

Modulhandbuch Bachelor-Studiengang

„International Management“

**Fachhochschule Gelsenkirchen
Standort Bocholt**

Fachbereich Wirtschaft



Inhaltsübersicht

1	KURZBESCHREIBUNG DES STUDIENGANGES	3
1.1	Qualifikationsziele und Leitidee.....	3
1.2	Curriculum	4
2	PFLICHTMODULE	7
2.1	Allgemeine BWL und Marketing.....	7
2.2	Wirtschaftsmathematik.....	9
2.3	Externes Rechnungswesen	10
2.4	Arbeits- und Lerntechniken	11
2.5	Grundlagen der Volkswirtschaftslehre.....	12
2.6	Wirtschaftsenglisch I und II	13
2.7	Investition und Finanzierung	14
2.8	Grundlagen der Wirtschaftsinformatik	15
2.9	Internes Rechnungswesen	16
2.10	Berufsfeld International	18
2.11	Personal und Organisation	19
2.12	Statistik	20
2.13	Deutsches und internationales Wirtschaftsrecht.....	21
2.14	Makroökonomik	22
2.15	Management.....	23
2.16	International Sales	24
2.17	International Marketing	25
2.18	International Economics.....	26
2.19	International Management	27
2.20	Intercultural Management	28
2.21	Global Markets.....	30
3	WAHLPFLICHTMODULE	31
3.1	Fachsprache I und II	31
3.2	International Project.....	32
3.3	Praxisphase.....	33
3.4	Seminar	34
3.5	Thesis.....	35

1 Kurzbeschreibung des Studienganges

1.1 Qualifikationsziele und Leitidee

Der Studiengang ist ein allgemein bildendes und berufsqualifizierendes Angebot. Die **erste Studienphase** vom ersten bis zum dritten Semester vermittelt in weitgehender inhaltlicher Überdeckung mit dem Studiengang Wirtschaft **grundlegende Kenntnisse** über betriebs- und volkswirtschaftliche Zusammenhänge sowie elementare Methoden und Instrumente zur betrieblichen Entscheidungsfindung. Gefördert werden hier vor allem das **analytische Verständnis** und **Abstraktionsvermögen**. Neben den Grundlagenfächern der Betriebs- und Volkswirtschaftslehre dienen dazu die Fächer Mathematik und Statistik. Im Vordergrund steht die Vermittlung **instrumentaler** und **systemischer Kompetenzen**. Leitgedanke ist, dass für das Studium des International Management eine **fundierte betriebswirtschaftlich - ökonomische Grundausbildung** essentiell ist. Bereits in der **ersten Studienphase** ist die **internationale Ausrichtung** curricular integriert. Die Veranstaltung zur Berufsfeldorientierung ist ebenso auf die speziellen Belange der Studierenden des International Management zugeschnitten wie das Modul „Deutsches und Internationales Wirtschaftsrecht“. Zwei Module in Wirtschaftsenglisch sind obligatorisch. Ergänzt wird die **Studieneingangsphase** durch das unbenotete Modul „Lern- und Arbeitstechniken“. Ziel ist hierbei, bereits zu Beginn des Studiums **kommunikative Kompetenzen** zu fördern und gruppendedynamische Prozesse (Arbeit in Kleingruppen, Arbeitsgruppen, kleinere Projekte) zu initiieren.

Auf Basis der betriebswirtschaftlichen Grundqualifikation wird in der zweiten Studienphase der **internationale Anspruch** realisiert. Die auf Fragestellungen des internationalen Marketing bzw. Managements abstellenden Module werden in **Englisch** gelesen. Die Veranstaltungsform ist überwiegend **seminaristische Gruppenarbeit**. Dabei steht der **interkulturelle Austausch** mit ausländischen Studierenden im Vordergrund. Im 4. Semester stoßen die ausländischen Studierenden aus den Partnerhochschulen zu den deutschen Studierenden hinzu. Die Veranstaltungen sind international besetzt. Gastdozenten von den Partnerhochschulen werden regelmäßig im Sinne eines Co-Teaching integriert. Das Curriculum wird durch einen jährlich durchgeführten **Internationalen Workshop** erweitert. Die Studierenden verbringen i. d. R. das 5. Studiensemester an einer der ausländischen Partnerhochschulen oder einer Hochschule ihrer Wahl.

Ziel des Studienganges ist es, Managementnachwuchs im Bereich des **internationalen Marketings** auszubilden sowie auf **Führungsaufgaben im internationalen Kontext** vorzubereiten. Die Absolventinnen und Absolventen des Studienganges sollen in der Lage sein, international orientierte Managementaufgaben erfolgreich auszuführen.

Die Absolventinnen und Absolventen zeichnen sich durch **analytisches Verständnis** und Abstraktionsvermögen aus. Ihre Fachkenntnisse erlauben es ihnen, in komplexen Zusammenhängen zu denken und sich Know-how eigenständig zu erschließen. Neben **Fach-** und

Methodenkompetenz im betriebs- und volkswirtschaftlichen Umfeld vermittelt das Studium **übergreifende Sachkompetenzen** (fachsprachliche Kenntnisse, betriebliche Datenverarbeitung). Bereits im ersten Semester werden **Selbstkompetenzen** wie Arbeitstechniken, Selbstmanagement oder Selbstlernfähigkeit in einem gesonderten Modul aufgegriffen und eingeübt. Das Erlernen **sozialer Kompetenzen** wie Kommunikationsfähigkeit oder Teamfähigkeit erfolgt durch die Bearbeitung praxisorientierter Problemstellungen „modulbegleitend“ im gesamten Studium. Darüber hinaus erwerben die Studierenden durch die internationale Durchmischung der Veranstaltungen im 4. Studiensemester sowie den obligatorischen Auslandsaufenthalt im 5. Semester ein hohes Maß an **interkultureller Kompetenz**.

Mit diesem **Kompetenzprofil** wird eine zunehmende Nachfrage am Arbeitsmarkt bedient. Sowohl auf dem europäischen Binnenmarkt als auch im globalen Wettbewerb agieren selbst kleinere und mittlere Unternehmen zunehmend auf internationalen Beschaffungs- und Absatzmärkten.

1.2 Curriculum

Pro Semester sind **30 Credits** (CP) zu erwerben - über sechs Semester sind dies somit 180 Credits während 106 Semesterwochenstunden.

In den **Grundlagenfächern** stehen Vorlesungselemente und praktische Übungen gleichberechtigt nebeneinander. Die Grundlagenmodule erstrecken sich über die ersten drei Studiensemester. Ziel ist die **Vermittlung wirtschaftswissenschaftlicher Grundlagen** in den Bereichen Betriebswirtschaftslehre, Rechnungswesen, Volkswirtschaftslehre, Wirtschaftsrecht, Wirtschaftsinformatik sowie Wirtschaftsmathematik und -statistik. Der Modulzuschnitt ist so ausgelegt, dass – mit Ausnahme des Moduls „Mikroökonomik und Einführung in die VWL“ – sich ein Modul **nur über ein Semester** erstreckt. In der Mehrzahl der Fälle wird es von **einem Dozenten** verantwortet. Diese klare Struktur gewährleistet eine **gute Studierbarkeit**.

Die **zweite Studienphase** wird komplett in Englisch durchgeführt. Es treten verstärkt internationale Fallstudien neben traditionelle Lehrformen. Dies trägt der hohen Bedeutung der **handlungsorientierten Lehrmethodik** Rechnung. Ziel ist, der zunehmenden Nachfrage nach Handlungs- bzw. Lösungskompetenz gerecht zu werden. Die Studierenden sollen den Lehrstoff anhand selbst zu entwickelnder Lösungsansätze begreifen und sich gleichzeitig in **kreativen Denkprozessen** einüben. Dies schlägt sich im Curriculum u. a. dadurch nieder, dass das Verhältnis von Präsenzzeit zu Selbstlernzeit **zugunsten der Selbstlernzeit** erhöht wird (d. h. dieselbe Präsenzzeit von 4 SWS führt im Vergleich zu Veranstaltungen im ersten Studienabschnitt zu höheren Credits). Die Studierenden verbessern sukzessive ihre Sozialkompetenzen (z.B. Kommunikationsfähigkeit, Teamfähigkeit etc.) durch zunehmend komplexere Aufgabenstellungen, die sie in **Teamlösungsprozessen** bewältigen

Das **inhaltliche Profil** des Studienganges International Management konzentriert sich auf die **Kompetenzfelder „internationales Marketing“** bzw. „**Aspekte der internationalen**

Unternehmensführung“. Hinzu treten volkswirtschaftliche Aspekte – Modul „International Economics“ – sowie vertiefende Analysen des Außenhandels und der internationalen Kapitalmärkte – Modul „Global Markets“. Diese Kompetenzfelder sind sehr gut für die **Einbindung internationaler Studierender** geeignet. Um den **Austausch mit den Partnerhochschulen** und die **Anerkennung** von Auslandssemestern möglichst einfach zu gestalten, sind diese Inhalte, die i. d. R. auch im Ausland am Ende des zweiten oder am Anfang des dritten Studienjahres auf der Agenda stehen.

