

Studienplan Sommersemester 2011

**Studiengang
Internationales Handelsmanagement**

**Studien- und Prüfungsordnung
gültig für Studierende mit Studienbeginn ab 01.10.2008**

Inhaltsverzeichnis

Grundlagenstudium (1. – 3. Semester)

Ausbildungsplan (Übersicht)

Pflichtmodule des 1. bis 3. Semesters (Übersicht)

1.1 Modul Betriebs- und volkswirtschaftliche Grundlagen

1.1.1 Betriebswirtschaftliche Lern- und Arbeitstechniken (Einführungswoche)

1.1.2 Betriebswirtschaftliche Grundlagen

1.1.3 Volkswirtschaftliche Grundlagen

1.1.4 Projektmanagement

1.2 Modul Wirtschaftssprachen

1.2.1 Wirtschaftsenglisch I

1.2.2 Wirtschaftsenglisch II

1.2.3 Wirtschaftsenglisch III oder -französisch oder -spanisch

1.3 Modul Quantitative Methoden und Informationsverarbeitung

1.3.1 Quantitative Methoden

1.3.2 Informationsverarbeitung

1.4 Modul Wirtschaftsprivatrecht

1.4.1 Wirtschaftsprivatrecht I

1.4.2 Wirtschaftsprivatrecht II

1.5 Modul Rechnungswesen, Finanzierung & Steuern

1.5.1 Buchführung

1.5.2 Bilanzierung und Jahresabschluss

1.5.3 Investitions- und Finanzierungsentscheidungen

1.5.4 Steuerlehre

1.5.5 Kostenrechnung und Kostenmanagement

1.6 Modul Marketing, Logistik & Personal

1.6.1 Einkaufs- und Beschaffungsmanagement

1.6.2 Personal- und Organisationsmanagement

1.6.3 Marketing

2. Vertiefungsstudium (4. – 7. Semester)

2.1 Modul Handelsmanagement

2.1.1 Strategisches Handelsmanagement

2.1.2 Wahlpflichtfächer Handelsmanagement

2.1.3 Projekt im Handelsmarketing & Handelsmanagement

2.1.4 Internationalisierung im Handel

2.2 Modul Handelsmarketing & E-Commerce

2.2.1 Brand- und Kommunikationsmanagement

2.2.2 Sortiments-, Service- und Preismanagement

2.2.3 E-Commerce & Versandhandel

2.3 Modul Handelslogistik & Controlling

2.3.1 Logistikmanagement

2.3.2 Handelscontrolling

2.3.3 Standort- und Immobilienmanagement

2.4 Modul Schlüsselkompetenzen

2.4.1 Methoden wissenschaftlichen Arbeitens

2.4.2 Wahlpflichtfächer Schlüsselkompetenzen

2.4.3 Führungs- und Umsetzungskompetenz

2.4.4 Intercultural Communication

2.5 Unternehmensplanspiel

2.6 Vertiefungsseminar zum Handelsmanagement

2.7 Modul Bachelorarbeit

2.7.1 Seminar zur Bachelorarbeit

2.7.2 Bachelorarbeit

1. Semester

1	2	3	4	5	6	8
Lfd. Nr.	Fach	SWS	Art der Lehrveranstaltung	Zulassungsvoraussetzung	Punkte in ECTS	Angebot im
H1.1.1	Betriebswirtschaftliche Lern- und Arbeitstechniken (Einführungswoche)	2	SU/Ü		3	WS
H1.1.2	Betriebswirtschaftliche Grundlagen	4	SU/Ü		5	WS
H1.1.3	Volkswirtschaftliche Grundlagen	4	SU/Ü		5	WS
H1.2.1	Wirtschaftsenglisch I	4	SU/Ü		4	WS
H1.3.1	Quantitative Methoden (1. Teil)	3	SU/Ü		3	WS
H1.3.2	Informationsverarbeitung (1. Teil) (Vorlesung und Praktikum)	3	SU/Pr	LN (Testat des Praktikums) ^[1]	3	WS
H1.4.1	Wirtschaftsprivatrecht I	4	SU/Ü		4	WS
H1.5.1	Buchführung	2	SU/Ü		3	WS

2. Semester

1	2	3	4	5	6	8
Lfd. Nr.	Fach	SWS	Art der Lehrveranstaltung	Zulassungsvoraussetzung	Punkte in ECTS	Angebot im
H 1.2.2	Wirtschaftsenglisch II	4	SU		4	SS
H 1.3.1	Quantitative Methoden (2. Teil)	3	SU		3	SS
H 1.3.2	Informationsverarbeitung (2. Teil) (Vorlesung und Praktikum)	3	SU	LN (Testat des Praktikums) ^[1]	3	SS
H 1.4.2	Wirtschaftsprivatrecht II	4	SU		4	SS
H 1.5.2	Bilanzierung und Jahresabschluss	4	SU		5	SS
H 1.5.3	Investitions- und Finanzierungsentscheidungen	4	SU		5	SS
H 1.6.3	Marketing	4	SU/Ü		5	SS

3. Semester

1	2	3	4	5	6	8
Lfd. Nr.	Fach	SWS	Art der Lehrveranstaltung	Zulassungsvoraussetzung	Punkte in ECTS	Angebot im
H 1.1.4	Projektmanagement	4	Ü		4	WS
H 1.2.3	Wirtschaftsenglisch III ^[2]	4	SU/Ü		4	WS
H 1.2.3b	Wirtschaftsfranzösisch	4	SU/Ü		4	WS
H 1.2.3c	Wirtschaftsspanisch	4	SU/Ü		4	WS
H 1.5.4	Steuerlehre	2	SU/Ü		3	WS
H 1.5.5	Kostenrechnung und Kostenmanagement	4	SU/Ü		4	WS
H 1.6.1	Einkaufs- und Beschaffungsmanagement	4	SU/Ü		4	WS
H 1.6.2	Personal- und Organisationsmanagement	4	SU/Ü		4	WS

4. und 5. Semester

1	2	3	4	5	6	8
Lfd. Nr.	Fach	SWS	Art der Lehrveranstaltung	Zulassungsvoraussetzung	Punkte in ECTS	Angebot im
H 2.1.1	Strategisches Handelsmanagement	4	SU/Ü		5	WS/SS
H 2.1.2	Wahlpflichtfächer Handelsmanagement ^[3]					
H 2.1.2.1	Einführung in SAP ERP	2	SU/Ü		3	SS
H 2.1.2.2	Business Planning	2	SU/Ü		3	SS
H 2.1.2.3	Evolutionary Management	2	SU/Ü		3	SS
H 2.1.2.4	International Management –Case Studies	2	SU/Ü		3	SS
H 2.1.2.5	Integrales M&A Management	2	SU/Ü		3	SS
H 2.1.2.6	Grundlagen der Wirtschaftspsychologie	2	SU/Ü		3	SS
H 2.1.2.7	Corporate Responsibility	2	SU/Ü		3	SS
H 2.1.2.8	Web2.0-Anwendungen im Unternehmen	2	SU/Ü		3	SS
H 2.1.2.9	Business in Latin America	2	SU/Ü		3	SS
H 2.1.2.10	Prozessmanagement und Supply Chain Management	2	SU/Ü		3	SS
H 2.1.2.11	Nachhaltigkeitsmanagement und Controlling	2	SU/Ü		3	SS
H 2.1.2.12	Softwareanwendungen im Controlling	2	SU/Ü		3	SS
H 2.1.2.13	EU Geldpolitik	2	SU/Ü		3	SS
H2.1.2.14	Accenture Campus Challenge	2	SU/Ü		3	SS
H2.1.2.15	Integriertes Qualitäts-und Umweltmanagement	2	SU/Ü		3	SS
H2.1.2.16	International Business Law	2	SU/Ü		3	SS
H2.1.2.17	Beratungsmanagement	2	SU/Ü		3	SS
H2.1.2.18	International Project Management	2	SU/Ü		3	SS

4. und 5. Semester (Forts.)

1	2	3	4	5	6	8
Lfd. Nr.	Fach	SWS	Art der Lehrveranstaltung	Zulas- sungsvo- rausset- zung	Punkte in ECTS	Angebot im
H 2.1.3	Projekte im Handelsmanagement	4	SU/Ü		5	WS/SS
H 2.1.4	Internationalisierung im Handel	4	SU/Ü		7	WS/SS
H 2.2.1	Brand- und Kommunikationsmanagement	4	SU/Ü		5	WS/SS
H2.2.2	Sortiments-, Service- und Preismanagement	4	SU/Ü		5	WS/SS
H 2.2.3	E-Commerce und Versandhandel	4	SU/Ü		5	WS
H 2.3.1	Logistikmanagement	4	SU/Ü		5	WS/SS
H 2.3.2	Handelscontrolling	4	SU/Ü		5	WS/SS
H 2.3.3	Standort- und Immobilienmanagement	4	SU/Ü		4	WS/SS
H 2.4.1	Methoden wissenschaftlichen Arbeitens	2	SU/Ü		2	WS
H 2.4.2	Wahlpflichtfächer Schlüsselkompetenz ^[3]					
H 2.4.2.1	Präsentations- und Moderationstechniken	2	SU/Ü		3	SS
H 2.4.2.2	Kommunikation und Interaktion am Arbeitsplatz	2	SU/Ü		3	SS
H 2.4.2.3	Persönliches Veränderungsmanagement	2	SU/Ü		3	SS
H 2.4.2.4	Kooperation, Konfrontation und Kommunikation im Beruf	2	SU/Ü		3	SS
H 2.4.2.5	Talent Center – Instrumente der Personalauswahl und –entwicklung	2	SU/Ü		3	SS
H 2.4.2.6	Projekt zur Sozialkompetenz	2	SU/Ü		3	SS
H 2.4.2.7	European Union	2	SU/Ü		3	SS
H 2.4.2.8	Zusammenarbeit im Team	2	SU/Ü		3	SS
H 2.4.2.9	Verkaufpsychologie und Verkaufsgespräche	2	SU/Ü		3	SS

6. Semester

Das praktische Studiensemester findet in den jeweiligen Firmen statt (siehe Ausbildungsplan).

