
Bachelor Internat. Marketing 805 (2017)

<b>Vorgesehenes Studiensemester</b>	<b>Dauer des Moduls</b>	<b>Modultyp</b>	<b>ECTS</b>
3. Semester	1	Pflichtfach	55.00

<b>Empfohlene Voraussetzungen</b>
/

<b>Voraussetzungen laut Prüfungsordnung</b>
/

Zugehörige Lehrveranstaltungen:

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

<b>Verwendbarkeit der Veranstaltung</b>
Bachelor Betriebswirtschaft
<b>Stellenwert der Modulnote in der Endnote</b>
(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.
<b>Inhalt:</b>
- 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
<b>Pflicht:</b> 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
<b>Ergänzend:</b> 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
<b>306 Wirtschaftsfranzösisch I</b>	306
Modulverantwortliche/r	Fachbereich
Ilse Bartelt-Korte	Wirtschaftswissenschaften

Zuordnung zum Studiengang
Bachelor Internat. Marketing 805 (2017)

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

Empfohlene Voraussetzungen
/

Voraussetzungen laut Prüfungsordnung
Französischkenntnisse Niveau B 2 des europäischen Referenzrahmens

Zugehörige Lehrveranstaltungen:

Nr.	Veranstaltungsname	Belegungstyp	SWS	Workload
1.	Wirtschaftsfranzösisch I		4.00	150 Stunden
<b>Summe (Pflicht und Wahlpflicht)</b>			4.00	

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

Modulname		Modulcode	
306 Wirtschaftsfranzösisch I		306	
Veranstaltungsname		Veranstaltungscod	
Wirtschaftsfranzösisch I		IMB 306	
Lehrende/r	Fachbereich	Lehreinheit	Belegungstyp (P/WP/W)
	Wirtschaftswissenschaften		

Vorgesehenes Studiensemester	Angebotshäufigkeit	Sprache	Gruppengröße
. Semester	nur im Sommersemester		Personen

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

<b>Lernergebnisse / Kompetenzen (learning outcomes)</b>
Kommunikative Kompetenz in der allgemeinen französischen Sprache; grundlegende Kommunikationsfähigkeit (mündlich und schriftlich) in der französischen Wirtschaftsfachsprache (Niveau B2 des europäischen Referenzrahmens); Text- und Hörverständnis; Interpretationskompetenz interkulturelle Kompetenz
<b>Inhalte</b>
Inhalte des Moduls: Grundlagen der französischen Wirtschaftsfachsprache anhand folgender Themen: Arbeitswelt Typische Situationen im Berufsleben Branchenbeispiele Aktuelles aus Wirtschaft und Politik (Presse, TV-Nachrichten) Grundlagen und aktuelle Aspekte der französischen Landeskunde und weiterer frankophoner Länder sprachpraktische Übungen (Grammatik, Hörverständnistraining, mündliche und schriftliche Sprachkompetenz) Inhalt: Grundlagen der französischen Wirtschaftsfachsprache anhand folgender Themen: Arbeitswelt Typische Situationen im Berufsleben Branchenbeispiele Aktuelles aus Wirtschaft und Politik (Presse, TV-Nachrichten) Grundlagen und aktuelle Aspekte der französischen Landeskunde und weiterer frankophoner Länder, sprachpraktische Übungen (Grammatik, Hörverständnistraining, mündliche und schriftliche Sprachkompetenz)
<b>Studien-/Prüfungsleistung</b>
- Hausarbeit (Gewichtung 50%) - Klausur (Gewichtung 40%) - Hausaufgaben (Gewichtung 10%)
<b>Literatur</b>
Pflicht : Bartelt-Korte, I. B. : Thematische Dossiers, aktuelle Auflage Ergänzend: Französische Tagespresse (Le Monde, Le Figaro, Les Echos) Sprachzeitschriften:



"Ecoule", "Revue de la presse" Belouze-Krüger, M. et al. : Découverte de la France économique, aktuelle Auflage Gillmann, B./Verrel, M.: Thematischer Wirtschaftswortschatz Französisch, aktuelle Auflage Mitchell, M.: Pour parler affaires, aktuelle Auflage Fischer, W./Renaud, G.: Grundwissen Landeskunde La France, aktuelle Auflage Laudut, N.: Große Lerngrammatik Französisch, aktuelle Auflage Laudut, N./Patte-Möllmann, C.: Großes Übungsbuch Französisch, aktuelle Auflage

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

Zuordnung zum Studiengang
Bachelor Internat. Marketing 805 (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
<b>Summe (Pflicht und Wahlpflicht)</b>			4.00	

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

Modulname		Modulcode	
307 Wissenschaftliches Arbeiten		307	
<b>Veranstaltungsname</b>		Veranstaltungscod	
<b>Wissenschaftliches Arbeiten</b>		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