Das Abschlusssemester beginnt mit der **12 - wöchigen Praxisphase** im Unternehmen. Diese wird durch eine seminaristische Veranstaltung begleitet, in der die Studierenden ihre Praxisphase reflektieren und wesentliche Erkenntnisse präsentieren. Im Anschluss daran wird die **Bachelor-Thesis** verfasst. Leitgedanke ist, dass durch die zeitliche Verknüpfung von Praxisphase und Bachelor-Thesis im sechsten Semester den Studierenden die Möglichkeit gegeben wird, auch längerfristig in einem Unternehmen zu wirken und ihre **Berufs- und Arbeitsmarktfähigkeit** signifikant zu verbessern. Darüber hinaus besteht die Möglichkeit, im Anschluss an das im 5. Semester durchzuführende Auslandsstudium die Praxisphase und die Bachelor-Thesis im Ausland zu erbringen. Der Studienverlaufsplan ist in der nachfolgenden Übersicht dargestellt:

Semester	Modulinhalte										Summe		Anz. Prüf	
6. Sem.	PRAXISPHASE				SEMINAR		THESIS							
			15		2	3			12		2	30	1	
5. Sem.	Internat. Management		Intercultural Management		Global Markets		International Project							
	4	7	4	7	4	6	4	10					16	30
4. Sem.	Management		International Sales		International Marketing				International Economics		WPF Fachsprache II			
	4	7	4	6	4	6			4	6	4	5	20	30
3. Sem.	Personal & Organisation		Statistik				Deutsches und Internationales Wirtschaftsrecht		Makroökonomik		WPF Fachsprache I			
	4	7	6	8			4	5	4	5	4	5	22	30
2. Sem.	Investition & Finanzierung		Wirtschaftsinformatik		Internes Rechnungswesen		Berufsfeld International		Mikroökonomik		Wirtschafts-Englisch II			
	4	5	4	7	4	5	2	3	4	5	4	5	22	30
1. Sem.	Allgemeine BWL & Marketing		Wirtschaftsmathematik		Externes Rechnungswesen		Arbeits- & Lerntechniken		Einführung in die VWL		Wirtschafts-Englisch I			
	6	8	6	8	4	5	2	2	2	2	4	5	24	30

Legende:

Allgemeine BWL 68	Modulname SWSCredits		Wahl(pflicht)fach
	Kernfächer, identisch zu Wirtschaft		Unbenotetes Modul
	Veranstaltungen in Englisch		

Abb. 1: Studienverlaufsplan Studiengang International Management

Die Studierenden absolvieren an einer der Partnerhochschulen oder einer akkreditierten ausländischen Hochschule ihrer Wahl im 5. Studiensemester Lehrveranstaltungen im Umfang von 30 Credits. Der Regelfall ist, dass sie das vierte Semester gemeinsam mit den ausländischen Studierenden in Bocholt studieren und anschließend ein Studiensemester und ggf. optional die Praxisphase / Bachelorthesis im Ausland erbringen. Optional ist auch ein Auslandsaufenthalt im 4. Semester erlaubt. Zudem können ausländische Studierende im 5. Semester das englischsprachige Studienangebot wahrnehmen. Die im Ausland erfolgreich absolvierten Studienleistungen werden bei Vorliegen der prüfungsrechtlichen Voraussetzungen (d. h. entsprechende Workload und Veranstaltungsniveau) anerkannt.

Der Bachelor-Studiengang wird durch ein **Netzwerk internationaler** Partner ermöglicht. Der Bocholter Fachbereich Wirtschaft hat in enger Abstimmung mit dem akademischen Auslandsamt in den vergangenen Jahren ein solches Netzwerk mit geeigneten Hochschulen gegründet und sukzessive ausgebaut.

Nachfolgend werden die einzelnen Module hinsichtlich Inhalte, Lehrformen und Umfang detailliert. Die Modulnummern entsprechen den Prüfungsnummern in dem hochschulweiten Prüfungssystem.

2 Pflichtmodule

2.1 Allgemeine BWL und Marketing

Allgemeine BWL & Marketing					
Modulnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebotes	Dauer
	240 h	8 CP	1. Sem.	Jährlich (WS)	1 Sem.
Lehrveranstaltungen • Einführung in die allgemeine Betriebswirtschafts- und Managementlehre • Grundlagen des Marketing		Kontaktzeit 4 SWS / 72 h 2 SWS / 36 h	Selbststudium 132 h	Gepl. Gruppengröße 80 - 120	
Lernergebnisse / Kompetenzen:					
▪ Die Studierenden kennen die theoretischen und praktischen Grundlagen der allgemeinen Betriebswirtschaftslehre und des Marketing im speziellen. ▪ Sie verstehen die Relevanz dieser Inhalte für ein verantwortungsvolles Management. ▪ Sie können diese Erkenntnisse auf praktische Managementsituationen anwenden. ▪ Sie sind in der Lage, einfache Managementsituationen daraufhin zu analysieren, kenntnisreich zu bewerten und adäquat zu gestalten. ▪ Sie kennen den Marketing-Mix und sind in der Lage diesen in der Praxis einzusetzen. ▪ Die Studierenden planen, implementieren und kontrollieren Entscheidungen im Marketing.					
Inhalte:					
▪ Grundbegriffe der Betriebswirtschaftslehre ▪ Rechtliche Grundlagen der Geschäftstätigkeit ▪ Unternehmensführung ▪ Beschaffung und Qualität ▪ Produktionswirtschaft ▪ Prozessmanagement ▪ Vermarktung ▪ Personalwirtschaft ▪ Organisationswirtschaft ▪ Finanzierung und Investition ▪ Internes Rechnungswesen ▪ Externes Rechnungswesen ▪ Controlling ▪ Wachstum der Unternehmensaktivitäten ▪ Internationalisierung der Unternehmung ▪ Krisen in der Unternehmensentwicklung ▪ Grundformen des Marketing ▪ Instrumente der Produktpolitik, Kommunikationspolitik, Distributionspolitik und Preispolitik ▪ Planung, Implementierung und Kontrolle von Marketingentscheidungen					
Lehrformen:					
Vorlesung, Übung					
Teilnahmevoraussetzungen:					
keine					
Prüfungsformen:					
Klausur					
Voraussetzung für die Vergabe von Kreditpunkten:					
Bestandene Prüfungsleistung					
Stellenwert der Note in der Endnote:					
8/169					
Modulbeauftragter und hauptamtlich Lehrende:					
Prof. Pepels, N.N. (Nachfolge Prof. Dr. Leise)					

Sonstige Informationen:

Bea, Franz Xaver/Schweitzer, Marcel (Hrsg.): Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, 3 Bände, 10. Aufl., Stuttgart 2009 (UTB-Verlag); Bea, Franz Xaver/Helm, Roland/Schweitzer, Marcel: BWL-Lexikon, Stuttgart 2009 (UTB-Verlag); Beschorner, Dieter/Peemöller, Volker H.: Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, 10. Aufl., Herne 2006 (NWB-Verlag); Dillerup, Ralf/Stoi, Roman: Unternehmensführung, 2. Auflage, München 2006 (Vahlen-Verlag); Hopfenbeck, Waldemar: Allgemeine Betriebswirtschafts- und Managementlehre, 10. Aufl., Landsberg 1999 (Verlag Moderne Industrie); Hutzschenreuter, Thomas: Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, 3. Auflage, Wiesbaden 2009 (Gabler-Verlag); Jung, Hans: Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, 10. Aufl., München 2009 (Oldenbourg-Verlag); Oehlrich, Marcus: Betriebswirtschaftslehre, München 2009 (Vahlen-Verlag); Olfert, Klaus/Rahn, Horst-Joachim: Einführung in die Betriebswirtschaftslehre, 9. Aufl., Ludwigshafen 2008 (Kiehl-Verlag); Olfert, Klaus/Rahn, Horst-Joachim: Lexikon der Betriebswirtschaftslehre, 5. Auflage, Ludwigshafen 2008 (Kiehl-Verlag); Pepels, Werner (Hrsg.): ABWL - Eine Praxis orientierte Einführung in die moderne Betriebswirtschaftslehre, 4. Auflage, Stuttgart 2010 (UTB-Verlag); Pepels, Werner (Hrsg.): BWL im Nebenfach, 2. Auflage, München 2009 (NWB-Verlag); Schaufenbühl, Karl/Hugentobler, Walter/Blattner, Matthias (Hrsg.): Betriebswirtschaftslehre für Bachelor, Zürich 2007 (Vahlen-Verlag); Schierenbeck, Henner/Wöhle, Claudia B.: Grundzüge der Betriebswirtschaftslehre, 17. Auflage, München 2008 (Oldenbourg-Verlag); Schmalen, Helmut/Pechtl, Hans-Joachim: Grundlagen und Probleme der Betriebswirtschaft, 13. Auflage, Stuttgart 2006 (Schäffer-Poeschel-Verlag); Schneck, Ottmar: Lexikon der Betriebswirtschaftslehre, 7. Auflage, München 2007 (dtv-Verlag); Thommen, Jean-Paul/Achleitner, Ann-Kristin: Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, 5. Auflage, Wiesbaden 2006 (Gabler-Verlag); Vahs, Dietmar/Schäfer-Kunz, Jan: Einführung in die Betriebswirtschaftslehre, Stuttgart 2007 (Schäffer-Poeschel); Wöhe, Günter/Döring, Ulrich: Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, 13. Auflage, München 2008 (Vahlen-Verlag); Becker, Jochen: Marketing-Konzeption, 9. Aufl., München, 2009; Bruhn, Manfred: Marketing, 10. Aufl., Wiesbaden, 2010; Kotler, Philip; Armstrong, Gary; Saunders, John; u.a.: Grundlagen des Marketing, 5. Aufl., München, 2010; Meffert, Heribert; Burmann, Christoph; Kirchgeorg, Manfred: Marketing - Grundlagen der marktorientierten Unternehmensführung, 10. Aufl., Wiesbaden, 2007; Nieschlag, Robert; Dichtl, Erwin; Hörschgen, Hans: Marketing, 19. Aufl., München, 2002; Pepels, Werner: Handbuch des Marketing, 5. Aufl., München, 2009