7. Semester

1	2	3	4	5	6	8
	Modul	SWS	Art der Lehrveranstaltung	Zulassungsvoraussetzung	Punkte in ECTS	Angebot im
H 2.4.3	Führungs- und Umsetzungskompetenz	3	SU/Ü		3	WS/SS
H 2.4.4	Intercultural Communication	2	SU/Ü		3	WS/SS
H 2.5	Unternehmensplanspiel	4	SU/Ü		3	WS/SS
H 2.6	Vertiefungsseminar zum Handelsmanagement	4	S		6	WS/SS
H 2.7.1	Seminar zur Bachelorarbeit	2	S		3	WS/SS
H 2.7.2	Bachelorarbeit		BA		12	WS/SS

Fußnoten:

[1] Die Bewertung der Leistungsnachweise erfolgt mit „mit Erfolg / ohne Erfolg“ (m.E./o.E). Bei mehreren Leistungsnachweisen muss jeder bestanden sein.

[2] Aus den Fächern Wirtschaftsenglisch III, Wirtschaftsfranzösisch und Wirtschaftsspanisch ist ein Teilfach mit 4 SWS zu wählen.

[3] Aus den Wahlpflichtfächer sind je zwei zu wählen

Abkürzungen:

BA = Bachelor-Arbeit
 SU = Seminaristischer Unterricht
 SA = Seminararbeit
 Ü = Übung
 LN = Leistungsnachweis
 S = Seminar

Ausbildungsplan

für die praktischen Studienabschnitte und das praktische Studiensemester des Fachhochschulstudiengangs Internationales Handelsmanagement mit Bachelorabschluss

Praktische Studienabschnitte (im Grundstudium)

Zeitlicher Umfang: 12 Wochen

Zeitliche Lage: während der vorlesungsfreien Zeiten des Grundstudiums im 3. Semester

I. Praktische Ausbildung 8 ECTS

Ausbildungsziel:

Überblick über die Arbeitsweisen in den kaufmännischen Bereichen eines internationalen Handelsunternehmens. 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 der internationalen Handelsunternehmen eingesetzt und dort an selbstständiges, eigenverantwortliches Handeln herangeführt werden.

Praktisches Studiensemester (im Hauptstudium)

Zeitlicher Umfang: 20 Wochen

Zeitliche Lage: 6. Studiensemester

I. Praktische Ausbildung 30 ECTS

Ausbildungsziel:

Hinführung in die Tätigkeiten eines Bachelor im internationalen Handel durch selbständige Mitarbeit an betriebsgestaltenden und prozessregelnden konkreten Aufgabenstellungen, Erwerb von Problemlösungskompetenz.

Ausbildungsinhalt:

Die Studierenden sollen an Aufgaben mitarbeiten und Teilaufgaben selbständig und selbstverantwortlich ausführen, deren Schwierigkeitsgrad dem Ausbildungsstand und der späteren Aufgabenstellung als Bachelor im internationalen Handel angemessen ist.

PFLICHTMODULE DES 1. BIS 3. SEMESTERS

1.1 Betriebs- und Volkswirtschaftliche Grundlagen
1.1.1 Betriebswirtschaftliche Lern- und Arbeitstechniken

Dozent: Thomas Bartholomé, Oliver Hackl, Marc Knoppe, Thomas Vogler,

Angebot im WS **Zulassungsvoraussetzung:** **2 SWS/3 ECTS**
keine Workload: 90 h
Lehrform:
Übung 2 SWS **Veranstaltungsform:**
Einführungswoche
vom 04.10. bis
08.10.2010

Studienziel: Die Studierenden können betriebswirtschaftliche Lern- und Arbeitstechniken anwenden und sind mit betriebswirtschaftlichen Recherchetechniken und Ansatzpunkten vertraut.
Ziel ist es, einen betriebswirtschaftlichen Überblick zu vermitteln, der neben Kurzvorträgen über Gruppenarbeiten und eine Exkursion vermittelt wird.

Studieninhalt:

- Einführung in Betriebswirtschaftliche Lern- und Arbeitstechniken
Martina Laufer-Huber
- Betriebswirtschaftliche Recherchetechniken und Wissensmanagement
Dipl. Bibl. (FH) Doris Schneider / Dipl.-Bibl. (FH) Thomas Bartholomé
- Betriebliche Praxis: Exkursion mit Betriebsanalyse
Prof. Dr. Marc Knoppe / Prof. Dr. Oliver Hackl
- International Retail Project
Prof. Dr. Marc Knoppe / Prof. Dr. Thomas Vogler

Leistungsnachweis: Schriftliche Prüfung, 90-min.
Hilfsmittel: Taschenrechner

Literatur: Wird in der Veranstaltung bekannt gegeben. Ein Seminarordner wird den Studierenden am Einführungstag übergeben.

Sonstiges: Anwesenheitspflicht

1.1 Betriebs- und volkswirtschaftliche Grundlagen
1.1.2 Betriebswirtschaftliche Grundlagen

Dozent: Michael Jünger

Angebot im:
WS

Zulassungsvoraussetzung:
keine

4 SWS/5 ECTS
Workload: 150 h

Lehrform:
Vorlesung 4 SWS

Veranstaltungsform:
wöchentlich

Studienziel: Die Studierenden können Unternehmen als Träger des Wirtschaftens anhand unterschiedlicher Kriterien klassifizieren. Sie verstehen die Aufgaben der betrieblichen Funktionsbereiche und erkennen ihr Zusammenwirken. Die Studierenden können die konstitutiven Entscheidungen von Unternehmen nachvollziehen. Sie werden dabei mit Entscheidungsfeldern und -optionen im Lebenszyklus von Unternehmen vertraut und erkennen die Abhängigkeit unternehmerischer Entscheidungen von der wirtschaftlichen, juristischen, politischen, gesellschaftlichen und ökologischen Umweltsituation.

Studieninhalt:

- Grundbegriffe, Theorieansätze und Einteilung der Betriebswirtschaftslehre
- Die Betriebswirtschaftslehre als Managementlehre
- Unternehmensziele und betriebswirtschaftliche Unternehmenskennzahlen
- Unternehmen und ihre Umwelt
- Konstitutive Entscheidungen von Unternehmen: Die Unternehmensgründung
- Rechtsformen von Unternehmen
- Unternehmenskooperationen und -konzentrationen
- Sanierung, Insolvenz und Liquidation von Unternehmen
- Betriebliche Grundfunktionen: Material-, Produktions- und Absatzwirtschaft
- Betriebliche Querschnittsfunktionen: Personal-, Kapital-, Organisations- und Informationswirtschaft
- Abwicklung von Geschäftsprozessen

Leistungsnachweis: Schriftliche Prüfung, 90-min.
Hilfsmittel: Taschenrechner

Literatur: Jung, H. (2009): Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, 11. Auflage
Thommen, J.-P./Achleitner, A.-K. (2009): Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, 6. Auflage

Sonstiges: Zur Stoffvertiefung wird ein intensives Literaturstudium empfohlen.

1.1 Betriebs- und volkswirtschaftliche Grundlagen

1.1.3 Volkswirtschaftliche Grundlagen

Dozent: Monika Ruschinski

Angebot im:
WS

Zulassungsvoraussetzung:
keine

4 SWS/5 ECTS
Workload: 150 h

Lehrform:
Vorlesung 2,5 SWS, Übung 1,5 SWS

Veranstaltungsform:
wöchentlich

Studienziel: Die Studierenden sollen nach Besuch der „volkswirtschaftlichen Grundlagen“

- das Theorem der komparativen Kosten anwenden können
- Angebots- und Nachfrageveränderungen auf Märkten bestimmen können
- die Wohlfahrtsökonomik auf Steuern, Subventionen, Exporte und Importe anwenden und die Notwendigkeit von Staatseingriffen beurteilen können
- die Berechnungsmethoden des Volkseinkommens
- die Bestimmungsfaktoren der volkswirtschaftlichen Produktivität nennen können
- makroökonomische Angebots- und Nachfrageschocks identifizieren und den Einsatz fiskalpolitischer und geldpolitischer Instrumente beurteilen können
- die Ursachen von internationalen Güter- und Kapitalströmen und die Bestimmungsfaktoren von Wechselkursen analysieren können

Studieninhalt:

- Einführung: volkswirtschaftliches Denken, Modelltheorie, Theorem der komparativen Kosten
- Bestimmungsfaktoren von Angebot und Nachfrage, Elastizitäten, Steuern und Subventionen
- Wohlfahrtsökonomische Betrachtung der Märkte, insbesondere von Steuern und Freihandel
- Der öffentliche Sektor: Externe Effekte und Umweltpolitik, Öffentliche Güter
- Wirtschaftsstatistik: Volkseinkommen
- Determinanten der volkswirtschaftlichen Produktivität
- Zahlungsbilanzanalyse
- Makroökonomik der offenen Volkswirtschaft

Leistungsnachweis: Schriftliche Prüfung, 90-min. (0,3)

Literatur:

Pflichtlektüre:
G. Mankiw, M. Taylor, Grundzüge der Volkswirtschaftslehre, Schäffer-Poeschel 2008, 4. Auflage

Ergänzende Literatur:
P. Bofinger, Grundzüge der Volkswirtschaftslehre, Pearson Studium 2003.
M. Herrmann, Arbeitsbuch Grundzüge der Volkswirtschaftslehre, 2008.

Sonstiges: Ein intensives Literaturstudium wird empfohlen.

