

BACHELOR OF ARTS
INTERNATIONAL MANAGEMENT

MODULHANDBUCH
SS 2014 (ALTE SPO)

THI BUSINESS SCHOOL

STAND 07.03.2014

Inhaltsverzeichnis

1. Pflichtmodulübersicht Grundlagenstudium (1.-2. Semester)	3
2. Pflichtmodulübersicht Vertiefungsstudium (3.-7. Semester).....	3
3. Ausbildungsplan Übersicht	5
4. Ausbildungsplan für die praktischen Studienzeiten	9
5. Modulbeschreibungen.....	10
2.4 International HR, Organisation and Leadership	10
2.6 Elective Foreign Language IV.....	11
2.6a Spanisch IV	11
2.6b Französisch IV	12
2.6c Chinesisch IV	13
2.7 Internationale Unternehmensstrategie und Controlling	14
2.9 Internationaler Handel und Vertrieb	15
2.11 Sustainability Management	16
2.16. Wahlpflichtmodule Fachkompetenzen	18
2.17 Wahlpflichtmodule Sozialkompetenzen	19

1. Pflichtmodulübersicht Grundlagenstudium (1.-2. Semester)

Lfd. Nr.	Module	SWS	Art der Lehrveranstaltung	Prüfungen	Bestehenserhebliche endnotenbildende studienbegleitende Leistungsnachweise (Gewichtung für die Bildung der Fachendnote 1,0, soweit nichts anderes angegeben)	Gewichtung für die Prüfungsgesamtnote (in%)	Leistungspunkte (ECTS)
				Art und Dauer in Minuten			
1.1.	Internationales Management Grundlagen					3	7
1.1.1	Einführungswoche (Betriebswirtschaftliche Lern- und Arbeitstechniken)	2	SU/Ü		LN ¹⁾²⁾		
1.1.2	Betriebswirtschaftliche und internationale Grundlagen	5	SU/Ü	schrP 120	LN der lfd. Nr. 1.1.1.		
1.2	Microeconomics	4	SU/Ü	schrP 90		3	5
1.3	Quantitative Methoden	6	SU/Ü	schrP 120		3	6
1.4	IT-Management	4	SU/Ü	schrP 90		2	5
1.5	Internationale Bilanzierung	4	Ü	schrP 90		2	5
1.6	International Cost Management	4	SU/Ü	schrP 90		2	5
1.7	Global Supply Chain Management	4	SU/Ü	schrP 90		2	5
1.8	Wirtschaftssprachen						
1.8.1	Elective Foreign Language I ³⁾ (Spanisch, Französisch oder Chinesisch)	4	SU/Ü	LN ²⁾		2	4
1.8.2	Elective Foreign Language II ³⁾	4	SU/Ü	LN ²⁾		2	4
1.8.3	Elective Foreign Language III ³⁾	4	SU/Ü	LN ²⁾		2	4
	Summe	45				23	50

2. Pflichtmodulübersicht Vertiefungsstudium (3.-7. Semester)

Lfd. Nr.	Module	SWS	Art der Lehrveranstaltung	Prüfungen	Bestehenserhebliche endnotenbildende studienbegleitende Leistungsnachweise (Gewichtung für die Bildung der Fachendnote 1,0, soweit nichts anderes angegeben)	Gewichtung für die Prüfungsgesamtnote (in%)	Leistungspunkte (ECTS)
				Art und Dauer in Minuten			
2.1	Internationales Marketing	4	SU/Ü	schrP 90		2	5
2.2	Internationale Finanzierung	4	SU/Ü	schrP 90		2	5
2.3	Internationale Besteuerung	4	SU/Ü	schrP 90		2	5
2.4	International HR, Organisation and Leadership	4	SU/Ü		SA/P	2	5
2.5	Internationales Recht	4	SU/Ü	schrP 90		2	5
2.6	Elective Foreign Language IV ³⁾	4	SU/Ü	LN ²⁾		3	5
2.7	Internationale Unternehmensstrategie und Controlling	4	SU/Ü	schrP 90		4	6
2.8	International Business Diplomacy and Crosscultural Management	4	SU/Ü		SA/P	4	6
2.9	Internationaler Handel und Vertrieb	4	SU/Ü	schrP 90		4	6

2.10	Current Issues in Economics	4	SU/Ü		LN ²⁾	4	6
2.11	Sustainability Management	4	SU/Ü		SA/P	3	5
2.12	CSR and Compliance Management	4	SU/Ü	mdIP (15min)		3	5
2.13	Schwerpunkt International Industries ⁴⁾						10
2.13.1	International Automotive Management I	4	SU/Ü	schrP 90		4	5
2.13.2	International Automotive Management II	4	SU/Ü	SA/P		4	5
2.13.3	Green Technologies I	4	SU/Ü	schrP 90		4	5
2.13.4	Green Technologies II	4	SU/Ü	SA/P		4	5
2.14	Internationales Projekt	4	PA		SA/P	4	5
2.15	Internationales Unternehmensplanspiel und Seminar					6	9
2.15.1	Internationales Unternehmensplanspiel	3	Ü		LN ¹⁾²⁾	2	4
2.15.2	Internationales Vertiefungsseminar	4	S	Koll.		4	5
2.16	Wahlpflichtmodul Fachkompetenzen I+II+III+IV ⁵⁾	4x2	SU/Ü		4 LN ²⁾	6	12
2.17	Wahlpflichtmodul Sozialkompetenzen I+II ⁶⁾	2x2	SU/Ü		2 LN ²⁾	3	6
2.18	Bachelorarbeit						
2.18.1	Seminar zur Bachelorarbeit	2	S		LN ¹⁾²⁾		2
2.18.2	Bachelorarbeit	-	BA		LN der lfd. Nr. 2.18.1	15	12
	Summe	81				77	120