2.2 Wirtschaftsmathematik

Wirtschaftsmathematik					
Modulnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebotes	Dauer
	240 h	8 CP	1. Sem.	Jährlich (WS)	1 Sem.
Lehrveranstaltungen		Kontaktzeit	Selbststudium	Gepl. Gruppengröße	
Wirtschaftsmathematik		6 SWS / 108 h	132 h	V.: 80 – 120	
Vorlesung / Übung				Ü.: ca. 40	
Lernergebnisse / Kompetenzen:					
- Die Studierenden erwerben Grundkenntnisse der mathematischen Fachsprache und die Fähigkeit zur Diskussion von Funktionen. - Sie können mit wichtigen mathematisch definierten Begriffen der Wirtschaftswissenschaften umgehen. - Sie sind mit der Matrizenrechnung vertraut und können sie zur Behandlung wirtschaftswissenschaftlicher Fragestellungen einsetzen. - Sie verstehen und beherrschen die Standard-Algorithmen zur Lösung linearer Gleichungssysteme und linearer Optimierungsprobleme. - Die Studenten kennen und beherrschen grundlegende Methoden zur Auswahl zwischen verschiedenen Investitions- oder Finanzierungsalternativen. - Sie können Tilgungspläne aufstellen, Renten- sowie Kurs- und Effektivzinsberechnungen durchführen.					
Inhalte:					
- Mengenlehre und Aussagenlogik - Elementare Funktionen - Differentialrechnung für Funktionen einer Variablen - Funktionen mit zwei Variablen - Grundzüge der Integralrechnung - Matrizenrechnung und Anwendungen - Lineare Gleichungssysteme - Lineare Optimierung - Zinsrechnung und ihre Anwendung zur Beurteilung von Investitionen und Finanzierungen - Renten- und Tilgungsrechnung					
Lehrformen:					
Vorlesung mit Übungsanteilen					
Teilnahmevoraussetzungen:					
Keine					
Prüfungsformen:					
Schriftliche oder mündliche Prüfung					
Voraussetzung für die Vergabe von Kreditpunkten:					
Bestandene Prüfungsleistung					
Stellenwert der Note in der Endnote:					
8/169					
Modulbeauftragter und hauptamtlich Lehrende:					
Prof. Dr. Thiel, Prof. Dr. Christof					
Sonstige Informationen:					
Hettich, G. et al. (2009): Mathematik für Wirtschaftswissenschaftler und Finanzmathematik, 10. Aufl., Oldenbourg ; Sydsaeter, K.; Hammond, P.J. (2009): Mathematik für Wirtschaftswissenschaftler, 3. Aufl., Pearson Studium ; Tietze, J. (2010): Einführung in die angewandte Wirtschaftsmathematik, 15. Aufl., Vieweg & Teubner ; Tietze, J. (2010): Einführung in die Finanzmathematik, 10. Aufl., Vieweg & Teubner.					

2.3 Externes Rechnungswesen

Externes Rechnungswesen (Buchführung und Bilanzen)					
Modulnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebotes	Dauer
	150 h	5 CP	1. Sem.	Jährlich (WS)	1 Sem.
Lehrveranstaltungen		Kontaktzeit	Selbststudium	Gepl. Gruppengröße	
Buchführung		2 SWS / 36 h	39 h	80 - 120	
Bilanzen		2 SWS / 36 h	39 h		
Lernergebnisse / Kompetenzen:					
Studierende, die dieses Modul studierenden, können nach handelsrechtlichen Vorschriften buchen und bilanzieren.					
Inhalte:					
Buchführung:					
- Die Finanzbuchführung als Grundlage des betrieblichen Rechnungswesens (Begriffe und Teilbereiche des Betrieblichen Rechnungswesens, Rechtliche Grundlagen der Finanzbuchführung, Inventur und Inventar, Bilanz, Bilanzänderung durch Geschäftsvorfälle, Konto, Buchung, Buchungssatz, Eröffnungsbilanz und Eröffnungsbilanzkonto, Schlussbilanz und Schlussbilanzkonto, Eigenkapitalkonto, Erfolgskonten, Privatkonten, Gemischte Konten - Verbuchung von Geschäftsvorfällen des laufenden Geschäftsbetriebs (Verbuchung der Umsatzsteuer, des Warenverkehrs, der Erlöskorrekturen, des Personalaufwands und des Zahlungsverkehrs) - Vorbereitung des Jahresabschlusses, Abschlussübersicht und Erfolgsverbuchung bei ausgewählten Rechtsformen (Verbuchung der Abschreibungen, Rückstellungen, Rechnungsabgrenzungsposten, Besonderheiten der Industriebuchführung, Hauptabschlussübersicht, Erfolgsverbuchung bei ausgewählten Rechtsformen)					
Bilanzen					
- Bilanzierung und Bewertung nach HGB (Einzelabschluss) - Ausblick auf die Konzernrechnungslegung nach HGB und auf die Internationale Rechnungslegung nach IAS/IFRS (Vertiefung im 4. Fachsemester)					
Lehrformen:					
Vorlesungen/Übungen					
Teilnahmevoraussetzungen:					
keine					
Prüfungsformen:					
Klausur					
Voraussetzung für die Vergabe von Kreditpunkten:					
Bestandene Prüfungsleistung					
Stellenwert der Note in der Endnote:					
5/169					
Modulbeauftragter und hauptamtlich Lehrende:					
Prof. Dr. Seigel, N.N.(Nachfolge Prof. Dr. Leise), weitere BWL-Professoren					
Sonstige Informationen:					
Bornhofen, M./Bornhofen M.C. Buchführung 1. DATEV-Kontenrahmen 2008, 20. Aufl., Wiesbaden 2008; Döring, U./Buchholz, R., Buchhaltung und Jahresabschluss, 11. Aufl., Berlin 2009; Wöhe, G./Kusmaul, H., Grundzüge der Buchführung und Bilanztechnik, 7. Aufl., München 2010; Buchholz, R., Grundzüge des Jahresabschlusses nach HGB und IFRS, 9. Aufl., München 2010; Coenenberg, A.G./Haller, A./Schultze, W., Jahresabschluss und Jahresabschlussanalyse, 21. Aufl., Stuttgart 2009.					

2.4 Arbeits- und Lerntechniken

Arbeits- und Lerntechniken					
Modulnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebotes	Dauer
	60 h	2 CP	1 Sem.	Jährlich (WS)	1 Semester
Lehrveranstaltungen	Kontaktzeit		Selbststudium	Gepl. Gruppengröße	
Arbeits- und Lerntechniken	2 SWS / 36 h		24 h	80 - 120	
Lernergebnisse / Kompetenzen:					
▪ Zielorientiertes und effizientes Studieren ▪ Kenntnis sozialwissenschaftlicher Forschungsmethodik ▪ Beherrschung der Grundlagen wissenschaftlichen Arbeitens, insbes. die Anwendung von Techniken der Suche, Bewertung, Nutzung und Angabe von Quellen ▪ Wissenschaftliche Sachverhalte schriftlich niederlegen und in mündlicher Form präsentieren können ▪ Stärkung von Schlüsselqualifikationen, insbes. Erwerb von Methodenkompetenz und Kompetenzen in Lern- und Vortragstechniken, organisatorische Kompetenzen, Medien-, Präsentations- und Visualisierungskompetenzen und Teamfähigkeit					
Inhalte:					
▪ Wissenschaftliche Kriterien ▪ Vermittlung von methodischen Ansätzen sozialwissenschaftlicher Forschung ▪ Statistiken interpretieren und hinterfragen ▪ Verfassen eigenständiger wissenschaftlicher Abhandlungen ▪ Wissenschaftliches Recherchieren, Schreiben und Präsentieren ▪ Wissenschaftliche Quellen und Zitieren ▪ Wissenschaft und Ethik ▪ Selbstorganisation und Zeitmanagement ▪ Projektmanagement ▪ Prüfungsvorbereitung					
Lehrformen:					
Vorlesung, Präsentationen und Diskussionen					
Teilnahmevoraussetzungen:					
keine					
Prüfungsformen:					
Präsentation mit Paper; wahlweise Hausarbeit					
Voraussetzung für die Vergabe von Kreditpunkten:					
Regelmäßige Teilnahme, bestandene Prüfungsleistung					
Stellenwert der Note in der Endnote:					
unbenotet					
Modulbeauftragter und hauptamtlich Lehrende:					
Prof. Dr. Schwark					
Sonstige Informationen:					
Basislektüre: H. Balzert u.a., Wissenschaftliches Arbeiten. Witten 2008, V. Nünning, Schlüsselkompetenzen. Stuttgart 2008					