1.1 Betriebs- und Volkswirtschaftliche Grundlagen
1.1.4 Projektmanagement

Dozent: Lars Fend / Marc Knoppe / Stephan Erenkämper

Angebot im:
SS

Zulassungsvoraussetzung:
keine

4 SWS/4 ECTS
Workload: 120 h

Lehrform:
Übung

Veranstaltungsform:
Blockveranstaltung

Studienziel: Die Studierenden können Projekte definieren und die Instrumente des Projektmanagements situationsgerecht einsetzen. Damit wird die Befähigung erreicht, dass Projekte selbstständig und eigenverantwortlich durchgeführt und erfolgreich abgeschlossen werden.

Studieninhalt: Die Studierenden erhalten einen Überblick über Methoden und Anwendungsfelder des Projektmanagements. Sie lernen das Projektmanagement als eine Führungskonzeption für die direkte fachübergreifende Koordination von

- Planung
- Entscheidung
- Realisierung
- Überwachung
- Steuerung

bei der Abwicklung interdisziplinärer Aufgabenstellungen kennen. Die Studenten erlernen zentrale Methoden und Tools zur Unterstützung des PM sowie teamorientiert Inhalte gemeinsam zu erarbeiten. Projektmanagement wird im Rahmen von Praxisprojekten und Fallstudien in verschiedenen Projektteams praktisch geübt.

Leistungsnachweis: Praktische Arbeiten

Literatur: Schelle, H. (2007): Projekte zum Erfolg führen. Projektmanagement systematisch und kompakt, 7.A., München 2007.
Spezielle Literaturstellen werden während der Vorlesung bekannt gegeben.

Sonstiges: Selbststudiumsorientiert

H 1.2.
H.1.2.1 **Wirtschaftssprachen**
 Wirtschaftsenglisch I

Dozent: **Susan Talke / Sean Kenney**

Angebot im:
WS

Zulassungsvoraussetzung:
keine

4 SWS/4 ECTS
Workload: 120 h

Lehrform:
Übung 4 SWS

Veranstaltungsform:
wöchentlich

Studienziel: The students know the various basic aspects of the business world, with a special focus on retailing, and they will be able to have a business correspondence.

Studieninhalt: - Business Correspondence
 - Selected business and retailing topics, for example:
 o Retailing Outlets
 o Marketing
 o International Trade
 o Forms of Business
 - The Application Process

Leistungs- Written exam, 90 min. (0,4)
nachweis:

Literatur: "The Business" von John Allison und Paul Emmerson
 Allison, John and Paul Emmerson. The Business (Intermediate Student's Book). Oxford: Macmillan Publishers, 2010, (Hueber, ISBN 978-3-19-032917-5).
 "Communication for Business - A Short Course" von Birgit Abegg und Michael Benford, Abegg, Birgit and Michael Benford. Communication for Business - A Short Course. Ismanning: Hueber Verlag, 2010, (Hueber, ISBN 978-3-19-002695-1).

Teilnehmer- 25 students per course
begrenzung:

H 1.2.
H.1.2.2 **Wirtschaftssprachen**
 Wirtschaftsenglisch II

Dozent: **Susan Talke**

Angebot im:
SS

Zulassungsvoraussetzung:
keine

4 SWS/4 ECTS
Workload: 120 h

Lehrform:
Übung 4 SWS

Veranstaltungsform:
wöchentlich

Studienziel: The students improve their English language skills while increasing their knowledge of various current topics in the international business world. Each student will hold a presentation and lead a discussion of the topic.

Studieninhalt: - Selected business skills (conducting negotiations, interviewing, telephoning, etc.)
 - Selected current business topic and current events
 - Student presentations

Leistungs-
nachweis: Praktische Arbeit mit Präsentation (0.3)

Literatur: Allison, John and Paul Emmerson. The Business (Intermediate Student's Book). Oxford: Macmillan Publishers, 2007, (Hueber, ISBN 978-3-19-032917-5).

Teilnehmer-
begrenzung: 20 students per course

H 1.2.
H.1.2.3 **Wirtschaftssprachen**
 Wirtschaftsenglisch III

Dozent: **Anja Rudolph**

Angebot im:
WS

Zulassungsvoraussetzung:
keine

4 SWS/4 ECTS
Workload: 120 h

Lehrform:
Übung 4 SWS

Veranstaltungsform:
wöchentlich

Studienziel: The students will improve their business English, especially in the field of retailing. This course will focus on the application of previously acquired English skills as well as on the extension of specific vocabulary and terminology.

Studieninhalt: Retailing related
- case studies
- role plays
- text-based discussions
- group work with and without presentations

Leistungs-
nachweis: Praktische Arbeit (0.3)

Literatur: Selected Chapters (to be announced in class) from *Retail Management*, Barry Berman and Joel R. Evans, Pearson Education LTD, 2007. Additional material will be provided in class

Teilnehmer-
begrenzung: 28 students per course

1.2.
1.2.3 **Wirtschaftssprachen**
 Wirtschaftsfranzösisch
 (Alternative für Wirtschaftsenglisch III)

Dozenten: **Anne-Marie Schnackertz**

Angebot im: **Zulassungsvoraussetzung:** **4 SWS/4 ECTS**
WS keine **Workload: 120 h**

Lehrform: **Veranstaltungsform:**
Übung 2 SWS wöchentlich

Studienziel: Amélioration du français parlé grâce à des présentations de textes.
Introduction au français des affaires.
Approfondissement des connaissances de l'étudiant dans le domaine du marketing et des finances.

Studieninhalt:

- Les grands groupes industriels français.
- Historique d'une entreprise familiale
- Organigramme, le travail dans les différents services de l'entreprise.
- Différents types de sociétés
- Le CV et la demande de stage
- Une embauche : la candidature traditionnelle, spontanée, par internet, les cabinets de conseil en recrutement
- La couverture sociale des salariés
- Thèmes actuels et discussion en classe. Exposés.
- Les propositions subordonnées, le passif, le futur, le conditionnel.
- 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
- le subjonctif

Leistungsnachweis: Praktische Arbeit (0,3)

Literatur: Intranet, Inhalte von Wirtschaftsfranzösisch 1 und Wifranz 2 unter Fakultät W/
Dozenten/ Schnackertz/Wirtschaftsfranzösisch 1

Sonstiges:

1.2 **Wirtschaftssprachen*****
1.2.4 **Wirtschaftsspanisch**
 (Alternative für Wirtschaftsenglisch III)

Dozent: **Georgina Gutierrez-Frei**

Angebot im WS	Zulassungsvoraussetzung: <i>Gute Spanischkenntnisse</i>	4 SWS/4 ECTS Workload: 120 h
	Lehrform: Vorlesung 4 SWS	Veranstaltungsform: wöchentlich

Studienziel: Los alumnos ampliarán su vocabulario en las áreas de negocios y comerciales. Las habilidades de presentación y discusión serán reforzadas para mejorar su capacidad de interactuar con hispanohablantes. Además, los alumnos serán capaces de comprender y analizar textos del mundo empresarial y económico.

Studieninhalt: En la primera parte el enfoque es en una introducción a los negocios y en la expresión oral. Además se tratarán temas generales tales como el curriculum vitae, las solicitudes de empleo y la entrevista.

En la segunda parte se discutirán temas sobre las diferencias culturales con los hispanohablantes, la economía de Latinoamérica y se estudiarán aspectos actuales de empresas específicas.

**Leistungs-
nachweis:** Praktische Arbeit mit Präsentation (0,7)
(Endnote für Wirtschaftssprachen = 0,3 für Englisch Correspondence + 0,7
Wirtschaftsspanisch)

Literatur: Coello Arias, M. (2002): Español para Economistas, Lucius & Lucius, Stuttgart
Jöckel, Sabine (2007): Wirtschaftsspanisch, 2. Auflage,
Oldenbourg Wissenschaftsverlag, München. t.
Schnitzer, Johannes/Marti, Jordi (2007): Wirtschaftsspanisch.
Terminologisches Handbuch, 5. Auflage, Oldenbourg
Wissenschaftsverlag, München.
Suárez Lasierra, María/ Discherl, Klaus (2001): Einführung in die spanische
Wirtschaftssprache, Vahlen, München.
Ecos, Spotligh Verlag.
www.americaeconomia.com
<http://www.project-syndicate.org>
www.cepal.org

1.3. Quantitative Methoden und Informationsverarbeitung

1.3.1 Quantitative Methoden

(umfasst QM 1 und QM 2; QM 1 wird jeweils im WS, QM 2 im SS angeboten)

Dozent: Lars Fend (QM 1 im Wintersemester)
Monika Ruschinski (QM 2 im Sommersemester)

Angebot im: WS/SS	Zulassungsvoraussetzung: keine	3 SWS/6 ECTS Workload: 180 h
	Lehrform: Vorlesung 1,5 SWS /Übung 1,5 SWS	Veranstaltungsform: Wöchentlich

Studienziel: Die Studierenden verfügen über die für das mittlere und höhere Management erforderlichen statistisch-mathematischen Kenntnisse. Sie haben einen Überblick über die grundlegenden Methoden in der deskriptiven und induktiven Statistik sowie moderne multivariate Analysemethoden. Die Studierenden sind abschließend in der Lage, die Relevanz statistische Konzepte für Probleme der Praxis zu erkennen, statistische Methoden angemessen einzusetzen und die Ergebnisse fundiert zu bewerten.