Abkürzungen

SWS	Semesterwochenstunden	SU	Seminaristischer Unterricht
schrP	schriftliche Prüfung	Ü	Übung
mdIP	mündliche Prüfung	SA/P	Seminararbeit mit Präsentation
PA	Projektarbeit	prA	Praktische Arbeit mit Präsentation
Koll	Kolloquium	BA	Bachelorarbeit
S	Seminar		
LN	Leistungsnachweis		

- 1) Bewertung mit dem Prädikat „mit Erfolg abgelegt“ oder „ohne Erfolg abgelegt“. Der Leistungsnachweis muss bestanden sein.
- 2) Das Nähere wird vom Fakultätsrat festgelegt. . Bei den Leistungsnachweisen kann es sich um schriftliche Prüfungen (90-120), um mündliche Prüfungen (15-45), um praktische Arbeiten, um Referate oder um Seminararbeiten handeln.
- 3) Aus den Modulen Spanisch, Französisch und Chinesisch ist eine Sprache auszuwählen.
- 4) Von den Studierenden ist entweder der Schwerpunkt International Automotive Management (Module 2.13.1 und 2.13.2) oder der Scherpunkt Green Technologies (Module 2.13.3 und 2.13.4) zu wählen.
- 5) Aus den Fachkompetenzmodulen sind 4 mit jeweils 2 SWS auszuwählen. Jeder Leistungsnachweis muss mit mindestens ausreichender Bewertung bestanden sein.
- 6) Aus den Sozialkompetenzmodulen sind 2 mit jeweils 2 SWS auszuwählen. Jeder Leistungsnachweis muss mit mindestens ausreichender Bewertung bestanden sein.

3. Ausbildungsplan Übersicht

1. Studienabschnitt – Grundlagenstudium

1. Semester

1	2	3	4	5	6	7
Lfd. Nr.	Fach	SWS	Art der Lehrveranstaltung	Zulassungsvoraussetzung	Punkte in ECTS	Angebot im
1.1.1	Einführungswoche (Betriebswirtschaftliche Lern- und Arbeitstechniken)	2	SU/Ü		2	WS
1.1.2	Betriebswirtschaftliche und internationale Grundlagen	5	SU/Ü	LN der lfd. Nr 1.1.1	5	WS
1.2	Microeconomics	4	SU/Ü		5	WS
1.3	Quantitative Methoden	6	SU/Ü		6	WS
1.8.1	Elective Foreign Language I	4	SU/Ü		4	WS
1.8.2	Elective Foreign Language II	4	SU/Ü		4	WS
SUMME		25			26	WS

2. Semester

1	2	3	4	5	6	7
Lfd. Nr.	Fach	SWS	Art der Lehrveranstaltung	Zulassungsvoraussetzung	Punkte in ECTS	Angebot im
1.4	IT-Management ¹⁾	4	SU/Ü		5	SS ¹⁾
1.5	Internationale Bilanzierung	4	Ü		5	SS
1.6	International Cost Management	4	SU/Ü		5	SS
1.7	Global Supply Chain Management	4	SU/Ü		5	SS
1.8.3	Elective Foreign Language III	4	SU/Ü		4	SS
SUMME		20			24	SS
	Grundpraktikum ²⁾	8 Wochen			10	

1) Für das WS 2012/2013 im WS, danach planmäßig im SS, Start im SS2014

2) Das Grundpraktikum sollte insgesamt am Ende des 2. Semesters abgeleistet werden, oder in zwei Teilen zu je 4 Wochen nach dem 1. und 2. Semester. Das Grundpraktikum muss jedoch bis spätestens zu Beginn des 4. Studiensemesters abgeleistet sein. Nähere Hinweise finden Sie in der SPO § 9.

2. Studienabschnitt – Vertiefungsstudium

3. Semester

1	2	3	4	5	6	7
Lfd. Nr.	Fach	SWS	Art der Lehrveranstaltung	Zulassungsvoraussetzung	Punkte in ECTS	Angebot im
2.1	Internationales Marketing	4	SU/Ü		5	WS
2.2	Internationale Finanzierung	4	SU/Ü		5	WS
2.6	Elective Foreign Language IV	4	SU/Ü		5	WS
2.8	International Business Diplomacy and Crosscultural Management	4	SU/Ü		6	WS
2.14	Internationales Projekt	4	PA		5	WS
2.16	Wahlpflichtmodul: Fachkompetenzen I (siehe nachfolgende Tabelle)	2	SU/Ü		3	WS
2.16	Wahlpflichtmodul: Fachkompetenzen II (siehe nachfolgende Tabelle)	2	SU/Ü		3	WS
SUMME		24			32	