2.5 Grundlagen der Volkswirtschaftslehre

Grundlagen der Volkswirtschaftslehre					
Modulnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebotes	Dauer
	210 h	7 CP	1. / 2. Sem.	Jährlich	2 Sem.
Lehrveranstaltungen		Kontaktzeit	Selbststudium	Gepl. Gruppengröße	
• Einführung in die VWL		2 SWS / 36 h	102 h	V: 80 – 120 Ü.: 40	
• Mikroökonomik		4 SWS / 72 h			
Lernergebnisse / Kompetenzen:					
▪ Die Studierenden verstehen die Grundtatbestände des Wirtschaftens und lernen wichtige wirtschaftspolitische Handlungsfelder kennen. ▪ Sie verstehen das Verhalten der Akteure auf Märkten. ▪ Sie wenden ihre Kenntnisse an, um das Zusammenwirken von Strategien und Ergebnissen auf unterschiedlich strukturierten Märkten zu verstehen und kennen die Grundzüge der Wettbewerbspolitik.					
Inhalte:					
▪ Produktion, Tausch und Arbeitsteilung ▪ Funktionsweise von Märkten ▪ Wirtschaftsordnung und Wirtschaftspolitik ▪ Präferenzen, Preise und Marktnachfrage ▪ Produktion, Kosten und Marktangebot ▪ Märkte bei vollkommener Konkurrenz ▪ Marktmacht, Kundenbindung und Oligopole ▪ Grundzüge der Wettbewerbspolitik					
Lehrformen:					
Vorlesung, seminaristischer Stil, Fallstudien, Übungen					
Teilnahmevoraussetzungen:					
Keine					
Prüfungsformen:					
schriftliche oder mündliche Prüfung					
Voraussetzung für die Vergabe von Kreditpunkten:					
Bestandene Prüfungsleistung					
Stellenwert der Note in der Endnote:					
7/169					
Modulbeauftragter und hauptamtlich Lehrende:					
Prof. Dr. Siebe					
Sonstige Informationen:					
Mankiw, Grundzüge der Volkswirtschaftslehre, 4. Auflage, Stuttgart 2008.					
Bofinger, Grundzüge der Volkswirtschaftslehre, 2. Auflage, Stuttgart 2006.					
Baßeler / Heinrich / Utecht, Grundlagen und Probleme der Volkswirtschaftslehre, 19. Auflage, Stuttgart 2010.					

2.6 Wirtschaftss Englisch I und II

Es handelt sich um zwei unabhängige Module Wirtschaftss Englisch I und II mit jeweils einer Workload von 5 Credits.

Wirtschaftsenglisch I & II					
Modulnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebotes	Dauer
	Je 150 h	je 5 CP	1. / 2. Sem.	Jährlich	2 Sem
Lehrveranstaltungen		Kontaktzeit	Selbststudium	Gepl. Gruppengröße	
Englisch I (1. Sem.)		4 SWS / 72 h	78 h	25	
Englisch II (2. Sem.)		4 SWS / 72 h	78 h		
Lernergebnisse / Kompetenzen:					
▪ berufsorientierte fachsprachliche Diskurs- und Handlungskompetenz unter Einschluss (inter-)kultureller Elemente					
Inhalte:					
▪ <u>Wirtschaftsenglisch I & II:</u>					
○ Fachsprachliche Strukturen aus den Bereichen Wirtschaft und Handel, die medien- und gesellschaftswissenschaftlich thematisiert und behandelt werden;					
○ Anleitung zur selbstständigen Erarbeitung und Präsentation wirtschaftsrelevanter Themen; (z.B. company structure, management, international trade, stocks and shares, marketing, the business cycle).					
Lehrformen:					
Seminaristische Veranstaltung im Präsenzstudium und angeleitetes Selbststudium (ggf. im Multi-Media Sprachlabor)					
Teilnahmevoraussetzungen:					
Studierende mit fortgeschrittenen Englischkenntnissen					
Prüfungsformen:					
Klausur					
Voraussetzung für die Vergabe von Kreditpunkten:					
Bestandene Prüfungsleistung					
Stellenwert der Note in der Endnote:					
Je 5/169					
Modulbeauftragter und hauptamtlich Lehrende:					
Dr. Iking, PD Dr. Berger et al.					
Sonstige Informationen:					
MultiMedia Sprachlabor des Sprachenzentrums					

2.7 Investition und Finanzierung

Investition und Finanzierung					
Modulnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebotes	Dauer
	150 h	5 CP	2. Sem.	Jährlich (SS)	1 Sem.
Lehrveranstaltungen	Kontaktzeit	Selbststudium	Gepl. Gruppengröße		
Investition und Finanzierung	4 SWS / 72 h	78 h	50		
Lernergebnisse / Kompetenzen:					
Upon completion of the course students will have learned that modern finance is organized around three main ideas:					
▪ The time value of money: We value financial assets such as bonds, stocks, and appraise investment projects and corporate strategies using a rigorous framework. ▪ Diversification and risk: These classes establish the trade off between risk and return given by modern portfolio theory. The tools enable students to assess financial risks as well as business risks. ▪ Arbitrage: We demonstrate how shifts in a firm's capital structure can be duplicated by investors.					
Inhalte:					
▪ Introduction to Financial Management ▪ Valuation of Future Cash Flows ▪ Valuing Stocks and Bonds ▪ Capital Budgeting: Net Present Value vs. Internal Rate of Return ▪ Risk and Return ▪ Cost of Capital ▪ Leverage and Capital Structure ▪ Agency Problems					
Lehrformen:					
Lectures and recitation					
Teilnahmevoraussetzungen:					
No prerequisites					
Prüfungsformen:					
Final Exam					
Voraussetzung für die Vergabe von Kreditpunkten:					
Passing grade for the final exam					
Stellenwert der Note in der Endnote:					
5/169					
Modulbeauftragter und hauptamtlich Lehrende:					
Prof. Dr. Burkhard Erke					
Sonstige Informationen:					
REQUIRED TEXT: <i>Essentials of Corporate Finance</i> , 7 th ed, by Ross/Westerfield/Jordan, McGraw-Hill 2010					

2.8 Grundlagen der Wirtschaftsinformatik

Grundlagen der Wirtschaftsinformatik					
Modulnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebotes	Dauer
	210 h	7 CP	2. Sem.	Jährlich (SS)	1 Sem.
Lehrveranstaltungen		Kontaktzeit	Selbststudium	Gepl. Gruppengröße	
Grundlagen der Wirtschaftsinformatik		4 SWS / 72 h	138 h	V: 80 - 120	
- davon Vorlesung		2 SWS / 36 h		Ü: 40	
- davon Übungen		2 SWS / 36 h		(praktische Übungen im PC-Labor)	
Lernergebnisse / Kompetenzen:					
▪ Bedeutung und zukünftige Herausforderungen der Informations- und Kommunikationstechnologie auf betriebswirtschaftliche Prozesse kennenlernen. ▪ Grundlagen der betrieblichen Datenverarbeitung beherrschen und abgegrenzte betriebswirtschaftlicher Entscheidungsprobleme mit Hilfe der individuellen Datenverarbeitung lösen. ▪ Grundkenntnisse über Einsatzpotenziale internetbasierter Informationssysteme erlernen. ▪ Herausforderungen des interkulturellen IT Management und Globalisierungsprozesse verstehen					
Inhalte:					
▪ Bedeutung der Wirtschaftsinformatik. ▪ Komponenten betriebswirtschaftlicher Informationssysteme. ▪ Entwicklung betriebswirtschaftlicher Informationssysteme mit Instrumenten der individuellen Datenverarbeitung. ▪ Einsatz von Endbenutzerwerkzeugen. ▪ Stand und Entwicklungstendenzen von e-Business, unternehmensweite Informations- und Kommunikationssysteme. ▪ Operative und dispositive Informationssysteme. ▪ IT-Trends im internationalen Kontext.					
Lehrformen:					
Vorlesung, Fallbeispiele, praktische Übungen im PC-Labor					
Teilnahmevoraussetzungen:					
keine					
Prüfungsformen:					
Schriftliche Prüfung, Leistungsnachweise, Projektarbeit					
Voraussetzung für die Vergabe von Kreditpunkten:					
Bestandene Prüfungsleistung					
Stellenwert der Note in der Endnote:					
7/169					
Modulbeauftragter und hauptamtlich Lehrende:					
Prof. Dr. Priemer, Prof. Dr. Kruse, Prof. Dr. Pulst					
Sonstige Informationen:					
Hansen, H.R.; Neumann, G.: Wirtschaftsinformatik I: Grundlagen und Anwendungen, 10. Aufl. 2009; Hansen, H.R.; Neumann, G.: Wirtschaftsinformatik II: Informationstechnik, 9. Aufl. 2005; Vorlesungsskriptum.					