Studieninhalt:

Quantitative Methoden 1:

- Grundlegende Begriffe der deskriptiven Statistik, insbesondere Merkmale, Merkmalsausprägung, Skalierung, empirische Verteilungen, Häufigkeiten, Analysemethoden
- Beschreibung und Analyse von Daten, vor allem Mittelwerte, Streuungsmaße, Konzentrationsmaße, Korrelationsmaße, Indizes, Zeitreihenanalyse

Quantitative Methoden 2:

- Grundzüge der Wahrscheinlichkeitstheorie: Konzeptionen und Wahrscheinlichkeitskalkulationen
- Zufallsvariablen und Verteilungen von Zufallsvariablen
- Parameterschätzungen und Hypothesentests

Leistungsnachweis: schriftliche Prüfung, 90-min. (0,5)

Literatur:

- Bourier, G. (2003): Beschreibende Statistik: Praxisorientierte Einführung - Mit Aufgaben und Lösungen, 5.A., Wiesbaden.
- Bourier, G. (2006): Wahrscheinlichkeitsrechnung und schließende Statistik, Wiesbaden.
- Schira, J. (2005): Statistische Methoden der VWL und BWL, 2. A., München.
- Buttler, G., Fickel, N. (2002): Einführung in die Statistik, Reinbek/Hamburg.

Sonstiges: Ein intensives Literaturstudium wird empfohlen.

1.3 Quantitative Methoden und Informationsverarbeitung und Technische Betriebswirtschaft

1.3.2 Informationsverarbeitung (1. Teil)

Dozenten: Vorlesung: Bernhard Ostheimer
Praktikum: Jürgen Hofmann / Tobias Ochsenkühn

Angebot im WS **Zulassungsvoraussetzung:** **3 SWS/3 ECTS**
keine **Workload: 90 h**

Lehrform: **Veranstaltungsform:**
Vorlesung 2 SWS / Übung 1 SWS wöchentl. Vorlesung;
selbstgesteuertes Lernen
mit Lernprogramm beim
Praktikum

Studienziel: Die Studierenden können

- die Bedeutung der Informationsverarbeitung im betriebswirtschaftlichen Kontext, insbesondere die Einsatzgebiete und Nutzeffekte der Informationsverarbeitung in der betrieblichen Praxis bei Handelsunternehmen beschreiben,
- Grundlagen der Hard- und Systemsoftware beschreiben,
- Grundlagen wesentlicher Anwendungssoftware in Handelsunternehmen kritisch beurteilen,
- Strukturen und Medien zur Vernetzung von Rechenanlagen erkennen sowie die mit der so geschaffenen Infrastruktur realisierbaren Möglichkeiten zur Datenübertragung und Telekommunikation beurteilen,
- die betriebliche Nutzung des Internet und seiner Technologie für unternehmensinterne und übergreifende Informationssysteme mit Fokus auf den Sektor Handel erkennen.

Im Praktikum arbeiten die Studentinnen und Studenten mit einem interaktiven Lernprogramm. Nach Absolvieren der vorgesehenen Lerneinheiten und dem Lösen der dazugehörigen Übungsaufgaben kennen die Studentinnen und Studenten die Grundfunktionalität von Textverarbeitungs-, Tabellenkalkulations-, Präsentations- und sonstige Bürosoftware sowie Internet-Dienste. Sie sind in der Lage zur Lösung von Aufgabenstellungen aus der betrieblichen Praxis.

Studieninhalt:

- Informationsverarbeitung in Handelsunternehmen
- Hard- und Systemsoftwaregrundlagen
- Grundlagen der Anwendungssysteme in Handelsunternehmen
- Büroautomatisierung
- Vernetzung in Unternehmen
- Praktika „Textverarbeitung“, „Tabellekalkulation“, „Präsentationssoftware“, „Sonstige Bürosoftware“, „Internet“

Leistungsnachweis: Vorlesung: Schriftliche Prüfung, 90-min. (schriftliche Prüfung Teil 1 + Teil 2) (0,5)
Praktikum: Testat (m.E./o.E.)

Literatur: Stahlknecht, P. und Hasenkamp, U., Einführung in die Wirtschaftsinformatik, 2005.
Mertens, P., Integrierte Informationsverarbeitung 1, 2007.
Becker, J und Schütte, R., Handelsinformationssysteme, 2004.
Laudon, K.C., Laudon, J.P. und Schoder, D., Wirtschaftsinformatik – eine Einführung, München 2006.

Lernprogrammunterlagen zu MS Word, MS Excel, MS Powerpoint und MS Outlook.

Teilnehmerbegrenzung: Gilt nur fürs Praktikum: 15 Studierende pro Kurs; Kursanzahl je nach Bedarf

Sonstiges: Die Begleitmaterialien stehen i.d.R. in elektronischer Form im Intranet zum Herunterladen zur Verfügung. Teile der Lehrveranstaltung können als virtuelle Veranstaltung durchgeführt werden.

1.3 Quantitative Methoden, Informationsverarbeitung und Technische Betriebswirtschaft

1.3.2 Informationsverarbeitung (2. Teil)

Dozenten: Vorlesung: Bernhard Ostheimer
Praktikum: Werner Schmidt

Angebot im SS

Zulassungsvoraussetzung:
keine

3 SWS/3 ECTS
Workload: 90 h

Lehrform:
Vorlesung 2 SWS / Übung 1 SWS

Veranstaltungsform:
Vorlesung wöchentlich
Selbstgesteuertes Lernen mit Lernprogramm beim Praktikum

Studienziel: Aufbauend auf den Grundlagen der Informationsverarbeitung erfahren die Studierenden den querschnitts- und prozessorientierten Charakter der betrieblichen Informationsverarbeitung. Die Studierenden können

- die Bedeutung der Ressource Information in Handelsunternehmen einschätzen,
- die wesentlichen Aspekte der Analyse, Konzeption und Modellierung von Geschäftsprozessen und deren Unterstützung durch IT beschreiben,
- die strategischen und operativen Aufgaben des IT-Managements, wie z. B. IT-Organisation, IT-Prozesse und IT-Outsourcing beschreiben und im Kontext aktueller Entwicklungen (Compliance, Datenschutz etc.) beurteilen und
- das Einsatzspektrum betriebswirtschaftlicher Anwendungssysteme verstehen.

Im Praktikum arbeiten die Studentinnen und Studenten mit einem interaktiven Lernprogramm. Nach Absolvieren der vorgesehenen Lerneinheiten und dem Lösen der dazugehörigen Übungsaufgaben kennen die Studentinnen und Studenten die Grundfunktionalität von Datenbanksystemen. Sie sind in der Lage, zur Lösung von Aufgabenstellungen aus der betrieblichen Praxis selbst Datenbanken zu entwerfen, damit Daten zu pflegen und Auswertungen zu erstellen.

Studieninhalt:

- IT-Management: Grundlagen
- IT-Management: strategische und operative Aufgaben
- Betriebliche Anwendungssysteme
- Praktikum „Datenbanken“

Leistungsnachweis: Vorlesung: Schriftliche Prüfung, 90 min.
Praktikum: Testat (m.E./o.E.)

Literatur: Hofmann/Schmidt (2010): Masterkurs IT-Management, 2. Aufl., Wiesbaden, ISBN: 978-3834808424.
Gadatsch (2008): Grundkurs Geschäftsprozess-Management, 6. Aufl., Wiesbaden, ISBN: 978-3834807625.
Laudon/Laudon/Schoder (2009): Wirtschaftsinformatik – eine Einführung, München, ISBN: 978-3827373489.
Mertens (2009): Integrierte Informationsverarbeitung 1, 17. Aufl., Wiesbaden, ISBN: 978-3834916457.
Lernprogrammunterlagen zu MS Access

Teilnehmerbegrenzt: Gilt nur fürs Praktikum: 15 Studierende pro Kurs; Kursanzahl je nach Bedarf

Sonstiges: Die Begleitmaterialien stehen i.d.R. in elektronischer Form im Intranet zum Herunterladen zur Verfügung. Teile der Lehrveranstaltung können als virtuelle Veranstaltung durchgeführt werden. Siemens-Verbundstudierende absolvieren Vorlesung und Praktikum über Lehrbeauftragte in den Siemens-Bildungszentren.

1.4 Wirtschaftsprivatrecht

1.4.1 Wirtschaftsprivatrecht I

Dozent: Thomas Tesseraux

Angebot im:
WS

Zulassungsvoraussetzung:
keine

4 SWS/4 ECTS
Workload: 120 h

Lehrform:
Vorlesung 4 SWS

Veranstaltungsform:
wöchentlich

Studienziel: Die Studierenden erhalten einen Überblick über das Wirtschaftsprivatrecht. Sie erwerben Grundlagenkenntnisse auf den Gebieten des Allgemeinen Teils des Bürgerlichen Gesetzbuches, des allgemeinen und des besonderen Schuldrechts und des Sachenrechts. Sie werden mit den für Betriebswirte relevanten Fragestellungen vertraut und erlernen die Methoden der privatrechtlichen Fallbearbeitung.

Studieninhalt:

- Grundlagen des Rechts, insbesondere des Zivilrechts
- Rechtssubjekte und -objekte, Willenserklärung, Rechtsgeschäft
- Stellvertretung
- Inhalt, Begründung und Erlöschen von Schuldverhältnissen
- Leistungsstörungen und Folgen
- Vertragsarten – Kauf – Miete – Dienst- und Werkvertrag
- Verbrauchsgüterkauf
- Recht der unerlaubten Handlung
- Einführung ins Sachenrecht, Eigentum, Besitz, Sicherungsrechte
- Grundzüge des HGB – Kaufmann, Handelsgeschäft, Prokura
- Grundlagen der Produkthaftung

**Leistungs-
nachweis:** Schriftliche Prüfung, 90-min.(0,5)
Hilfsmittel:
BGB, Beck-Textausgabe im dtv
HGB, Beck-Textausgabe im dtv
Als Kommentierungen sind in den Gesetzestexten nur Paragraphenhinweise und Unterstreichungen erlaubt.