4. Semester

1	2	3	4	5	6	7
Lfd. Nr.	Fach	SWS	Art der Lehrveranstaltung	Zulassungsvoraussetzung	Punkte in ECTS	Angebot im
2.4	International HR, Organisation and Leadership	4	SU/Ü		5	SS
2.7	Internationale Unternehmensstrategie und Controlling	4	SU/Ü		6	SS
2.9	Internationaler Handel und Vertrieb	4	SU/Ü		6	SS
2.11	Sustainability Management	4	SU/Ü		5	SS
2.17	Wahlpflichtmodul: Sozialkompetenzen I (siehe nachfolgende Tabelle)	2	SU/Ü		3	SS
2.16	Wahlpflichtmodul: Fachkompetenzen III (siehe nachfolgende Tabelle)	2	SU/Ü		3	SS
2.16	Wahlpflichtmodul: Fachkompetenzen IV (siehe nachfolgende Tabelle)	2	SU/Ü		3	SS
SUMME		22			31	

THI BUSINESS SCHOOL
 MODULHANDBUCH BACHELOR INTERNATIONAL MANAGEMENT

2.16	Wahlpflichtfächer Fachkompetenzen*				
	Business Planning	2	SU/Ü	3	WS/SS
	Evolutionary Management	2	SU/Ü	3	WS/SS
	Technology Management (virtual course)	2	SU/Ü	3	WS/SS
	Business in Latin America	2	SU/Ü	3	WS/SS
	Softwareanwendungen im Controlling	2	SU/Ü	3	SS
	Business Report Analysis	2	SU/Ü	3	SS
	Arbeitsorganisation und Arbeitsgestaltung	2	SU/Ü	3	SS
	Aktuelle Themen der Unternehmenspolitik	2	SU/Ü	3	SS
	International Brand Management	2	SU/Ü	3	SS
	Grundlagen der Wirtschaftspsychologie	2	SU/Ü	3	WS/SS
	Consumer Behavior and Selling Techniques	2	SU/Ü	3	WS
	Online Marketing	2	SU/Ü	3	WS
	Social Media Marketing	2	SU/Ü	3	WS
	Selfleadership backbone	2	SU/Ü	3	WS
	Web 2.0 Anwendungen im Unternehmen	2	SU/Ü	3	WS
	Arbeitsrecht	2	SU/Ü	3	WS
	Grundlagen SAP ERP	2	SU/Ü	3	WS
	Grundlagen der Sozialpsychologie	2	SU/Ü	3	WS
	Ressourcenwirtschaft	2	SU/Ü	3	WS
Planungs- und Kontrollsysteme	2	SU/Ü	3	WS	
Project Retail Lab	2	SU/Ü	3	WS	

2.17	Wahlpflichtfächer Sozialkompetenzen*				
	Präsentations- und Moderationstechnik	2	SU/Ü	3	WS/SS
	Projekt zur Sozialkompetenz	2	SU/Ü	3	WS/SS
	Kommunikation und Interaktion am Arbeitsplatz	2	SU/Ü	3	SS
	Nonverbale Kommunikation	2	SU/Ü	3	SS
	Interaktion und Soziale Kompetenz	2	SU/Ü	3	SS
	Talent Center - Instrumente der Personalauswahl und -entwicklung	2	SU/Ü	3	SS
	European Union	2	SU/Ü	3	WS/SS
	Zusammenarbeit im Team	2	SU/Ü	3	WS/SS
	Verkaufspsychologie und Verkaufsgespräch	2	SU/Ü	3	WS/SS
	Erfolgreiches Selbstmanagement im freien Wettbewerb	2	SU/Ü	3	SS
	Führungs- und Umsetzungskompetenzen	2	SU/Ü	3	WS/SS
	Führungs- und Umsetzungskompetenzen	2	SU/Ü	3	SS
	Russisch 1	2	SU/Ü	3	WS
	Russisch 2	2	SU/Ü	3	WS
	Die folgenden Sprachen können nur gewählt werden, wenn Sie nicht gleichzeitig als Pflichtsprache (Elective Language I-IV) belegt wurden				
	Chinesische Sprache 1	2	SU/Ü	3	WS
	Chinesische Sprache 2	2	SU/Ü	3	WS
	Chinesische Sprache 3	2	SU/Ü	3	WS
	Wirtschaftsspanisch 1	2	SU/Ü	3	WS
Wirtschaftsspanisch 2	2	SU/Ü	3	WS	
Wirtschaftsfranzösisch 1	2	SU/Ü	3	WS	
Wirtschaftsfranzösisch 2	2	SU/Ü	3	WS	

* Die Fächer werden aus einem gemeinsamen Fächerpool mit BW angeboten. Es können nur die im Modulhandbuch aufgeführten Fächer gewählt werden. Alternativ können weitere Fächer z.B. aus dem Auslandsstudium nach Antrag anerkannt werden. Der Fächerpool wird semesterweise aktualisiert. Ein Anspruch darauf, dass sämtliche Wahlpflichtmodule tatsächlich angeboten werden, besteht nicht. Desgleichen besteht kein Anspruch darauf, dass solche Lehrveranstaltungen bei nicht ausreichender Teilnehmerzahl durchgeführt werden.