2.9 Internes Rechnungswesen

Internes Rechnungswesen (Kosten- und Leistungsrechnung)					
Modulnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebotes	Dauer
	150 h	5 CP	2. Sem.	Jährlich (SS)	1 Sem.
Lehrveranstaltungen		Kontaktzeit	Selbststudium	Gepl. Gruppengröße	
Kosten- und Leistungsrechnung		4 SWS / 72 h	78 h	V: 80 - 120	
- davon Vorlesung		2 SWS / 36 h		Ü: 40	
- davon Übungen		2 SWS / 36 h			
Lernergebnisse / Kompetenzen:					
- Studierende erwerben erste Kenntnisse in der Kosten- und Leistungsrechnung. - Sie sind in der Lage, grundlegende Konzepte im Wertefluss der Kosten- und Leistungsrechnung mit Schwerpunkt auf die Vollkostenrechnung in Übungen zu erstellen und zu analysieren (z.B. innerbetriebliche Leistungsverrechnung, Produktkalkulation) und entwickeln grundlegende Fähigkeiten zu deren problemorientierter Anwendung in parallelen Übungen. - Studierende, die dieses Modul absolviert haben, haben einen ganzheitlichen Überblick über die Konzepte der Kosten- und Leistungsrechnung entlang des Werteflusses und können grundlegende Aufgabenstellungen im Bereich der Kosten- und Leistungsrechnung, analysieren, einordnen und selbständig einer Lösung zuführen.					
Inhalte:					
- Grundlagen und Grundbegriffe des betrieblichen Rechnungswesens - Grundprinzipien und Voraussetzungen für die Kosten- und Leistungsrechnung - Kosten- und Leistungs-/Erlösartenrechnung - Kostenstellen- / Gemeinkostenrechnung - Kosten- und Leistungs-/Erlösträgerrechnung - Kalkulation und kurzfristige Erfolgsrechnung vorrangig im Rahmen der Vollkostenrechnung - Ausblick auf Kostenrechnungssysteme der Teilkostenrechnung - Übungen zu den Grundbegriffen der KLR - Übungen zu den Grundprinzipien der KLR / Kostenerfassung - Übungen zu Kosten- und Leistungsarten - Übungen zu Kostenstellenrechnung insb. BAB - Übungen zu Kostenstellenrechnung – Übergang zur Kostenträgerstückrechnung - Übungen zur Kostenträgerrechnung / Kalkulation					
Lehrformen:					
Vorlesung / Übungen in Gruppen					
Teilnahmevoraussetzungen:					
Keine					
Prüfungsformen:					
Schriftliche Prüfung (Klausur)					
Voraussetzung für die Vergabe von Kreditpunkten:					
Bestandene Prüfungsleistung					
Stellenwert der Note in der Endnote:					
5/169					
Modulbeauftragter und hauptamtlich Lehrende:					
Prof. Dr. Kress; Lehrende: Professoren mit BWL-Denomination (rollierend)					
Sonstige Informationen:					
Basisliteratur:					
Deimel, K.; Isemann, R.; Müller, S.: Kosten- und Erlösrechnung – Grundlagen, Managementaspekte und Integrationsmöglichkeiten der IFRS, Pearson Studium, München, aktuelle Auflage; Plinke, W.; Rese, M.: Industrielle Kostenrechnung – Eine Einführung, Springer, Berlin, aktuelle					

Auflage; Däumler, K.-D.; Grabe, J.: Kostenrechnung I – Grundlagen, Verlag Neue Wirtschaftsbriefe, Herne/Berlin, aktuelle Auflage; Haberstock, L.: Kostenrechnung I – Einführung, Erich Schmidt Verlag, Berlin, aktuelle Auflage

Weiterführende Literatur:

Langenbeck, J.: Kosten- und Leistungsrechnung, Verlag Neue Wirtschaftsbriefe, Herne/Berlin, aktuelle Auflage; Langenbeck, J.: Übungen zur Kosten- und Leistungsrechnung, Verlag Neue Wirtschaftsbriefe, Herne/Berlin, aktuelle Auflage; Küpper, H.-J., Friedl, G.; Pedell, B.: Übungsbuch zur Kosten- und Erlösrechnung, Vahlen, München, aktuelle Auflage; Jórasz, W.: Kosten- und Leistungsrechnung, Schäffer-Pöschel, Stuttgart, aktuelle Auflage

2.10 Berufsfeld International

Berufsfeldorientierung international					
Modulnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebotes	Dauer
	90h	3 CP	2. Sem.	Jährlich (SS)	1 Sem.
Lehrveranstaltungen		Kontaktzeit	Selbststudium	Gepl. Gruppengröße	
Berufsfeldorientierung		2 SWS / 36 h	54h	50	
Lernergebnisse / Kompetenzen:					
▪ Verbesserung der beruflichen Orientierung ▪ Erkennen und Bewerten von Berufschancen unter besonderer Berücksichtigung der berufsfeldspezifischen Anforderungen und Perspektiven im internationalen Kontext ▪ Erwerb von Kompetenzen in Vortragstechniken und Präsentationen					
Inhalt:					
▪ Vorbereitung auf Auslandsaufenthalt ▪ Multikulturelle Grundlagen ▪ Tätigkeitsprofile/Anforderungsprofile im International Management					
Lehrformen:					
Seminar, Vorträge von Praktikern, Präsentationen, Exkursionen					
Teilnahmevoraussetzungen:					
keine					
Prüfungsformen:					
Protokoll, Präsentationen					
Voraussetzung für die Vergabe von Kreditpunkten:					
Regelmäßige Teilnahme, bestandene Prüfungsleistung					
Stellenwert der Note in der Endnote:					
unbenotet					
Modulbeauftragte und hauptamtlich Lehrende:					
Prof. Dr. Schwark, FB-Koordinatoren Internationales, Gastdozenten					
Sonstige Informationen:					

2.11 Personal und Organisation

Personal und Organisation					
Modulnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebotes	Dauer
	210 h	7 CP	3 Sem.	Jährlich (SS)	1 Sem.
Lehrveranstaltungen		Kontaktzeit	Selbststudium	Gepl. Gruppengröße	
• Personalwirtschaft		2 SWS / 36 h	138 h	80 - 120	
• Organisation		2 SWS / 36 h			
Lernergebnisse / Kompetenzen:					
▪ Methoden und Modelltheorien der Personalwirtschaft und Organisation kennen ▪ Aktuelle Herausforderungen an HRM und Organisation erkennen und beurteilen ▪ Praktische Lösungsansätze im Team entwickeln und präsentieren					
Inhalte:					
▪ Organisationstheoretische Ansätze und Organisationskonzepte ▪ Lösungsstrategien für Organisationsprobleme ▪ Gestaltung des organisatorischen Wandels ▪ Aktionsfelder des Personalmanagements ▪ Aktuelle Herausforderungen wie ○ demographischer Wandel, ○ Flexibilisierung ○ Internationalisierung					
Lehrformen:					
Vorlesung mit Diskussion, Veranschaulichung und Vertiefung an Hand von Fallbeispielen, Erarbeitung aktueller Problemlösungen in Gruppen					
Teilnahmevoraussetzungen:					
keine					
Prüfungsformen:					
Schriftliche oder mündliche Prüfung					
Voraussetzung für die Vergabe von Kreditpunkten:					
Bestandene Prüfungsleistung, schriftliche Ausarbeitung und ggf. Präsentation					
Stellenwert der Note in der Endnote:					
7/169					
Modulbeauftragter und hauptamtlich Lehrende:					
Prof. Dr. Hansen; Prof. Dr. Landgrebe					
Sonstige Informationen:					
Basislektüre: Bröckermann, R.: Personalwirtschaft. Lehrbuch für das praxisorientierte Studium, 3. Aufl. Stuttgart 2003.					
Vahs, D., Organisation. Ein Lehr- und Managementbuch. 7. Aufl., Stuttgart 2009					
Aktuelle Artikel, z.B.					
Junghans, G., Pech, E., Flexibilisierung durch Telearbeit. In: ARBEIT 3/2008, S. 193 – 208					
Hewlet, S. A.& L. Sherbin, Letzte Ausfahrt Babypause. In: Harvard Business Manager Mai 2010, S. 51 -61					
Kletzing, U., Walther, K., Mehr Flexibilität. In: Personal 07-08/2008, S. 48 – 50					
Lohmann, T., Leckebusch, H., Reise ins Jahr 2020. In: Personal 3/2008, S. 6 – 28					
Martin, J./ Schmidt, C., So funktioniert Talentmanagement. In: Harvard Business Manager Juli 2010, S. 27 – 36 sowie weitere themenspezifische Literatur, die im Skript angegeben wird					