Literatur: Klunzinger, Eugen, Einführung in das Bürgerliche Recht
Zur Lehrveranstaltung bitte mitbringen: BGB, Beck-Textausgabe im dtv

1.4 Wirtschaftsprivat recht

1.4.2 Wirtschaftsprivat recht II

Dozent: Michaela Regler / Stefan Eck

Angebot im:
SS

Zulassungsvoraussetzung:
keine

4 SWS/4 ECTS
Workload: 120 h

Lehrform:
Vorlesung 4 SWS

Veranstaltungsform:
wöchentlich

Studienziel: Ziel dieses Moduls ist es, aufbauend auf den Vorkenntnissen aus dem Teilfach WPR I, Wissen und Fähigkeiten der Studierenden im Bürgerlichen Recht zu vertiefen und zu erweitern sowie einen Überblick über das Handelsrecht, Arbeitsrecht und Wettbewerbsrecht zu gewinnen.

Studieninhalt:

- Vertiefung der allgemeine Leistungsstörungen
- Vertiefung ausgewählter Vertragstypen
- Besitz und Eigentum und Sicherungsrechte
- Kaufmann, Firma
- Überblick über ausgewählte Gesellschaftsarten
- Einführung in das Individualarbeitsrecht
- Begründung des Arbeitsverhältnisses
- Rechte und Pflichten aus dem Arbeitsverhältnis
- Beendigung des Arbeitsverhältnisses
- Überblick über das kollektive Arbeitsrecht
- Grundlagen und Aufgabe des Wettbewerbsrechts
- Verbot unlauterer geschäftlicher Handlungen
- Irreführende Werbung
- Vergleichende Werbung
- Unzumutbare Belästigungen
- Rechtsfolgen unlauterer Werbung

**Leistungs-
nachweis:**

Schriftliche Prüfung, 90-min.(0,5)
Hilfsmittel:
BGB, Beck-Textausgabe im dtv, HGB, Beck-Textausgabe
AktG/GmbHG, Beck-Textausgabe im dtv, Wettbewerbsrecht und Kartellrecht, Beck-
Textausgabe im dtv
Oder: Aktuelle Wirtschaftsgesetze, Beck'sche Textausgaben
Arbeitsgesetze, Beck-Textausgabe im dtv
*Alle angegeben Ausgaben jeweils in der aktuell erhältlichen Auflage bitte bereits in
der ersten Veranstaltung mitbringen!*
*Als Kommentierungen sind in den Gesetzestexten nur Paragraphenhinweise und
Unterstreichungen erlaubt.*

Literatur:

Klunzinger, Eugen, Einführung in das Bürgerliche Recht
Klunzinger, Eugen, Grundzüge des Gesellschaftsrechts
Klunzinger, Eugen, Grundzüge des Handelsrechts
Pallasch, Ulrich, Arbeitsrecht für Wirtschaftswissenschaftler
Dütz, Wilhelm, Arbeitsrecht
Marscholke, Günter, Arbeitsrecht
Lettl, Tobias, Wettbewerbsrecht
Alle angegeben Titel jeweils in der aktuell erhältlichen Auflage

1.5 Rechnungswesen, Finanzierung und Steuern

1.5.1 Buchführung

Dozent: Oliver Horwath

Angebot im:
WS

Zulassungsvoraussetzung:
keine

2 SWS/3 ECTS
Workload: 90 h

Lehrform:
Vorlesung 2 SWS

Veranstaltungsform:
wöchentlich

Studienziel: Die Studierenden verfügen über das Grundwissen der doppelten Buchführung. Sie kennen bestehende Zusammenhänge und Wechselwirkungen der Finanzbuchhaltung und sind in der Lage ausgewählte Geschäftsvorfälle in Handelsunternehmen buchhalterisch zu bearbeiten.

Studieninhalt:

- Historie, Aufgaben und Bedeutung sowie grundlegende Rechengrößen der Finanzbuchhaltung.
- Gesetzliche Vorschriften zur Führung von Büchern und zur Aufstellung des Jahresabschlusses.
- Grundsätze ordnungsgemäßer Buchführung
- Organisation der Buchführung
- Buchführungs- und Jahresabschlusstechnik
- Verrechnungstechnische Grundlagen und Verbuchung ausgewählter Geschäftsvorfälle in Handelsunternehmen.

**Leistungs-
nachweis:** Schriftliche Prüfung, 90-min.(0,15)
Hilfsmittel: Taschenrechner; HGB
(Zulassungsvoraussetzung für Bilanzierung und Jahresabschluss/Modul 1.9 ist Buchführung/Modul 1.10)

Literatur: Ulrich Döring: Buchhaltung und Jahresabschluss, Schmidt Erich Verlag, 11.Auflage 2009
Jörn Littkemann: Buchführung, Dr. Th. Gabler Verlag, 3.Auflage 2008

Sonstiges: Ein intensives Literaturstudium wird empfohlen, die Vor- und Nachbereitungen der Vorlesungen ist unbedingte Grundvoraussetzung zum erfolgreichen Bestehen der schriftlichen Prüfung und der Verfolgung der Vorlesungen

1.5 Rechnungswesen, Finanzierung und Steuern

1.5.2 Bilanzierung und Jahresabschluss

Dozent: Torsten Graap

Angebot im:
SS

Zulassungsvoraussetzung:
keine

4 SWS/5 ECTS
Workload: 150 h

Lehrform:
Vorlesung 4 SWS

Veranstaltungsform:
wöchentlich

Studienziel: Die Studierenden lernen die Grundlagen des deutschen Handelsrechts sowie jene der internationalen IFRS-Rechnungslegung kennen. Sie beherrschen die Instrumente der Bilanzierung und Bewertung. Außerdem können sie einzelne Bilanzposten unter Berücksichtigung der nationalen und IFRS-Rechnungslegungsstandards bilanzieren und bewerten. Sie kennen die Grundzüge der Konzernbilanzierung und verstehen den Ansatz der Jahresabschlussanalyse.

Studieninhalt:

- Rechtliche Grundlagen des Jahresabschlusses und der Rechnungslegung
- Ansatz-, Ausweis- und Bewertungsvorschriften
- Bilanzspezifische Positionen: Anlage- und Umlaufvermögen, Eigenkapital, Fremdkapital (Rückstellungen und Verbindlichkeiten)
- Gewinn- und Verlustrechnung
- Weitere Bestandteile des Jahresabschlusses bzw. der Rechnungslegung
- Grundlagen der IFRS-Rechnungslegung
- Grundlagen der Konzernrechnungslegung
- Grundlegendes zur Bilanzpolitik
- Grundzüge der Abschlussanalyse

Leistungsnachweis:

Schriftliche Prüfung , 90 Minuten
Hilfsmittel: Taschenrechner, unkommentiertes HGB,
Aktuelle Steuertexte C.H. Beck

Literatur:

Pflichtlektüre:

- *Buchholz*: Grundzüge des Jahresabschlusses nach HGB und IFRS, aktuelle Auflage, Vahlen-Verlag, München.
- *Handelsgesetzbuch (HGB)*, aktuelle Auflage.

Weiterführende Literatur:

- *Coenenberg*: Jahresabschluss und Jahresabschlussanalyse, aktuelle Auflage, Verlag Schäffer-Poeschel, Stuttgart.
- *Gräfer/Sorgentfrei*: Rechnungslegung, aktuelle Auflage, NWB-Verlag, Herne/Berlin.
- *Scherrer*: Rechnungslegung nach neuem HGB, aktuelle Auflage, Vahlen-Verlag München.

Sonstiges:

Ein Literaturstudium wird empfohlen, die Vor- und Nachbereitung der Vorlesung ist Grundvoraussetzung zum erfolgreichen Bestehen der schriftlichen Prüfung. Ein vorlesungsbegleitendes Tutorium des Studiengangs Betriebswirtschaft zur Verfestigung des erworbenen Wissens mit Aufgaben analog zur Vorlesungsgliederung wird angeboten.

1.5 **Rechnungswesen, Finanzierung und Steuern**

1.5.3 **Investitions- und Finanzierungsentscheidungen**

Dozent: Stefan May

Angebot im:
SS

Zulassungsvoraussetzung:
keine

4 SWS/5 ECTS
Workload: 150 h

Lehrform:
Vorlesung

Veranstaltungsform:
wöchentlich

Studienziel:

Die Studierenden

- können die gängigen Finanzierungsinstrumente benennen, diese klassifizieren sowie ihre Funktionsweise beschreiben.
- sind in der Lage, den Stellenwert von Finanzierungskennziffern und -regeln einzuschätzen und zu diskutieren.
- erkennen die Bedeutung und Aussage des Leverage-Effektes und können diese darstellen.
- können Investitions-Vorteilhaftigkeitskalkulationen erstellen und korrekt interpretieren.

Studieninhalt:

- * Definition und Grundbegriffe der Finanzierungs- und Investitionslehre
- * Ziele und Aufgaben des Finanzmanagements
- * Überblick über Finanzierungsinstrumente und deren Funktion
- * Aussage und Interpretation der wichtigsten Finanzkennzahlen
- * Zur Bedeutung von Kapitalstrukturentscheidungen: Leverage-Effekt
- * Verfahren der Investitionsrechnung

Leistungsnachweis:

Schriftliche Prüfung, 90 Minuten (0,25)
Hilfsmittel: Taschenrechner sowie statistische und finanzmathematische Formelsammlung.

Literatur:

Brealey, R./ Myers, S.C./ Marcus, A.J.: Fundamentals of Corporate Finance, 2008.
Schmidt, R./ Terberger-Stoy, E.: Grundzüge der Investitions- und Finanzierungstheorie, 1997.
Perridon, L., Steiner, M.: Finanzwirtschaft der Unternehmung, 2007.
Lesehinweise, weitere Literaturangaben sowie Hinweise auf etwaige Aktualisierungen werden in der Veranstaltung bekannt gegeben.

Sonstiges:

Über die Web Site von Prof. Dr. Stephan May (<http://www.ProfMay.de>) können kostenlose Skripten zum Thema Finanzmathematik und Statistik heruntergeladen werden.