5. Semester

1	2	3	4	5	6	7
Lfd. Nr.	Fach	SWS	Art der Lehrveranstaltung	Zulassungsvoraussetzung	Punkte in ECTS	Angebot im
2.3	Internationale Besteuerung	4	SU/Ü		5	WS
2.5	Internationales Recht	4	SU/Ü		5	WS
2.10	Current Issues in Economics	4	SU/Ü		6	WS
2.12	CSR und Compliance Management	4	SU/Ü		5	WS
2.13	Schwerpunkt: International Industries	8	SU/Ü		10	WS
2.13.1	International Automotive Management I	4	SU/Ü		5	WS
2.13.2	International Automotive Management II	4	SU/Ü		5	WS
2.13.3	Green Technologies I	4	SU/Ü		5	WS
2.13.4	Green Technologies II	4	SU/Ü		5	WS
SUMME		26			31	

6. Semester

Das praktische Studiensemester findet in den jeweiligen Unternehmen statt (siehe Ausbildungsplan für die praktischen Studienzeiten).

7. Semester

1	2	3	4	5	6	7
	Modul	SWS	Art der Lehrveranstaltung	Zulassungsvoraussetzung	Punkte in ECTS	Angebot im
2.15.1	Internationales Unternehmensplanspiel	3	Ü		4	WS
2.15.2	Internationales Vertiefungsseminar	4	S		5	WS
2.17	Wahlpflichtmodul: Sozialkompetenzen II (siehe vorstehende Tabelle)	2	SU/Ü		3	WS
2.18.1	Seminar zur Bachelorarbeit	2	S		2	WS
2.18.2	Bachelorarbeit	-	BA	LN der lfd. Nr. 2.18.2	12	WS/SS
	SUMME	9			26	

Abkürzungen:

BA	=	Bachelor-Arbeit
PA	=	Praktische Arbeit
S	=	Seminar
SU	=	Seminaristischer Unterricht
SA	=	Seminararbeit
Ü	=	Übung
LN	=	Leistungsnachweis
S	=	Seminar
WS	=	Wintersemester
SS	=	Sommersemester

4. Ausbildungsplan für die praktischen Studienzeiten und das praktische Studiensemester des Hochschulstudiengangs International Management mit Bachelorabschluss

I. Praktische Studienabschnitte (im Grundlagenstudium): Praktische Ausbildung 10 ECTS

Zeitlicher Umfang: 8 Wochen (auch aufteilbar in 2x4 Wochen)
Zeitliche Lage: während der vorlesungsfreien Zeiten des Studienabschnitts (spätestens bis zu
Beginn des 4. Studiensemesters. Nähere Hinweise finden Sie in der SPO § 9.

Ausbildungsziel:

Überblick über die Arbeitsweisen in den kaufmännischen Bereichen eines internationalen Unternehmens. Einblick in die Komplexität betriebswirtschaftlicher Vorgänge. Kenntnis zeitgemäßer Arbeitsverfahren zur Lösung kaufmännischer Aufgaben. Hinführung zu betriebswirtschaftlicher Handlungskompetenz.

Ausbildungsinhalt:

Die Studierenden sollen möglichst in zwei kaufmännischen Tätigkeitsbereichen eines internationalen Unternehmens eingesetzt und dort an selbständiges, eigenverantwortliches Handeln herangeführt werden.

II. Praktische Studienabschnitte (im Vertiefungsstudium): Praktische Ausbildung 30 ECTS

Zeitlicher Umfang: 20 Wochen
Zeitliche Lage: Empfohlen 6. Studiensemester, jedes weitere Semester zusammenhängend
mit dem Auslandsstudium möglich

Ausbildungsziel:

Hinführung in die Tätigkeiten eines Bachelor in einem internationalen Unternehmen durch selbständige Mitarbeit an betriebsgestaltenden und prozessregelnden konkreten Aufgabenstellungen sowie Erwerb von Problemlösungskompetenz.

Ausbildungsinhalt:

Die Studierenden sollen an Aufgaben mitarbeiten und Teilaufgaben selbständig und selbstverantwortlich ausführen, deren Schwierigkeitsgrad beim Ausbildungsstand und der späteren Aufgabenstellung als Bachelor in einem internationalen Unternehmen angemessen ist.