<b>Lernergebnisse / Kompetenzen (learning outcomes)</b>
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.
<b>Inhalte</b>
<b>Inhalte des Moduls:</b> Überblick über Verfahren und Hilfsmittel zur Erstellung einer wissenschaftlichen Arbeit.
<b>Inhalt:</b> Erstellung von wissenschaftlichen Arbeiten (Themenfindung, Literaturrecherche, Aufbau, Ausdruck) Überblick über Zitationsstile und -regeln
<b>Studien-/Prüfungsleistung</b>
Hausarbeit
<b>Literatur</b>
<b>Pflicht:</b> Berger-Grabner, D.: Wissenschaftliches Arbeiten in den Wirtschafts- und Sozialwissenschaften. Hilfreiche Tipps und praktische Beispiele, aktuelle Auflage Theissen, M. R.: Wissenschaftliches Arbeiten, aktuelle Auflage
<b>Ergänzend:</b>

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

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

<b>Zuordnung zum Studiengang</b>
Bachelor Internat. Marketing 805 (2017)

<b>Vorgesehenes Studiensemester</b>	<b>Dauer des Moduls</b>	<b>Modultyp</b>	<b>ECTS</b>
4. Semester	1	Pflichtfach	5.00

<b>Empfohlene Voraussetzungen</b>
/

<b>Voraussetzungen laut Prüfungsordnung</b>
/

Zugehörige Lehrveranstaltungen:

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

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

Modulname		Modulcode	
401 Marketing II		401	
<b>Veranstaltungsname</b>		Veranstaltungscode	
<b>Marketing II</b>		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

<b>Lernergebnisse / Kompetenzen (learning outcomes)</b>
<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>
<b>Inhalte</b>
<p><b>Inhalte des Moduls:</b></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><b>Modulteil a: Marketing-Distribution</b></p> <p><b>Inhalt:</b></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

<b>Modulname</b>	Modulcode
<b>402 International Management II</b>	402
Modulverantwortliche/r	Fachbereich
Christian Winnewisser	Wirtschaftswissenschaften

Zuordnung zum Studiengang
Bachelor Internat. Marketing 805 (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 Management II	Wahlpflicht	4.00	150 Stunden
<b>Summe (Pflicht und Wahlpflicht)</b>			4.00	

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



Modulname		Modulcode	
402 International Management II		402	
<b>Veranstaltungsname</b>		Veranstaltungscod	
<b>International Management II</b>		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

<b>Lernergebnisse / Kompetenzen (learning outcomes)</b>
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.
<b>Inhalte</b>
<b>Inhalte des Moduls:</b> „International Enterprises“
<b>Inhalt:</b> 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
<b>Studien-/Prüfungsleistung</b>
Hausarbeit inkl. Präsentation
<b>Literatur</b>
<b>Pflicht:</b> Umfangreiches Skript (in englischer Sprache)
<b>Ergänzend:</b> 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

<b>Modulname</b>	Modulcode
<b>403 Makroökonomie</b>	403
Modulverantwortliche/r	Fachbereich
Martin Wenke	Wirtschaftswissenschaften

Zuordnung zum Studiengang
Bachelor Internat. Marketing 805 (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
<b>Summe (Pflicht und Wahlpflicht)</b>			4.00	

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

Modulname		Modulcode	
403 Makroökonomie		403	
<b>Veranstaltungsname</b>		Veranstaltungscod	
<b>Makroökonomie</b>		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

<b>Lehrform</b>
seminaristische Lehrveranstaltung
<b>Lernergebnisse / Kompetenzen (learning outcomes)</b>
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
<b>Inhalte</b>
<p><b>Inhalte des Moduls:</b>  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><b>Inhalt:</b>  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
<b>Pflicht:</b> 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
<b>Ergänzend:</b> 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
<b>404 Deutsch-Französ. Diskurse</b>	404
Modulverantwortliche/r	Fachbereich
Bernard Vogl	Wirtschaftswissenschaften

Zuordnung zum Studiengang
Bachelor Internat. Marketing 805 (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.	Deutsch-französische Diskurse zur Wirtschaftspolitik		4.00	150 Stunden
<b>Summe (Pflicht und Wahlpflicht)</b>			4.00	

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
<b>405 Wirtschaftsfranzösisch II</b>	405
Modulverantwortliche/r	Fachbereich
Ilse Bartelt-Korte	Wirtschaftswissenschaften

Zuordnung zum Studiengang
Bachelor Internat. Marketing 805 (2017)

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

Empfohlene Voraussetzungen
/

Voraussetzungen laut Prüfungsordnung
Wirtschaftsfranzösisch I bestanden

Zugehörige Lehrveranstaltungen:

Nr.	Veranstaltungsname	Belegungstyp	SWS	Workload
1.	Wirtschaftsfranzösisch II		4.00	150 Stunden
<b>Summe (Pflicht und Wahlpflicht)</b>			4.00	

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

Modulname		Modulcode	
405 Wirtschaftsfranzösisch II		405	
Veranstaltungsname		Veranstaltungscod	
Wirtschaftsfranzösisch II		IMB 405	
Lehrende/r	Fachbereich	Lehreinheit	Belegungstyp (P/WP/W)
	Wirtschaftswissenschaften		

Vorgesehenes Studiensemester	Angebotshäufigkeit	Sprache	Gruppengröße
. Semester	nur im Sommersemester		Personen

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

<b>Lernergebnisse / Kompetenzen (learning outcomes)</b>
Die Studierenden -vertiefen ihre Grammatikkenntnisse der französischen Sprache und erweitern ihre mündliche Ausdrucksfähigkeit -erlangen das Niveau C1 in der französischen Allgemeinsprache und sind in der Lage, das Studium an der französischen Partnerhochschule sprachlich zu bewältigen -erwerben einen umfangreichen wirtschaftsspezifischen und berufsbezogenen Wortschatz und können zu diversen Themen adäquat mündlich wie schriftlich kommunizieren (Sprachniveau B2-C1 bezogen auf die Wirtschaftsfachsprache) Die Studierenden -erlangen ein verbessertes Text- und Hörverständnis und vertiefen ihre Interpretationskompetenz - erwerben eine interkulturelle Kompetenz, die sie zum Studium sowie zur Arbeit im frankophonen Ausland befähigt - verbessern/verfeinern ihre Präsentationsfähigkeit in der Zielsprache
<b>Inhalte</b>
Inhalte des Moduls: - Unternehmensorganisation und -funktionen - Aktuelle Informationen zu französischen/frankophonen Unternehmen - Deutsch-französische Beziehungen - Interkulturelle Kommunikation - Marketing - Handelskorrespondenz - EU - Landeskunde (Frankreich, frankophone Länder) - sprachpraktische Übungen (Grammatik, Hörverständnisübungen, schriftliche Ausdrucksformen) Inhalt: - Unternehmensorganisation und -funktionen -Aktuelle Informationen zu französischen/frankophonen Unternehmen -Deutsch-französische Beziehungen -Interkulturelle Kommunikation -Marketing -Handelskorrespondenz -EU -Landeskunde (Frankreich, frankophone Länder) -sprachpraktische Übungen (Grammatik, Hörverständnisübungen, schriftliche Ausdrucksformen)
<b>Studien-/Prüfungsleistung</b>
Präsentation im Semesterverlauf (30% Anteil an der Gesamtprüfung) sowie schriftliche Klausurarbeit (70% Anteil an der Gesamtprüfung)

### Literatur

Pflicht : Bartelt-Korte, I. B. : Thematische Dossiers, aktuelle Auflage Ergänzend:  
Gillmann, B./Verrel, M.: Thematischer Wirtschaftswortschatz Französisch, Klett, aktuelle Auflage  
Laudut, N.: Große Lerngrammatik Französisch, Hueber Verlag, aktuelle Auflage  
Laudut, N./Patte-Möllmann, C.: Großes Übungsbuch Französisch, Hueber Verlag, aktuelle Auflage  
Schwarz-Frömel, G./Schnidthaler, D.: Französische Grammatik für die Wirtschaftskommunikation, aktuelle Auflage

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

Zuordnung zum Studiengang
Bachelor Internat. Marketing 805 (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
<b>Summe (Pflicht und Wahlpflicht)</b>			4.00	

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

Modulname		Modulcode	
406 International Marketing		406	
<b>Veranstaltungsname</b>		Veranstaltungscode	
<b>International Marketing</b>		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

<b>Lernergebnisse / Kompetenzen (learning outcomes)</b>
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.
<b>Inhalte</b>
<b>Inhalte des Moduls:</b> Marketing im internationalen Kontext
<b>Studien-/Prüfungsleistung</b>
<b>Projektarbeit</b>
<b>Literatur</b>
<b>Pflicht:</b> · 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
<b>Ergänzend:</b> · 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

<b>Modulname</b>	Modulcode
<b>501/601 Studium an der französischen Partnerhochschule</b>	501
Modulverantwortliche/r	Fachbereich
	Wirtschaftswissenschaften

<b>Zuordnung zum Studiengang</b>
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

<b>Empfohlene Voraussetzungen</b>
/

<b>Voraussetzungen laut Prüfungsordnung</b>
105 cp zum Ende des vierten Semesters bzw. 75 cp zum Ende des 3. Semesters

Zugehörige Lehrveranstaltungen:

Nr.	Veranstaltungsname	Belegungstyp	SWS	Workload
<b>Summe (Pflicht und Wahlpflicht)</b>			.	

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