1.5 Rechnungswesen, Finanzierung & Steuern

1.5.4 Steuerlehre

Dozent: Markus Jordan

Angebot im:
WS

Zulassungsvoraussetzung:
keine

2 SWS/3 ECTS
Workload: 90 h

Lehrform:
Vorlesung

Veranstaltungsform:
wöchentlich

Studienziel: Die Studierenden haben einen Überblick über das Besteuerungssystem in Deutschland und Grundkenntnisse in wichtigen Steuerarten. Sie kennen die allgemeine Steuerlehre und im Überblick die wichtigsten Steuerarten einschließlich ihrer betrieblichen Relevanz mittels Steuernormenlehre und Steuerwirkungslehre. Die Studierenden sind unter anderem in der Lage, ausgewählte Fragen der Handels- und Steuerbilanz zu erörtern und können in ausgewählten Bereichen steuerliche Fälle bearbeiten.

Studieninhalt:

- Einführung in das System der Besteuerung
- Überblick über die verschiedenen Steuerarten
- Grundbegriffe der Steuerlehre
- Steuerermittlung, -festsetzung, -erhebung und Rechtsschutz
- Grundlagen der Einkommensteuer
- Grundlagen des Bilanzsteuerrechts
- Grundlagen der Körperschaftsteuer
- Grundlagen der Gewerbesteuer
- Grundlagen der Umsatzsteuer

Leistungsnachweis: Schriftliche Prüfung, 90-min. (0,15)

Literatur: Bornhofen, Manfred / Busch, Ernst, Steuerlehre 1 und 2
Haberstock, Lothar / Breithecker, Volker, Einführung in die Betriebswirtschaftliche Steuerlehre

Sonstiges: Zur Lehrveranstaltung bitte mitbringen: Aktuelle Steuertexte, Beck-Verlag.

1.5 **Rechnungswesen, Finanzierung & Steuern**
1.5.5 **Kostenrechnung und Kostenmanagement**

Dozent: **Karin Schmidt**

Angebot im: **Zulassungsvoraussetzung:** **4 SWS/4 ECTS**
WS keine Workload: 120 h

Lehrform: **Veranstaltungsform:**
Vorlesung wöchentlich

Studienziel: Die Studierenden kennen die Aufgaben und Ziele der Kosten- und Leistungsrechnung. Sie sind mit den Instrumenten der Betriebsabrechnung vertraut und beherrschen die Kalkulation von Aufträgen nach verschiedenen Systemen der Kostenrechnung. Die Studierenden können die Kostenrechnung als Informationsinstrumentarium für die betriebliche Entscheidungsfindung zu nutzen und erkennen dabei deren Möglichkeiten und Grenzen. Die Studierenden wissen um die Einsatzmöglichkeiten der Kostenrechnung für die Unternehmenssteuerung und das Controlling. Sie können die Basiswerkzeuge des Kostenmanagements praxisorientiert einsetzen.

- Studieninhalt:**
- Grundlagen und Systeme der betrieblichen Kosten- und Leistungsrechnung
 - Das Instrumentarium der traditionellen Betriebsabrechnung auf Vollkostenbasis (Kostenarten-, Kostenstellen- und Kostenträgerrechnung)
 - Einsatzbereiche und Mängel der Vollkostenrechnung
 - Die Teilkostenrechnung und ihre Einsatzbereiche
 - Die Prozesskostenrechnung
 - Plankostenrechnung und Abweichungsanalyse
 - Das Target Costing
 - Methoden der Budgetierung
 - Controllingverständnis und Kostenmanagement

Leistungsnachweis: Schriftliche Prüfung, 90-min.
Hilfsmittel: Taschenrechner.

Literatur: Coenenberg, A./Fischer, T. M./Günther, T., Kostenrechnung und Kostenanalyse, 6. Aufl., Stuttgart 2007
Schmidt, A., Kostenrechnung, 3. Aufl., Stuttgart, 2001
Weitere Literatur wird in der Veranstaltung bekannt gegeben.

Sonstiges:

1.6 Marketing, Logistik & Personal
1.6.1 Einkaufs- und Beschaffungsmanagement

Dozent: Stefan Rock / Sebastian Wild

Angebot im:
WS

Zulassungsvoraussetzung:
keine

4 SWS/4 ECTS
Workload: 120 h

Lehrform:
Vorlesung/ Übung

Veranstaltungsform:
wöchentlich

Studienziel: „Im Einkauf liegt der Erfolg. Durch die Beschaffung wird der Einkaufserfolg abgesichert“. Die Studierenden erwerben die hierfür erforderlichen einkaufs- und beschaffungsorientierten Kenntnisse. Sie erhalten einen Überblick, über die Prozesse im Einkauf und der Beschaffung sowie Hinweise, mit Hilfe welcher innovativen Tools zukünftigen Anforderungen an internationale Handelsunternehmen erfolgreich entsprochen werden kann. Die Studierenden sind abschließend in der Lage, die situationsspezifische Relevanz von einkaufs- und beschaffungsspezifischen Konzepten zu erkennen, zielorientiert einzusetzen und nachhaltige Ergebnisse zu erzielen.

Studieninhalt:

- Grundlegende Begriffe des Einkaufs
- Abgrenzung des Einkaufs und der Beschaffung
- Phasen im Einkaufsprozess
- Organisationsformen des Einkaufs im Handel
- Aufgaben des Einkaufs und der Beschaffung
- Sourcingkonzepte im internationalen Kontext
- Elemente und Instrumente des Konditionenmanagements
- Aspekte der Bewertung und Integration von Lieferanten
- Disposition als wesentliches Element der Beschaffung
- Anforderungen an die Qualifikation der Beschaffungs- und Einkaufsmitarbeiter
- Controlling im Einkauf und der Beschaffung
- Out of Stock – Ursachen und Möglichkeiten diesen entgegenzuwirken

Leistungsnachweis:

Schriftliche Prüfung 90 min. (0,3)

- Literatur:** **Arnolds, H.; Heege, F.; Röh, C.; Tussing, W.:** Materialwirtschaft und Einkauf, 11. Auflage, Wiesbaden 2010
Barth, K.; Hartmann, M.; Schröder, H.: Betriebswirtschaftslehre des Handels, 5. Aufl., Wiesbaden 2002
Bichler, K.; Krohn, R.; Riedel, G.; Schöppach, F.: Beschaffungs- und Lagerwirtschaft, 9. Auflage, Wiesbaden 2010
Eichler, B.: Beschaffungsmarketing und Logistik, Berlin 2003
Hertel, J; Zentes, J.; Schramm-Klein, H.: Supply Chain Management und Warenwirtschaftssysteme im Handel, Heidelberg 2005
Hirschsteiner, G.: Einkaufs- und Beschaffungsmanagement, Ludwigshafen 2001
Hofbauer, G.; Bauer, Ch.: Integriertes Beschaffungsmarketing, München 2004
Kailing, V.: Praktische Preis- und Konditionenpolitik, Wiesbaden 2006
Kluck, D.: Materialwirtschaft und Logistik, 3. Auflage, Stuttgart 2008
Large, R.: Strategisches Beschaffungsmanagement, 4. Auflage, Wiesbaden 2009
Rudolph, Th.: Modernes Handelsmanagement, 2. Auflage, Stuttgart 2009
Tietz, B.: Der Handelsbetrieb, 2. Aufl., München 1993
Zentes, J.; Liebmann, P.: Handelsmanagement, München 2008 .
- Sonstiges:** Ein intensives Literaturstudium wird empfohlen.

1.6 Marketing, Logistik & Personal
1.6.2 Personal- und Organisationsmanagement

Dozent: Oliver Hackl

Angebot im:
WS

Zulassungsvoraussetzung:
keine

4 SWS/4 ECTS
Workload: 120 h

Lehrform:
Vorlesung 4 SWS

Veranstaltungsform:
Wöchentlich

Studienziel: Die Studierenden kennen die hohe Bedeutung der Personalarbeit in Handelsunternehmen. Sie gewinnen einen Überblick über die allgemeinen Grundlagen des Personal- und Organisationsmanagements sowie über unterschiedliche theoretische Ansätze der Motivation und Führung von Personal. Die Studierenden beherrschen die relevanten Aufgabenfelder und Instrumente des Personalmanagements und können diese in einen idealtypischen Managementprozess einordnen. Zudem verfügen die Studierenden über Grundlagenwissen zur Aufbau-, Ablauf- und Projektorganisation in Unternehmen. Mit Fallbeispielen, Gastvorträgen und Diskussionsrunden werden ausgewählte und aktuelle Themenschwerpunkte mit dem Ziel vermittelt, das neu Erlernte theoretische Wissen im Bereich Personalmanagement in einen praktischen Kontext einzuordnen und dadurch zu vertiefen.

Studieninhalt:

- Grundlagen des Personalmanagement
- Strategisches Personalmanagement
- Theoretische Ansätze und Grundlagen der Verhaltensbeeinflussung
- Funktionen und Aufgaben des Personalmanagement
- Grundlagen der Organisation

Leistungsnachweis: Schriftliche Prüfung, 90-min. (0,3)

Literatur: Ringlstetter, M./Kaiser, S.: Humanressourcen-Management, München 2008
Berthel, J./Becker, F.G.: Personalmanagement, Stuttgart 2007
Vahs, D.: Organisation, Stuttgart 2007
Weitere Literatur wird in der Veranstaltung bekannt gegeben.

1.6
1.6.3 **Marketing, Logistik & Personal**
Marketing

Dozent: **Oliver Hackl / Natarajan Chandrasekhar**

Angeboten in: **Zulassungsvoraussetzungen:** **4 SWS/5 ECTS**
SS *keine* Workload: 150 h

Lehrform: **Meeting time:**
Vorlesung/Case Studies wöchentlich

Studienziel: Die Studierenden erlernen Grundlagen des Marketingmanagements und deren Besonderheiten im Retail-Marketing. Anhand englischsprachiger Case Studies wird das Erlernete in einen aktuellen Praxisbezug gesetzt und dadurch vertieft.