5. Modulbeschreibungen

2.4 International HR, Organisation and Leadership

Modulnummer	2.4						
Modulbezeichnung	International HR, Organisation and Leadership						
Lehrveranstaltung im Modul	2.4 International HR, Organisation and Leadership						
Dozent/en und Modulverantwortlicher	Prof. Dr. Claudia Lieske						
Modulart	Pflichtmodul						
Dauer des Moduls/ Häufigkeit des Angebots des Moduls	1-semesterig, 4 SWS/ 5 ECTS Wöchentliche Veranstaltung Angebot abweichend im WS2013/2014 Angebot im Sommersemester,						
Lehrsprache	Englisch						
Inhalte	<ul style="list-style-type: none"> - Basics in HR Management + Strategic HR Management - Globalisation of HR - Organisational principles - Functions and tasks within HR management like staffing, development and performance management in the multinational context - Theories of leadership - International HR Management & Culture 						
Qualifikationsziele	Students know about the extraordinary influence of HR in international companies. They have a decent overview of HR management and organisation as well as different practices to lead and motivate people. The students are able to master challenges in HR related topics. They also are able to make decisions for different organisational structures and see the impacts on leadership.						
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	wöchentliche Vorlesung/ Fallbeispiele						
Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine						
Verwendbarkeit des Moduls innerhalb des eigenen sowie für andere Studiengänge	-						
Gesamtarbeitsaufwand und seine Zusammensetzung	Veranstaltung (SU, Ü, prA,)	SWS	ECTS	Präsenzzeit	WBT	Selbststudium	gesamt
	SU/Ü	4	5	46h		79h	125h
Art der Prüfungen/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Seminararbeit mit Präsentation						
Gewichtung der Einzelleistung in der Gesamtnote	2%						
Sonstiges							
Literaturempfehlung	<ul style="list-style-type: none"> • Berthel, J.; Becker, F. G.: Personal-Management, 10. Aufl., Stuttgart : Schäffer Poeschel, 2013 • Dowling, P.J.; Festing, M.; Engle, A. D.: International Human Resource Management, 6th ed., Andover: Cengage Learning, 2013 • Eisele, D.; Doyé, T.: Praxisorientierte Personal-wirtschaftslehre, 7. Aufl., Stuttgart: Kohlhammer, 2010 • Olfert , K.: Personalwirtschaft, 14. Aufl., Herne: Verlag Neue Wirtschafts-Briefe GmbH & Co. KG, 2010 • Torrington, D.; Hall, L.; Taylor, S.: Human Resource Management, 7th ed., Harlow: Prentice Hall, 2008 • Vahs, D.: Organisation, 8. Aufl., Stuttgart: Schäffer Poeschel, 2012 						

2.6 Elective Foreign Language IV

2.6a Spanisch IV

Modulnummer	2.6						
Modulbezeichnung	Elective Foreign Language						
Lehrveranstaltung in dem Modul	2.6a Elective Foreign Language						
Dozent/en und Modulverantwortlicher	Frau Gutierrez-Frei, Frau Riba						
Modulart	Pflichtmodul						
Dauer des Moduls/ Häufigkeit des Angebots des Moduls	1-semesterig, 4 SWS/ 5 ECTS (finale Sprachprüfung) Wöchentliche Veranstaltung Angebot im Wintersemester						
Lehrsprache	Spanisch						
Inhalte	Pretérito Pluscuamperfecto, Subjuntivo , Anekdoten, Handlungen oder technische Probleme erzählen, Umweltthemen, Zukunft, Condicional, Empfehlungen, Vermutungen und Hypothesen machen, eine Meinung ausdrücken, das Artikel neutrum „lo“, Zeitkonnectoren, Arbeitswelt, Final- und Adversativsätze						
Qualifikationsziel	Niveau B1 - Selbstständige Sprachverwendung B1: Kann die Hauptpunkte verstehen, wenn klare Standardsprache verwendet wird und wenn es um vertraute Dinge aus Arbeit, Schule, Freizeit usw. geht. Kann die meisten Situationen bewältigen, denen man auf Reisen im Sprachgebiet begegnet. Kann sich einfach und zusammenhängend über vertraute Themen und persönliche Interessengebiete äußern. Kann über Erfahrungen und Ereignisse berichten, Träume, Hoffnungen und Ziele beschreiben und zu Plänen und Ansichten kurze Begründungen oder Erklärungen geben.						
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Übung/ wöchentliche Veranstaltung						
Voraussetzungen für die Teilnahme	-						
Verwendbarkeit des Moduls innerhalb des eigenen sowie für andere Studiengänge	-						
Gesamtarbeitsaufwand und seine Zusammensetzung	Veranstaltung (SU, Ü, prA,)	SWS	ECTS	Präsenzzeit	WBT	Selbststudium	gesamt
	SU/Ü	4	5	46h		79h	125h
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Praktische Arbeit						
Gewichtung der Einzelleistung in der Gesamtnote	3%						
Sonstiges	Teilnehmerbegrenzung: 25 Studierende pro Kurs						
Literaturempfehlung	Nuevo Avance B1 – Kursbuch, Hueber Verlag, ISBN: 978-8-49-778743-7 Nuevo Avance B1 – Arbeitsbuch, Hueber Verlag, ISBN: 978-3-19-164504-5						