2.12 Statistik

Basismodul Statistik					
Modulnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebotes	Dauer
	240 h	8 CP	3. Sem.	Jährlich (WS)	1 Sem.
Lehrveranstaltungen		Kontaktzeit	Selbststudium	Gepl. Gruppengröße	
Vorlesung: Statistik		4 SWS / 72 h	44 h	V: 80 - 120	
Übung: Statistik		2 SWS / 36 h	88 h	Ü: 40	
Lernergebnisse / Kompetenzen:					
▪ Die Beschreibung ein- und zweidimensionaler Daten durch statistische Maßzahlen und Diagramme beherrschen ▪ Mit dem Wahrscheinlichkeitsbegriff umgehen können und die wichtigsten Verteilungsmodelle kennen und anwenden können ▪ Fragestellungen aus der Praxis, bei denen von einer Stichprobe Rückschlüsse auf die Grundgesamtheit gezogen werden sollen in eine statistische Fragestellung übersetzen und selbständig lösen können.					
Inhalte:					
▪ Ein- und zweidimensionale Häufigkeitsverteilungen ▪ Lage- und Streuungsmaße, Zusammenhangsmaße ▪ Lineare Regression ▪ Indexzahlen ▪ Grundlagen der Wahrscheinlichkeitsrechnung ▪ Ausgewählte diskrete und stetige Verteilungsmodelle ▪ Zentraler Grenzwertsatz ▪ Stichprobenfunktionen ▪ Parameterschätzung ▪ Testen von Hypothesen					
Lehrformen:					
Vorlesung, Übung					
Teilnahmevoraussetzungen:					
Keine					
Prüfungsformen:					
Schriftliche oder mündliche Prüfung					
Voraussetzung für die Vergabe von Kreditpunkten:					
Bestandene Prüfungsleistung					
Stellenwert der Note in der Endnote:					
8/169					
Modulbeauftragter und hauptamtlich Lehrende:					
Prof. Dr. Karin Christof, Prof. Dr. Klaus Thiel					
Sonstige Informationen:					
Fahrmeir, L./ Künstler, R./ Pigeot, I./ Tutz, G.: Statistik – der Weg zur Datenanalyse, 7. Auflage, Springer, Berlin 2010.					

2.13 Deutsches und internationales Wirtschaftsrecht

Internationales Handelsrecht					
Modulnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebotes	Dauer
	150 h	5 CP	3. Sem.	Jährlich (WS)	1 Sem
Lehrveranstaltungen		Kontaktzeit	Selbststudium	Gepl. Gruppengröße	
Grundlagen des deutschen und internationalen Wirtschaftsrechts		4 SWS / 72 h	78 h	50	
Lernergebnisse / Kompetenzen:					
▪ Studierende verfügen über Grundkenntnisse im kaufmännischen Vertragsrecht ▪ Studierende kennen die Grundlagen des Sachenrechts und Gesellschaftsrecht mit den jeweiligen Bezügen zum europäischen und internationalen Wirtschaftsprivatrecht.					
Inhalte:					
▪ Grundzüge des Zivilrechts (Entstehung BGB, Grundprinzipien BGB, Aufbau des Gerichtswesens und Instanzenzug) ○ Vertragsrecht ○ Deliktsrecht ○ Eigentumsrecht ▪ Grundzüge des Gesellschaftsrechts ▪ Grundzüge des Europarechts ▪ Grundzüge des Rechts grenzüberschreitender Sachverhalte ○ Internationale Rechtsvereinheitlichungen ○ Internationales Privatrecht ○ Rechtsprechung des EuGH zum europäischen Gesellschaftsrecht ○ Europarechtliche Gesellschaftsrechtsformen ○ Grundzüge des internationalen Zivilrechtsverfahrens					
Lehrformen:					
Vorlesungen, Übungen					
Teilnahmevoraussetzungen:					
Keine					
Prüfungsformen:					
Klausur					
Voraussetzung für die Vergabe von Kreditpunkten:					
Bestandene Prüfungsleistung					
Stellenwert der Note in der Endnote:					
5/169					
Modulbeauftragter und hauptamtlich Lehrende:					
Dr. Jens Lieckfeldt (externer Lehrbeauftragter)					
Sonstige Informationen:					

2.14 Makroökonomik

Macroeconomics					
Modulnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebotes	Dauer
	150 h	5 CP	3. Sem.	Jährlich (WS)	1 Sem.
Lehrveranstaltungen		Kontaktzeit	Selbststudium	Gepl. Gruppengröße	
Macroeconomics		4 SWS / 72 h	78 h	40	
Lernergebnisse / Kompetenzen:					
▪ This course will provide an overview of macroeconomic issues: the determination of output, employment, unemployment, interest rates, and inflation. ▪ Monetary and fiscal policies are discussed, as are public debt and international economic issues. ▪ It introduces basic models of macroeconomics and illustrates principles with the experience of the EU.					
Inhalte:					
▪ Introduction ▪ Key Macroeconomic Variables: The Measurement and Structure of the National Economy ▪ The Goods Market ▪ Financial Markets ▪ The IS-LM Model ▪ Openness in Goods and Financial Markets ▪ Goods Market in the Open Economy ▪ Open Economy IS-LM ▪ The Labour Market ▪ The Phillips Curve ▪ The AD-AS Model ▪ Introduction to Growth					
Lehrformen:					
Lectures and recitation					
Teilnahmevoraussetzungen:					
No prerequisites					
Prüfungsformen:					
Final Exam					
Voraussetzung für die Vergabe von Kreditpunkten:					
Passing grade for the final exam					
Stellenwert der Note in der Endnote:					
5/169					
Modulbeauftragter und hauptamtlich Lehrende:					
Prof. Dr. Burkhard Erke					
Sonstige Informationen:					
REQUIRED TEXT: Blanchard, Olivier. Macroeconomics. 5th ed. Upper Saddle River, N.J.: Prentice Hall, 2010.					

2.15 Management

Management					
Modulnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebotes	Dauer
	210 h	7 CP	4. Sem.	Jährlich (SS)	1 Sem
Lectures		Teaching hours	Self-contained learning	Intended group size	
Management		4 SWS / 72 h	138 h	50	
• Management basics		2 SWS / 36 h			
• Business simulation		2 SWS / 36 h			
Objectives and trained competencies:					
▪ Students will get a basic understanding of ○ characteristics of leadership and management, ○ theory and tools on strategic planning, ○ process of operative planning of sales, capacity, financial and human resources ▪ Students will be trained how to apply planning tools and take risc for their decisions					
Contents:					
▪ Challenges, objectives and basic functions of management ▪ Environmental analysis ▪ Theories and tools for strategic planning ▪ Organizational development and organizational control ▪ Application of management skills and planning tools by using a business simulation soft-ware					
Forms of teaching:					
Seminars, case studies, practice tasks based on a business simulation					
Prerequisites:					
none					
Possible forms of examination:					
Presentation, paper, written exam					
Requirements for grade assignment:					
Passed exams					
Weight of grade:					
7/169					
Responsible professor and lecturers:					
Prof. Dr. Figura, Prof. Dr. Hansen					
Complimentary information:					
All instructions and exams will belong to English language					
Students, who achieve this module at an other university abroad, may choose equivalent courses					

2.16 International Sales

International Sales					
Modulnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebotes	Dauer
	180 h	6 CP	4. Sem.	Jährlich (SS)	1 Sem.
Lectures	Teaching hours	Self-contained learning	Intended group size		
International Sales	2 SWS / 36 h	72 h	50		
Excercise	1 SWS / 18 h	18 h			
Presentation	1 SWS / 18 h	18 h			
Objectives and trained competencies:					
▪ Reflect on culturally determined values, attitudes and behaviour and open up for new behaviour ▪ Prepare students for intercultural mishappenings and conflicts and make them work out solutions ▪ Recognise potentials and limits of globalized economy ▪ Know-How about organizational structures of international corporations ▪ Reflect on sales processes and organisational structures of international corporations					
Contents:					
▪ Globalization of cultural values, impact on markets ▪ Cultural peculiarities ▪ Selection and evaluation of foreign markets, entry barriers ▪ Special aspects of international distribution in btc and btb markets ▪ International contracts, risks in foreign trade, international financing ▪ Selected examples of international corporations					
Forms of teaching:					
Lecture / presentation / excercise					
Prerequisites::					
none					
Possible forms of examination:					
Written exam					
Requirements for grade assignment:					
Parcipation in seminar					
Weight of grade:					
6/169					
Responsible professor and lecturers:					
<u>Prof. Dr. Schulze</u>					
Complimentary information:					
Kleinaltenkamp, Plinke: „Technischer Vertrieb“, Heidelberg: Springer 1995 Schneider, Barsoux: „Managing across cultures“, Pearson Education London 2003 Miwa, Nishimura, Ramseyer: „Distribution in Japan“, Oxford University Press 2003 Literaturangaben auf der Homepage des Dozenten.					