- Studieninhalt:**
- Grundverständnis zum Marketingbegriff
 - Konsumentenverhalten
 - Kaufverhalten
 - Marketing als Managementprozeß
 - Marketinganalyse
 - Strategisches Marketingmanagement
 - Marketingziele, Marktsegmentierung und Positionierung
 - Operatives Marketingmanagement
 - Marketingimplementierung und –kontrolle

 - Vertiefende Case Studies in Englischer Sprache

Leistungs- Schriftliche Prüfung, 90 Minuten (0.4)
nachweis:

Literatur: Kotler, Ph./Bliemel, F.: Marketing-Management, München 2006
Rudolph, Th.: Modernes Handelsmanagement, München 2005
Retail Management: A strategic approach, (9th edition Berman and Evans)
Retailing – Dunne (Cengage Learning 2007)
Retailing Management (Levy & Weitz, McGraw Hill 2007)
Case studies available on the Intranet of UAS Ingolstadt
Weitere Literatur wird in der Veranstaltung bekannt gegeben.

Sonstiges: Die Grundlagenvorlesungen werden in deutscher Sprache, die Case Studies in Englisch angeboten.

PFLICHTMODULE DES 4. und 5. SEMESTERS

Modul 2.1 Handelsmanagement

2.1.1 Strategisches Handelsmanagement

Dozent: Lars Fend / Natarajan Chandrasekhar

Angebot im:
SS/WS

Zulassungsvoraussetzung:
keine

4 SWS/5 ECTS
Workload: 150 h

Lehrform:
Übung 4 SWS

Veranstaltungsform:
wöchentlich,
Blockveranstaltung

Studienziel:

Die Studierenden haben einen Überblick über den derzeitigen Stand des Wissens auf dem Gebiet des strategischen Handelsmanagement.

Die Teilnehmer verstehen die Philosophie, die Sprache und Planung von Strategiekonzepten auf verschiedenen Planungsebenen des strategischen Management (v.a. Konzern-, Unternehmens-, Bereichs-/Funktionsebene) im nationalen und internationalen Kontext.

Die Studenten können schließlich die jeweils geeigneten Strategie-Instrumente zur Umwelt- und Unternehmensanalyse sowie zur Integration entsprechender Inhalte in geeignete Bezugsrahmen (v.a. Portfoliomodelle) der strategischen Planung anwenden.

Studieninhalt:

- Strategischer Planungsprozess
- Strategische Grundkonzepte: Market Based View versus Resourced Based View
- Instrumente Umweltanalyse (v.a., Determinanten des Branchenwettbewerbs, Pestl-Analyse)
- Instrumente der Unternehmensanalyse (v.a. Wertschöpfungskette, Stärken-/Schwächenanalyse)
- Modelle zur Ableitung von Geschäftsstrategien
- Internationalisierungsstrategien
- Aktuelle Themen zu strategischen Fragestellungen

Leistungsnachweis:

Seminararbeit (0,5)
Präsentation (0,5)
Beide Teilleistungen sind zu bestehen.

Literatur:

Fend, L. (2000): Tiefgreifende Veränderungsprozesse in Handelsunternehmen. München 2000.
Rudolph, R. (2009): Modernes Handelsmanagement. 2.A., Stuttgart 2009
Essentials of Retailing (Levy & Weitz)
Retail Management a Strategic Approach (Berman&Evans)
Weitere Fallstudien und Literatur werden in der Veranstaltung angegeben bzw. zur Verfügung gestellt.

Sonstiges:

Der Vorlesungsteil Prof. Chandrasekhar wird in englischer Sprache abgehalten

2.1.2 WAHLPFLICHTFÄCHER **HANDELSMANAGEMENT**

Zum Studium der Module 2.1., 2.2. und 2.3 sind nur Studierende zugelassen, die mindestens 60 Leistungspunkte aus dem Grundlagenstudium erzielt haben.

2.1.2.1 Einführung in SAP ERP

Dozent: Udo Rimmelspacher

**Angebot im
WS**

Zulassungsvoraussetzung:

keine

Lehrform:

Vorlesung ca. 0,5 SWS, Übung ca. 1,5 SWS

2 SWS/3 ECTS

Workload: 90 h

Veranstaltungsform:

wöchentlich

Studienziel:

Die Studierenden kennen Grundlagen beispielhafter komponentenübergreifender Geschäftsprozesse mit SAP ERP als führende Software zum Enterprise Resource Planning.

Sie können in SAP ERP navigieren und sich gezielt Informationen aus den einzelnen Komponenten, welche die Grundlage für die verschiedenen betriebswirtschaftlichen Unternehmensbereiche bilden, suchen.

Sie bilden betriebswirtschaftliche Sachverhalte bzw. Geschäftsprozesse zur Leistungserstellung aus verschiedenen Unternehmensbereichen in SAP ERP ab und verstehen beispielhafte Inhalte und das Zusammenspiel von Anwendungs- und Customizing-Menü von SAP ERP.

Studieninhalt:

Einführend wird die Funktionsweise, die Bedienung und das Zusammenspiel einzelner Komponenten des SAP ERP-Systems anhand von Übungsbeispielen erklärt.

Darauf aufbauend werden – jeweils nach einer kurzen theoretischen Einführung zu den Komponenten von SAP ERP – anhand von zwei integrierten und komponentenübergreifenden Fallstudien Geschäftsprozesse aus den Bereichen Materialwirtschaft, Produktionsplanung und Controlling selbstständig durch die Studenten am SAP ERP-System abgebildet.

**Leistungs-
nachweis:**

Schriftliche Prüfung (90 min.) am SAP ERP-System

Literatur:

Skript und Übungsaufgaben; ein weiteres Literaturstudium ist nicht notwendig.

Sonstiges:

Eine regelmäßige und aktive Teilnahme, die bei den aufeinander aufbauenden Übungsaufgaben unabdingbar für den Lernerfolg ist, wird erwartet und vorausgesetzt.

2.1.2.2 Business Planning

Lecturer : Marc Knoppe

**Offered in
WS/SS**

Prerequisites:

none

Course type:

Lecture

2 SWS/3 ECTS

Workload: 90 h

Meeting time:

Block

Objectives: This lecture shows the critical issues and feasibility of developing a business venture. With actual case studies students will be prepared to develop a strategic frame, an operating model and a systematic roadmap for execution. Students will understand the difficult political and organizational obstacles that accompany every business planning. Upon completion of all the cumulative lessons, the students will understand the process of an entrepreneurial business planning.

Content: Key success factors like strategic planning, information sharing, incentives, budgeting, control, change management or the role of power and influence in a business venture will be discussed.

Effective business planning will be divided in a comprehensive process of:

- Identifying business ideas
- Screening the idea to determine feasibility
- Developing a strategic plan
- Developing an operating model
- Transforming strategies to operational issues

Case studies, practical exercises and presentations

Exam: Seminar paper

Literature: Barringer, B.R., (2009), Preparing Effective Business Plans: An Entrepreneurial Approach, Prentice Hall, ISBN-13: 9780132318327

Miscellaneous: This course will be taught in English

2.1.2.3 Evolutionary Management

Lecturer: Peter Augsdörfer

Offered in:
WS/SS

prerequisites:

none

Course type:

Lecture with exercise

2 SWS/3 ECTS

Workload: 90 h

Meeting time:

weekly

Objectives:

Evolutionary concepts of management are beginning to show an impact in modern business theory. The basic assumption about the corporate stakeholder is that they must be consistent with the common understanding of the evolution of humans. This includes non-conformity about the standard axioms of rationality ('utility maximizer') and dealing with uncertainty.

This course provides some general abstract principles to frame investigations into evolutionary processes in the business environment context.

Content:

- Schumpeter's Concept of Entrepreneurship
- Evolutionary Management Concept
- Organisation and Strategy within the evolutionary approach
- Learning organisation and change management

Exam:

Presentation

Literature:

- Grant, R.M., (2005), Contemporary Strategy Analysis, 5th edition, Blackwell, Oxford
- Hodgson, G. (2009); Darwinism and Economics, Elgar, Cheltenham
- Articles are handed out during class

Miscellaneous:

2.1.2.4 International Management – Case Studies

Lecturer: Bernd Scheed

Offered in
SS

Prerequisites:

none

Course type:

case study exercise

2 SWS/3 ECTS

Workload: 90 h

Meeting time:

Block dates

Objectives:

Students gain competences in the following areas of international management:

- the principles and the nature of international management
- environmental forces in an international context
- the mechanics and patterns of intercultural management
- the development of global business strategies
- the coordination and the issues of global management
- the principles of international marketing
- the principles of international finance and operations

Upon completion of the course the participants will have gained insights into the dynamics of internationally operating corporations and will be able to adapt themselves to international work environments.

Content:

The course is case study based and fully interactive. The cases used during the class work will cover the various areas of international management as detailed above.

Exam:

Term paper.

Literature:

Ball, D. et al.: International Business – The challenge of global competition, 2007.

Deresky, H.: International Management – Managing across borders and cultures, 2005.

Kutschker, M.; Schmid, S.: Internationales Management, 2010.

Morschett, D.; Schramm-Klein, H.; Zentes, J.: Strategic International Management, 2010.

2.1.2.5 Integrales M&A- Management

Dozent: Kai Lucks

Offered in:
WS/SS

Prerequisites:
keine
Course type:
lecture

2 SWS/ 3 ECTS
Workload: 90 h

Meeting time:
blocked
(4 days)

Objective: Development of a basic understanding on integral M&A project management structured according internationally operating corporations in a global field of competition

Content:

- Basics of M&A (reasons, success factors, categories)
- Models of M&A project management
- Categories of M&A-projects
- Rols and contributions of active players (corporates, consultants, investment bankers...)
- Management of part processes of M&A
- Integrating the part processes, management of inter-process transfers
- Introduction of most important tools and templates
- Specialties of international M&A projects
- Integral project management and project controlling

exam: Written examination (90 min) (3 ECTS)

Literature: Kai Lucks und Reinhard Meckl: Internationales M&A Management. Der prozessorientierte Ansatz, Springer-Verlag Heidelberg, 2002.