2.6b Französisch IV

Modulnummer	2.6						
Modulbezeichnung	Elective Foreign Language						
Lehrveranstaltung in dem Modul	2.6b Elective Foreign Language						
Dozent/en und Modulverantwortlicher	Frau Anne-Marie Schnackertz						
Modulart	Pflichtmodul						
Dauer des Moduls/ Häufigkeit des Angebots des Moduls	1-semesterig, 4 SWS/ 5 ECTS (finale Sprachprüfung) Wöchentliche Veranstaltung Angebot im Wintersemester						
Lehrsprache	Französisch						
Inhalte	<ul style="list-style-type: none"> - La commercialisation d'un produit - La publicité - La promotion des ventes - Les relations publiques - La distribution - Les moyens de paiement – les opérations bancaires - Les crédits à l'entreprise - La comptabilité - Le bilan - La fiscalité - Thèmes actuels, discussions en classe et exposés - Les propositions subordonnées, l'imparfait, le passif, le futur, le conditionnel, les pronoms - Le conditionnel, le subjonctif 						
Qualifikationsziel	Les étudiants améliorent leurs connaissances du français parlé grâce à des présentations de textes. Ils mettent en pratique le français des affaires. Ils approfondissent leurs connaissances dans le domaine des affaires en général et dans le domaine du marketing et des finances.						
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Übung/ wöchentliche Veranstaltung						
Voraussetzungen für die Teilnahme	-						
Verwendbarkeit des Moduls innerhalb des eigenen sowie für andere Studiengänge	-						
Gesamtarbeitsaufwand und seine Zusammensetzung	Veranstaltung (SU, Ü, prA)	SWS	ECTS	Präsenzzeit	WBT	Selbststudium	gesamt
	SU/Ü	4	5	46h		79h	125h
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Praktische Arbeit mit Präsentation (PrA)						
Gewichtung der Einzelleistung in der Gesamtnote	3%						
Sonstiges							
Literaturempfehlung	<ul style="list-style-type: none"> - Vocabulaire progressif du Français des Affaires. Niveau Intermédiaire. Jean Luc Penfornis. Clé International . ISBN 978/3/12/51 92 21/8 - Grammaire progressive du Français. Niveau intermédiaire.M.Grégoire, O.Thiévenaz. Clé International. ISBN 978-3-12-529861-7 - Handout unter Moodle, Französisch IV International Management 						

2.6c Chinesisch IV

Modulnummer	2.6						
Modulbezeichnung	Elective Foreign Language						
Lehrveranstaltung in dem Modul	2.6b Elective Foreign Language						
Dozent/en und Modulverantwortlicher	Frau Jing Chen						
Modulart	Pflichtmodul						
Dauer des Moduls/ Häufigkeit des Angebots des Moduls	1-semesterig, 4 SWS/ 5 ECTS (finale Sprachprüfung) Wöchentliche Veranstaltung Angebot im Wintersemester						
Lehrsprache	Chinesisch/Deutsch						
Inhalte							
- Das neue praktische Chinesisch Band 2, Lektion 21 - 26							
Qualifikationsziel							
Erwerb der Sprachkenntnisse auf A2 Niveau in vier Fertigkeiten: Hören, Sprechen, Lesen und Schreiben. Stärken der interkulturellen Kompetenz durch das Erkennen der kulturellen Unterschiede und Erlernen der Fähigkeit, sich auf eine andere Kultur einzulassen.							
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Übung/ wöchentliche Veranstaltung						
Voraussetzungen für die Teilnahme	-						
Verwendbarkeit des Moduls innerhalb des eigenen sowie für andere Studiengänge	-						
Gesamtarbeitsaufwand und seine Zusammensetzung	Veranstaltung (SU, Ü, prA,)	SWS	ECTS	Präsenzzeit	WBT	Selbststudium	gesamt
	SU/Ü	4	5	46h		79h	125h
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Praktische Arbeit						
Gewichtung der Einzelleistung in der Gesamtnote	3%						
Sonstiges							
Literaturempfehlung	- Das neue praktische Chinesisch Band 2 ISBN 978-3-905816-02-0						

2.7 Internationale Unternehmensstrategie und Controlling

No.	2.7						
Module	Internationale Unternehmensstrategie und Controlling <i>International Strategy and Controlling</i>						
Part of the module	2.7 Internationale Unternehmensstrategie und Controlling <i>International Strategy and Controlling</i>						
Lecturer	Prof. Dr. Georg Stephan Barfuß						
Kind of the module	Compulsory module						
Offered	1-semester, 4 SWS/ 6 ECTS Weekly lecture SS						
Language	German / English						
Content	<p><i>International Management and Corporate strategy</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Principles, process and basic models in strategic management - Characteristics and peculiarities of strategic management in international companies - Analysis of macro and micro environment - Strategies on corporate, business unit and functional unit level <p><i>Controlling</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - link between controlling and strategy - differentiation between controlling on strategic and operating level - balanced scorecard as an instrument to link strategic and operating level - further means and instruments of controlling - peculiarities of controlling in international companies 						
Objective	This course provides a concise overview of how to develop and how to interpret a strategic plan within a global context. The course provides an overview about the function of controlling and the use of adequate controlling tools.						
Learnings methods	Weekly lecture with exercise/Case Studies						
Prerequisite for attendance	-						
Usability of the module for this or for other study programmes	-						
Workload	Course type (SU, Ü, prA,)	SWS	ECTS	Attendance	WBT	Self-studies	Total
	SU/Ü	4	6	46h		104h	150h
Course evaluation	Written exam 90-min. Allowed: Calculator						
Weighting for the composition of the final grade	4%						
Further information	Following literature is recommended						
Recommended literature	<ul style="list-style-type: none"> - Müller-Stewens, Lechner (2011), Strategisches Management, Schäffer-Poeschel Verlag. - Alter (2011), Strategisches Controlling, Vahlen Verlag. - Kaplan, Norton (1996), Balanced Scorecard. Translating Strategy into action, Harvard Business Review Press. - Hoffjan (2009), Internationales Controlling, Schäffer-Poeschel Verlag, - Fischer (2009), Controlling. Ein Handbuch für die erfolgreiche Praxis, Franz Vahlen Verlag. - Meier, Roehr (2004), Einführung in das Internationale Management, Verlag Neue Wirtschafts-Briefe. - Weitere Literatur und Case Study Themen werden in der Veranstaltung bekannt gegeben 						