2.17 International Marketing

International Marketing					
Modulnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebotes	Dauer
	180 h	6 CP	4. Sem.	Jährlich (SS)	1 Sem.
Lectures		Teaching hours	Self-contained learning	Intended group size	
International Marketing		4 SWS / 72 h	108 h	50	
Objectives and trained competencies:					
▪ Explanation of Marketing Basics referring to the International Trade Context ▪ Foreign Trade Management in Theory and in Practice ▪ Framework for Global, Regional and Corporate-policy ▪ Deduction of International Strategic Aims ▪ Focuses in: Foreign Trade Marketing ▪ Financing and Risk Management in the Foreign Trade Essential understanding for the marketing research process and the data collection methods applied herein ▪ knowledge of data analysis methods, their range of application and the interpretation of their results					
Contents:					
▪ Basics of International Marketing ▪ Framework and impediments of international Business ▪ Foreign Market Entry Modes ▪ Process of Entering international markets ▪ Customer Behaviour and international Research ▪ Institutional Approach ▪ Operational tools in international marketing					
Forms of teaching:					
Lecture					
Prerequisites:					
none					
Possible forms of examination:					
Exam, presentation					
Requirements for grade assignment:					
Participation in seminar, passed exam					
Weight of grade:					
6/169					
Responsible professor and lecturers:					
N.N. (Nachfolge Prof. Dr. Leise)					
Complimentary information:					
Albaum, G./ Duerr, E.:International Marketing and Export Management, 6. ed., Upper Saddle River / New Jersey 2008Backhaus, K./ Büschken, J./ Voeth, M.: International Marketing, Houndmills 2006 Cateora, P./ Graham, J.:International marketing, 14th ed., Boston 2009; Heilmann, T.: Manual of International Marketing, 1. ed.; Wiesbaden 2006; Hollensen, S.:Global marketing – a decision-oriented approach, 4th ed., Harlow 2007; Kotabe, M./ Helsen. K.:Global Marketing Management, 4th ed., New Jersey 2010 Krafft, M./ Hesse, J./ Höfling, J./ Peters, K./ Rinas, D.: International direct marketing – principles, best practices, marketing facts, 1. ed., Berlin, 2007; Schmidt, M./ Hollensen, S.:Marketing research – an international approach, Harlow, 2006					

2.18 International Economics

International Economics					
Modulnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebotes	Dauer
	180 h	6 CP	4. Sem.	Jährlich (SS)	1 Sem.
Lectures		Teaching hours	Self-contained learning	Intended group size	
International Economics		4 SWS / 72 h	108 h	50	
Objectives and trained competencies:					
Basic understanding of the implications of openness, the fact that most economies trade both goods and assets with the rest of the world, on the performance of the national economy.					
Contents:					
- Globalisation – Facts and Figures - Standard Trade Theory - Trade, Imperfect Competition und Economies of Scale - Trade Policy - Current Account - A Theory of Current Account Determination - The Macroeconomics of External Debt - Monetary Policy and Nominal Exchange Rate Determination					
Forms of teaching:					
Seminar, case studies, presentations					
Prerequisites:					
none					
Possible forms of examination:					
Written exam					
Requirements for grade assignment:					
Passed exam					
Weight of grade:					
6/169					
Responsible professor and lecturers:					
Prof. Dr. Erke, <u>Prof. Dr. Siebe</u>					
Complimentary information:					
Krugman, Obstfeld, International Economics – Theory and Policy, 8. Auflage, Boston u.a. 2009. Siebert / Lorz, Außenwirtschaft, 8. Auflage, Stuttgart 2006.					

2.19 International Management

International Management					
Modulnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebotes	duration
	210 h	7 CP	5. Sem.	Jährlich (WS)	1 Sem
Lectures		Teaching hours	Self-contained learning	Intended group size	
Management in an international environment or with an international perspective		4 SWS / 72 h	138 h	40	
Objectives and trained competencies:					
▪ Students will get a basic understanding of international impacts on management ▪ Students will be trained improving their soft skills and to use their analytical and creative thinking in order to achieve sufficient solutions to complex tasks by team work					
Contents:					
▪ Case studies on organizational development and business ethics in a global perspective ▪ Global Management in practice by a simulation programme on global business ▪ Case studies on organizational behaviour in a global perspective					
Forms of teaching:					
Seminars, case studies, practice based on a business simulation					
Prerequisites:					
none					
Possible forms of examination:					
Presentation, paper, written exam					
Requirements for grade assignment:					
Passed exams					
Weight of grade:					
7/169					
Responsible professor and lecturers:					
Prof. Dr. Figura					
Complimentary information:					
All instructions and exams will belong to English language					
Students, who achieve this module at an other university abroad, may choose equivalent courses					

2.20 Intercultural Management

Intercultural Management					
Modulnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebotes	Dauer
	210 h	7 CP	5. Sem.	Jährlich (WS)	1 Sem
Lectures		Teaching hours	Self-contained learning	Intended group size	
Intercultural Management		4SWS / 72h	138 h	40	
Objectives and trained competencies:					
▪ Understanding of challenges of intercultural collaboration: ○ Students will understand the idea of cultural specifics and cultural differences. ○ They will have gained sensitivity concerning effects of those differences on the management of multi-cultural teams and work in intercultural settings. ▪ Students are able to evaluate different approaches to intercultural management. ▪ Soft skills: ○ The students are able to deliver a written paper on academic level and a presentation on a professional level. ○ They are able to cope with some effects of culture clash in work situations.					
Contents:					
▪ Models to explain intercultural differences, how to manage intercultural collaboration, ▪ cross-cultural team building, ▪ basics of project controlling and effective communication in global project team, ▪ practise in Cultural impacts on global management (external lecturer)					
Forms of Teaching:					
Seminar/ Teamwork / Case Studies /Role Plays					
Prerequisites:					
None					
Possible forms of examination:					
Presentations, written papers, written exam.					
Requirements for grade assignment:					
Passed exam					
Weight of grade:					
7/169					
Responsible professor and lecturers:					
Prof. Dr. Katrin Hansen, Prof. Dr. Figura, Guest Lecturers (preferably from abroad)					
Complimentary information:					
Literature: Alison, G., 2008. Mirror, Mirror on the Wall: <i>Culture's Consequences</i> in a Value Test of Its Own Design. In: AOM Review, Vol. 33, No. 4, 885 – 904; Chen, M.-J. & D. Miller, 2010. West Meets East: Toward an Ambicultural Approach to Management. In: AoM Perspectives Vol. 24, No. 4: 17 - 24 ; Gannon, M., 2008. Paradoxes of Culture and Globalization, Los Angeles et al ; Grant, R. M., 2010. Contemporary Strategy Analysis, 7th edition, Chichester U.K. (Chapter 15, to be used as handbook) ; House, Robert J., Hanges, Paul M., Javidan, Mansour, Dorfman, Peter, W., Gupta, Vipin (eds.), 2004: Culture, Leadership, and Organizations. The GLOBE Study of 62 Societies, Thousand Oaks et al. Kapitel 3 ; Lin, H.-C. & S.-T.Hou, 2010. Managerial Lessons From the East: An Interview With Acer's Stan Shih. In: AoM Perspectives Vol. 24, No. 4: 6 – 16. ; Matten, D., Moon J., 2008. "Implicit" and "Explicit" CSR: A Conceptual Framework for a Comparative Understanding of Corporate Social Responsibility. In: AOM Review vol. 33, No. 2, 404 –424 ; Ng, K-Y., van Dyne, L., Ang, S., 2009. From Experience to Experiential Learning: Cultural Intelligence as a Learning Capability for Global Leader Development. In: AMLE, Vol. 8, No.4, 511 – 526 ; Spencer, J. W., 2008. The Impact of Multinational Enterprise Strategy on Indigenous Enterprises: Horizontal Spillovers and Crowding Out in Developing Countries. In. AOM Review vol. 33, No. 2, 341 – 361 ; Steers,					

R.M., Nardon, L., 2006, Managing in the Global Economy, Armonk & London, chapter 1,2, 7, 8, 11, 14 & 16 ; Thomas, A., 2006. Intercultural Competence: An Action and Learning Theoretical Concept. In: Ong, S. H., Apfelthaler, G., Hansen, K., Tapachai, N., Intercultural Communication Competencies in Higher education and Management, London et al.: 36 – 55.

2.21 Global Markets

Global Markets					
Modulnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebotes	Dauer
	180 h	6 CP	5. Sem.	Jährlich (WS)	1 Sem.
Lectures		Teaching hours	Self-contained learning	Intended group size	
Global Markets		4 SWS / 72 h	108 h	40	
Objectives and trained competencies:					
This course explores					
1. how firms are affected by changes in foreign exchange rates and the strategies and tools managers can use to manage real exchange rate risk.					
2. how firms value capital investment projects abroad.					
Contents:					
▪ Introduction					
▪ Economic Determination of Nominal and Real Exchange Rates					
▪ Measuring and Managing Real Exchange Risk					
▪ Case Study I					
▪ International Capital Budgeting					
▪ Case Study II					
▪ Additional Topics in International Capital Budgeting					
▪ Case Study III					
Forms of teaching:					
Lectures, recitation and case studies					
Teilnahmevoraussetzungen:					
No prerequisites					
Possible forms of examination:					
Midterm exam, weekly assignments, final Exam					
Requirements for grade assignment:					
Passed exam					
Weight of grade:					
6/169					
Responsible professor and lecturers:					
Prof. Dr. Burkhard Erke					
Complimentary information:					
Hodrick, J. R./G. Bekaert: International Financial Management, Prentice Hall, 2008					

3 Wahlpflichtmodule

3.1 Fachsprache I und II

Die Studierenden wählen aus dem Angebot des Sprachenzentrums (z. Zt. Französisch, Spanisch oder Niederländisch) der Hochschule eine (Wirtschafts-)Fachsprache aus. Es handelt sich um zwei unabhängige Module Fachsprache I und Fachsprache II mit jeweils einer Workload von 5 Credits. .