2.9 Internationaler Handel und Vertrieb

No.	2.9						
Module	Internationaler Handel und Vertrieb <i>International Retail and Sales</i>						
Part of the module	2.9 Internationaler Handel und Vertrieb <i>International Retail and Sales</i>						
Lecturer	Herr Thomas Foj						
Kind of the module	Compulsory module						
Offered	1-semester, 4 SWS/ 6 ECTS Bi-Weekly lecture SS						
Language	English						
Content	<ul style="list-style-type: none"> - Introduction to the international retail and sales by using the practical integrated sales management tool (selling cycle) - Corporate- & sales strategy and organization- & sales process - Market planning & market segment and customer planning & acquisition strategy - Initial business contact & customer inquiry and inquiry check & relative inquiry - Preparation of a quotation & quotation and preliminary clarification & agreement - Negotiation & purchase order and order management & implementation - After-Sales-Support & loyalty and sales controlling & assurance of success - Value Enhancement 						
Objective	<p>On completion of this unit, students will be able to:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Demonstrate an advanced understanding of the nature and relevance of international sales. 2. Understand the trade language and all major sales parameters of this international retail and sales course. 3. Demonstrate significant understanding of the specific approaches to enter and defend an international market. Being able to explain market entry modes and their individual advantages and disadvantages. 4. Demonstrate a solid knowledge base of the main national and international contract conditions, calculations and prices, delivery date methods and have demonstrated the application of that knowledge in solving such problems. 5. Demonstrate significant understanding of the most commonly used agreements with regard to the transportation of goods and passing of the risks affiliated to such transportation of goods subjected to cross-border sale 6. Construct and interpret viable and appropriate scope of supply and service for the international sale of goods and to discover the defects of imperfect contracts. 						
Learnings methods	Weekly lecture with exercise						
Prerequisite for attendance	-						
Usability of the module for this or for other study programmes	-						
Workload	Course type (SU, Ü, prA,)	SWS	ECTS	Attendance	WBT	Self-studies	Total
	SU/Ü	4	6	46h		104h	150h
Course evaluation	Written exam 90-min.						
Weighting for the composition of the final grade	4%						
Further information							
Recommended literature	<ul style="list-style-type: none"> - Hofbauer, Günter / Hellwig, Claudia: Professionelles Vertriebsmanagement, 2. Auflage, Publicis Publishing, Erlangen 2009 - Homburg, Christian / Krohmer, Harley: Marketingmanagement, 3. Auflage 						

2.11 Sustainability Management

No.	2.11						
Module	Sustainability Management <i>Sustainability Management</i>						
Part of the module	2.11 Sustainability Management <i>Sustainability Management</i>						
Lecturer	Prof. Dr. Georg Stephan Barfuß						
Kind of the module	Compulsory module						
Offered	1-semester, 4 SWS/ 5 ECTS BWeekly lecture SS						
Language	German / English						
Content	<p>The course examines some of the key economic, commercial and practical considerations of the relationship between business management and sustainable development on a global scale, with the aim of developing a structured framework to enable students to engage critically with this process. Set against a context of rapid economic and environmental change, the module seeks to equip students with a sound understanding of the considerations that corporate strategists and managers need to make to integrate sustainable development in business models and practices.</p> <p>Topics are:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Definition, evolution and content of sustainability management - differences to Corporate Social Responsibility - financial, social and ecological perspective of sustainability - different scoping of sustainability in international context - sustainability accounting and controlling - sustainability reporting 						
Objective	<p>The students know the important issues regarding sustainability management in an international context and how to present solution concepts. They know how to make use of them for international corporations. They are able to estimate possible consequences on management decisions within questions of internationalization and are able to put all aspects of sustainability management into context, given specific practical examples.</p>						
Learnings methods	Weekly lecture with exercise						
Prerequisite for attendance	-						
Usability of the module for this or for other study programmes	-						
Workload	Course type (SU, Ü, prA,)	SWS	ECTS	Attendance	WBT	Self-studies	Total
	SU/Ü	4	5	46h		79h	125h
Course evaluation	Seminar paper and presentation						
Weighting for the composition of the final grade	3%						
Further information							
Recommended literature	<ul style="list-style-type: none"> – Balik, Frühwald (2006), Nachhaltigkeitsmanagement. Mit Sustainability Management durch Innovation und Verantwortung langfristig Werte schaffen, Vdm Verlag. – Baumgartner, et. al. (2005), Sustainability Management for Industries /Wertsteigerung durch Nachhaltigkeit Hampp Verlag. – Brand (2002), Politik der Nachhaltigkeit, Edition Sigma. – Ekardt (2005), Das Prinzip Nachhaltigkeit: Generationengerechtigkeit. Beck Verlag – Ekardt (2011), Theorie der Nachhaltigkeit: Rechtliche, ethische und politische Zugänge, Nomos Verlag. – Grober (2010), Die Entdeckung der Nachhaltigkeit. Kulturgeschichte eines Begriffs, Kunstmann Verlag. – Grunwald, Kopfmüller (2006), Nachhaltigkeit, Campus Verlag. – Ott, Döring (2008), Theorie und Praxis starker Nachhaltigkeit 2. Aufl., Metropolis Verlag. – Pufé (2012), Nachhaltigkeitsmanagement. Hanser. 						