Fachsprache I und II					
Modulnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebotes	Dauer
	Je 150 h	Je 5 CP	3. / 4. Sem.	Jährlich	2 Sem.
Lehrveranstaltungen		Kontaktzeit	Selbststudium	Gepl. Gruppengröße	
Fachsprache I (3. Sem.)		4 SWS / 72 h	78 h	30	
Fachsprache II (4. Sem.)		4 SWS / 72 h	78 h		
Lernergebnisse / Kompetenzen:					
▪ berufsorientierte fachsprachliche Diskurs- und Handlungskompetenz unter Einschluss (inter-)kultureller Elemente					
Inhalte:					
▪ <u>Wirtschaftsfranzösisch I & II</u> Fachsprachliche Strukturen aus den Bereichen Wirtschaft und Handel, die mediengestützt thematisiert und behandelt werden; Anleitung zur selbständigen Erarbeitung und Präsentation wirtschaftsrelevanter Themen; (l'activité économique, la distribution ; la fiscalité, le marketing).					
▪ <u>Wirtschaftsspanisch I & II</u> Fachsprachliche Strukturen aus den Bereichen Wirtschaft und Handel, die mediengestützt thematisiert und behandelt werden; Anleitung zur selbständigen Erarbeitung und Präsentation wirtschaftsrelevanter Themen; (la actividad económica, la distribución, el sistema tributario, el marketing).					
▪ <u>Wirtschaftsniederländisch I & II</u> Fachsprachliche Strukturen aus den Bereichen Wirtschaft und Handel, die mediengestützt thematisiert und behandelt werden; Anleitung zur selbständigen Erarbeitung und Präsentation wirtschaftsrelevanter Themen; (z.B. Zahlungsverkehr, Personalplanung, Teilzeitarbeit, Marketing, Touristik, Export).					
Lehrformen:					
Seminaristische Veranstaltung im Präsenzstudium und angeleitetes Selbststudium (ggf. im Multi-Media Sprachlabor)					
Teilnahmevoraussetzungen:					
Studierende mit fortgeschrittenen Französisch-, Spanisch- bzw. Niederländischkenntnissen					
Prüfungsformen:					
Klausur					
Voraussetzung für die Vergabe von Kreditpunkten:					
Bestandene Prüfungsleistung					
Stellenwert der Note in der Endnote:					
5/169					
Modulbeauftragter und hauptamtlich Lehrende:					
Dr. Iking, Dr. Wierichs, Saá Arias, Nagel-Syben et al.					
Sonstige Informationen:					
MultiMedia Sprachlabor des Sprachenzentrums					

3.2 International Project

International Project					
Modulnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebotes	duration
	300 h	10 CP	5 Sem.	Jährlich (WS)	1 Sem
Outline / Lectures		Teaching hours	Self-contained learning	Intended group size	
Elective subjects to be worked out in a project oriented manner in an international environment or with an international perspective		4 SWS / 72 h	228 h	20	
Objectives and trained competencies:					
▪ Students will get a basic understanding of key success factors and typical obstacles in project management ▪ Students will be trained improving their soft skills and to use their analytical and creative thinking in order to achieve sufficient solutions to complex and time consumptive tasks by team work in due time					
Contents:					
▪ Basic instructions on project management ▪ Appropriate subjects to be achieved by students in practice: ○ Small research projects on international economics ○ Development of specific marketing strategies in a global perspective ○ Development of a strategic approach in international business development ○ Investigations and determinations of key success indicators for international business initiatives ○ etc.					
Forms of teaching:					
Seminars, consulting					
Prerequisites:					
none					
Possible forms of examination:					
Presentation, final report					
Requirements for grade assignment:					
Passed examination					
Weight of grade:					
10/169					
Responsible professor and lecturers:					
Senior lecturers and external professionals					
Complimentary information:					
All instructions and examination will belong to English language					
Students, who achieve this module at an other university abroad, may choose equivalent courses					

3.3 Praxisphase

Die Praxisphase umfasst einen Zeitraum von mindestens 12 Wochen. Die Studierenden sollen durch konkrete Mitarbeit in den Unternehmen an die Anforderungen des Berufsfeldes herangeführt werden. Die Praxisphase kann im Ausland absolviert werden.

Praxisphase					
Modulnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebotes	Dauer
	450 h	15 CP	6 Sem.	Jährlich (SS)	1 Sem.
Lehrveranstaltungen		Kontaktzeit	Selbststudium	Gepl. Gruppengröße	
Praxisphase			450 h		
Lernergebnisse / Kompetenzen:					
▪ Studierende erwerben Einblicke und Kenntnisse über Tätigkeitsgebiete von Betriebswirten ▪ Studierende können die bisher erworbenen theoretischen Kenntnisse im betrieblichen Umfeld anwenden und darüber reflektieren ▪ Studierende können Bedeutung wissenschaftlichen Vorgehens in der betrieblichen Praxis abschätzen und ggf. Themenstellungen für die Bachelorarbeiten erkennen.					
Inhalte:					
▪ Abhängig von Art, Größe und Branche des Praxisbetriebes ▪ Durchführung von (Projekt-) Aufgaben dem Ausbildungsstand entsprechend (z. B. Marktanalysen, Projektmitarbeit etc.)					
Lehrformen:					
Betriebspraktikum					
Teilnahmevoraussetzungen:					
keine					
Prüfungsformen:					
Praxissemesterbericht / Qualifiziertes Arbeitszeugnis					
Voraussetzung für die Vergabe von Kreditpunkten:					
n. a.					
Stellenwert der Note in der Endnote:					
unbenotet					
Modulbeauftragter und hauptamtlich Lehrende:					
Alle Professoren					
Sonstige Informationen:					

3.4 Seminar

Das Seminar dient der Begleitung der Praxisphase und zur Vorbereitung auf die Bachelorthesis. Zu Beginn des Semesters findet eine Informationsveranstaltung zur Praxisphase (insb. Hinweise zur Durchführung, Dokumentations- und Nachweispflichten etc.) statt. Nach Abschluss der Praxisphase stellen die Studierenden in Form von Blockseminaren ihre jeweiligen Praxisphasenberichte vor. Die Studierenden des Nachfolgejahrganges erhalten so Hinweise über die Planung der Praxisphase.

Seminar zur Begleitung der Praxisphase und der Abschlussthesis					
Modulnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebotes	Dauer
	90 h	3 CP	6 Sem.	Jährlich (SS)	1 Sem.
Lehrveranstaltungen		Kontaktzeit	Selbststudium	Gepl. Gruppengröße	
Begleitseminar		2 SWS / 36 h	54 h	20	
Lernergebnisse / Kompetenzen:					
- Studierende erlernen die Dokumentationsanforderungen für den Praxisphasenbericht (inhaltlich, sprachlich-stilistisch) - Studierende können persönliche Erfahrungen / Reflexionen zum Spannungsfeld Theorie <-> Praxis bewerten					
Inhalte:					
- Vorbereitung auf die Praxisphase / Kick-Off - Erläuterung der Anforderungen an Praxisphase - Anleitung zur Erstellung des Berichts - Wissenschaftliche Arbeits- und Analysemethoden - Hinweise zur Anfertigung von Bachelorarbeiten - Anleitung zur professionellen Literaturrecherche - Kombinationsmöglichkeiten von Praxis- und Bachelorarbeit - Vermeidung von Fehlern in der Praxis - Reflexion Theorie vs. Praxis					
Lehrformen:					
Kick-Off-Veranstaltung, Block-Seminar, Coaching durch betreuende Professoren während Praxisphase					
Teilnahmevoraussetzungen:					
Keine					
Prüfungsformen:					
n. a.					
Voraussetzung für die Vergabe von Kreditpunkten:					
Anwesenheit, Mitarbeit, Präsentation des Praxisphasenberichtes					
Stellenwert der Note in der Endnote:					
unbenotet					
Modulbeauftragter und hauptamtlich Lehrende:					
Alle Professoren am Fachbereich, Praxisphasenbeauftragter					
Sonstige Informationen:					

3.5 Thesis

Thesis					
Modulnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebotes	Dauer
	360 h	12 CP	6. Sem.	Jährlich (SS)	8 Wochen.
Lehrveranstaltungen		Kontaktzeit	Selbststudium	Gepl. Gruppengröße	
Bachelor-Thesis			360 h		
Lernergebnisse / Kompetenzen:					
▪ Studierende können erworbenes theoretisches Wissen berufsfeldspezifisch anwenden ▪ Studierende beherrschen wissenschaftliche Analysemethoden ▪ Studierende sind in der Lage, eine wissenschaftliche Ausarbeitung zu erstellen (inhaltlich und sprachlich-stilistisch) ▪ Fähigkeit zur Problemlösung / interdisziplinärem Arbeiten ▪ Formulierung von Handlungsempfehlungen					
Inhalte:					
▪ Unternehmensspezifische Fragestellungen aus der betrieblichen Praxis ▪ Wissenschaftlich-theoretische Fragestellungen (empirische Ausarbeitung, Literaturauswertungen, Konzeptentwurf etc.)					
Lehrformen:					
n.a.					
Teilnahmevoraussetzungen:					
gem. BPO					
Prüfungsformen:					
Bachelor-Thesis					
Voraussetzung für die Vergabe von Kreditpunkten:					
Bestandene Prüfungsleistung					
Stellenwert der Note in der Endnote:					
24/169 (doppeltes Notengewicht)					
Modulbeauftragter und hauptamtlich Lehrende:					
Alle Lehrenden des Fachbereiches					
Sonstige Informationen:					