- Pufé (2012), Nachhaltigkeit. UTB Verlag.
- Michelsen, Godemann (2005), Handbuch Nachhaltigkeitskommunikation: Grundlagen und Praxis, Oekom Verlag.
- Welzer, Wiegandt (2011), Perspektiven einer nachhaltigen Entwicklung: Wie sieht die Welt im Jahr 2050 aus? Fischer, Frankfurt.
- Wenzel, Kirig, Rauch (2008), Greenomics. Wie der grüne Lifestyle Märkte und Konsumenten verändert, Redline Wirtschaftsverlag.

2.16. Wahlpflichtmodule Fachkompetenzen*

Im SS 2014 werden folgende FW-Fächer angeboten. Die Modulbeschreibungen können Sie im **Modulhandbuch SS 2014 Betriebswirtschaft** (hinterlegt in Moodle) einsehen.

1	Technology Management
2	International Brand Management
3	Consumer Behaviour and Selling Techniques
4	Online Marketing und Social Media
5	Grundlagen der Wirtschaftspsychologie
6	Business Planning
7	Business in Latin America
8	Arbeitsrecht
9	EU Geldpolitik
10	Grundlagen der Sozialpsychologie
11	Ressourcenwirtschaft
12	Angewandte Marktforschung
13	Planungs- und Kontrollsysteme
14	Einführung in die statistische Datenanalyse mit SPSS
15	Produktionsorganisation
16	Projekt Schanzer Racing Electric
17	5-Euro-Business
18	Wirtschaft und Wirtschaftspolitik in China (VHB)
19	Arbeitstechnik (VHB)
20	Strategisches Denken und das Lösen komplexer Probleme (VHB)
21	Die Zukunftsmärkte Asiens (VHB)
22	Markt - Macht - Moral (VHB)

*Hinweis: Die Fächer werden aus einem gemeinsamen Fächerpool mit BW angeboten. Es können nur die im Modulhandbuch aufgeführten Fächer gewählt werden. Alternativ können weitere Fächer z.B. aus dem Auslandsstudium nach Antrag anerkannt werden. Der Fächerpool wird semesterweise aktualisiert. Ein Anspruch darauf, dass sämtliche Wahlpflichtmodule tatsächlich angeboten werden, besteht nicht. Desgleichen besteht kein Anspruch darauf, dass solche Lehrveranstaltungen bei nicht ausreichender Teilnehmerzahl durchgeführt werden.

2.17 Wahlpflichtmodule Sozialkompetenzen**

Im SS2014 werden folgende SW-Fächer angeboten. Die Modulbeschreibungen können Sie im **Modulhandbuch SS 2014 Betriebswirtschaft** (hinterlegt in Moodle) einsehen.

1	Chinesische Sprache 1
2	Chinesische Sprache 2
3	Chinesische Sprache 3
4	Russisch 1
5	Russisch 2
6	Wirtschaftsfranzösisch 1
7	Wirtschaftsfranzösisch 2
8	Wirtschaftsspanisch 2
9	Wirtschaftsspanisch1
10	TOEFL Course
11	Erfolgreiches Selbstmanagement im freien Wettbewerb
12	Nonverbale Kommunikation
13	Kommunikation und Interaktion am Arbeitsplatz
14	Talent Center - Instrumente der Personalauswahl und -entwicklung
16	Interaktion und Soziale Kompetenz
17	European Union
18	Moderationstechniken
19	Verkaufpsychologie und Verkaufsgespräch
20	Rhetorik und Präsentationskompetenz
21	Gender & Diversity (VHB)
22	Angewandte Schreibkompetenz (VHB)
23	Stress und Stressbewältigung (VHB)
24	Wertorientierte Persönlichkeits-, Führungs- und Arbeitskultur
25	Projekt "soziales Engagement" / Projekt zur Sozialkompetenz

**Hinweis:Die Fächer werden aus einem gemeinsamen Fächerpool mit BW angeboten. Es können nur die im Modulhandbuch aufgeführten Fächer gewählt werden. Alternativ können weitere Fächer z.B. aus dem Auslandsstudium nach Antrag anerkannt werden. Der Fächerpool wird semesterweise aktualisiert. Ein Anspruch darauf, dass sämtliche Wahlpflichtmodule tatsächlich angeboten werden, besteht nicht. Desgleichen besteht kein Anspruch darauf, dass solche Lehrveranstaltungen bei nicht ausreichender Teilnehmerzahl durchgeführt werden.