Kai Lucks: Project Management for Mergers & Acquisitions. Working Paper No. 1, University of Applied Sciences Ingolstadt, 2003.

Kai Lucks: Mergers & Acquisitions: A Systematic Procedure for Success. . Working Paper No. 9, University of Applied Sciences Ingolstadt, 2005.

Kai Lucks (editor.): Tansatlantic Mergers & Acquisitions. Opportunities & Pitfalls in German-American Partnerships, Publicis Erlangen and Wiley New York, 2005.

Kai Lucks (editor.) M&A in China. Praxisberichte und Perspektiven. Frankfurter Allgemeine Buch, 2006.

Miscellaneous:

2.1.2.6 Grundlagen der Wirtschaftspsychologie

Dozent: Torsten Graap

**Angebot im
WS/SS**

Zulassungsvoraussetzung:

2 SWS/ 3 ECTS

Workload: 90 h

Lehrform:

Veranstaltungsform:

wöchentlich

Studienziele: Studierende können durch grundlegendes psychologisches Wissen Ihre Urteils- und Entscheidungskraft in Betrieben verbessern.

**Studien-
inhalte:**

- Psychopathologische Phänomene in Betrieben (z.B. Arbeitssucht, Mobbing, Bossing, Burn-Out, Bore-Out, Depression, Korruption)
- Psychologische Strömungen (z.B. Verhaltenspsychologie, Neuropsychologie, Phänomenologische Psychologie, Psychoanalyse)
- Persönlichkeitspsychologie (z.B. Persönlichkeitstypologien, mit Eigentest)

**Leistungs-
nachweise:**

Wissenschaftliche Hausarbeit

Literatur:

- Fuchs, Helmut / Huber, Andreas: Bossing. Wenn der Chef mobbt. Strategien gegen den Psychokrieg, 1. Aufl. 2009.
- Gerrig, Richard J. / Zimbardo, Philip G.: Psychologie, 18. Aufl. 2008.
- Jung, Hans: Persönlichkeitstypologie. Instrument der Mitarbeiterführung, 3. Aufl. 2009.
- Leymann, Heinz: Mobbing. Psychoterror am Arbeitsplatz und wie man sich dagegen wehren kann, 13. Aufl. 2006.
- Riemann, Fritz: Grundformen der Angst, 34. Aufl. 2002.
- Rosenstiel, Lutz v.: Grundlagen der Organisationspsychologie, 6. Aufl. 2007.
- Wiedemann, Wolfgang: Schnellkurs Psychologie, 1. Aufl. 2005.

Sonstiges:

Es sollte ein Interesse an fachübergreifenden Themen betrieblichen Verstehens und Handelns vorhanden sein.

2.1.2.7 Corporate Responsibility

Lecturer : René Schmidpeter

Offered in
WS/SS

Prerequisites:

none

Course type:

Lecture and group work

2 SWS/3 ECTS

Workload: 90 h

Meeting time:

block

Objective: Acquire knowledge about socio-economic perspectives on business administration and management. Discuss possibilities and benefits of strategic corporate social responsibility strategies. Analyse economic and societal challenges of a company and develop sustainable solutions to it.

Content:

- Socio-economic principles of responsible management (business & society)
- Shareholder- and stakeholder management approaches
- Bottom of the pyramid and social entrepreneurship
- Strategic corporate responsibility management
- Corporate responsibility within core business processes
- Community investment strategies
- Linking strategic company goals with societal challenges
- Developing a corporate citizenship approach

Exam: Group work with presentation

Literature: 1) Prahalad, C.K. a.o. (2003) (Eds.) Harvard Business Review on Corporate Responsibility. McGraw-Hill.

2) Habisch, A.; Jonker, J.; Wegner, M; Schmidpeter, R. (Eds.) (2005): Corporate Social Responsibility across Europe. Springer.

Miscellaneous: This course will be taught in English

2.1.2.8 Web2.0 Anwendungen im Unternehmen

Dozent: Bernhard Ostheimer

Angebot im SS

Zulassungsvoraussetzung:

keine

Lehrform:

Übung

2 SWS/ 3 ECTS

Workload: 90 h

Veranstaltungsform:

Wöchentlich

Studienziele: Die Studierenden kennen die fachlichen, organisatorischen und technischen Grundlagen von aktuellen internetbasierten interaktiven Anwendungen („Web 2.0 Anwendungen“). Auf dieser Basis können die Studierenden Einsatzmöglichkeiten von Web 2.0 Anwendungen in kleinen und mittelständischen Unternehmen (KMU) einschätzen. Die Studierenden sind in der Lage, kritisch Nutzenpotentiale des Einsatzes in KMU zu reflektieren und zu bewerten. Die Studierenden können prototypisch Web 2.0 Anwendungen für einen unternehmensnahen Einsatz im Team implementieren und ihre Ergebnisse präsentieren. Zur Integration aktueller Entwicklungen finden Exkursionen, Präsentationen und Gastvorträge statt.

Studieninhalte:

- Grundlagen von Web 2.0 Anwendungen
- Geschäftsmodelle von Web 2.0 Anwendungen
- Einsatzmöglichkeiten von Web 2.0 Anwendungen in Unternehmen
- Nutzenpotentiale des Einsatzes von Web 2.0 Anwendungen in Unternehmen

Leistungsnachweis:

Projektarbeit mit Präsentation

Literatur:

- Back/Gronau/Tochtermann (2009): Web 2.0 in der Unternehmenspraxis, München, ISBN: 978-3486591217.
- Weinberg/Lange/Heymann-Reder (2010): Social Media Marketing: Strategien für Twitter, Facebook & Co, Köln, ISBN: 978-3897219694.
- Koch/Richter (2009): Enterprise 2.0: Planung, Einführung und erfolgreicher Einsatz von Social Software in Unternehmen, München, ISBN: 978-3486590548.
- Ostheimer (2007): Verteilende eBusiness-Systeme, Wiesbaden, ISBN: 978-3835007482.
- Schwickert (2001): Web Site Engineering, Wiesbaden, ISBN: 978-3519004141.

2.1.2.9 Business in Latin America

Lecturer: Roxana Orozco

Offered in
WS

prerequisites:

none

Course type:

2 SWS

2 SWS/3 ECTS

Workload: 90 h

Meeting time:

blocked

Objective: The students emerge with an understanding of the potential and the challenges of conducting business in Latin America through practical knowledge in cultural, managerial, economic, political and legal issues.

Content:

1. Introduction to the Latin American subcontinent:
 - Geographic scope
 - Common historic roots
2. Conducting business in Latin America:
 - Latin American cultures: similarities and differences
 - Pragmatic overview of classic/ contemporary cultural studies on Latin America
 - Economic outlook for the region
 - Foreign direct investment/ multinationals

Exam: Written examination, 90 minutes

Literature:

Albert, R. (1996): A Framework and Model for Understanding Latin American and Latino/Hispanic Cultural Patterns. In: Landis, D./ Bhagat, R. (1996, eds.): Handbook of Intercultural Training. 2nd. Ed., pp. 317-348. Sage, Thousand Oaks, 1996.

Ball et al. (2004): International Business, 9th Edition, New York: McGraw-Hill.

Beamish et al. (2003): International Management, Text and Cases, 5th. Edition, New York: McGraw-Hill.

Brake T. and Walker, D. (1995): Doing Business Internationally, Princeton: Training Management Corporation.

House et al. (2004, eds.): Culture, Leadership, and Organizations. The GLOBE-Study of 62 Societies. Thousand Oaks, London, 2004.

Lenartowicz/ Johnson, James (2002): Comparing Managerial Values in Twelve Latin American Countries: An Exploratory Study. In: Management International Review, Vol. 42, p.p. 279-397, 2002/2003.

Moran, Robert (1995): International Business Case Studies for the Multicultural Marketplace. Houston: Gulf Publishing Company.

www.cepal.org

www.youtube.com

<http://www.cyborlink.com/>

2.1.2.10 Prozessmanagement und Supply Chain Management

Dozent: Stefan Rock

Angebot im WS/SS

Zulassungsvoraussetzung:

keine

Lehrform:

Vorlesung/ Übung

2 SWS/ 3 ECTS

Workload: 90 h

Veranstaltungsform:

wöchentlich

Studienziele: Die Studierenden erkennen die Charakteristik des unternehmensübergreifenden Managements der Leistungserstellung, dessen Chancen und Risiken sowie Stärken und Schwächen. Sie erarbeiten die Grundlagen des wertorientierten Prozessmanagements entlang der Supply Chain sowie die Methoden der Rationalisierung einer unternehmensübergreifenden Wertschöpfung. Die Studierenden werden hinsichtlich kritischer und zugleich erfolgsrelevanter Fragestellungen, die sich bei einer überbetrieblichen Zusammenarbeit ergeben, sensibilisiert und in die Lage versetzt, Herausforderungen, die sich aus dieser sehr komplexen und zugleich sensiblen Zusammenarbeit ergeben, zu erkennen, um hierauf aufbauend entsprechende Maßnahmen zum Erreichen des Ziels der Supply Chain einleiten zu können.

Studieninhalte:

- Notwendigkeit eines unternehmensübergreifenden Managements der Wertschöpfungskette
- Merkmale des Supply Chain Managements
- Leitlinien zur Gestaltung der Supply Chain
- Gestaltungsfelder in der Supply Chain
- Bausteine des Supply Managements und ihre Abgrenzung zur betrieblichen Anwendung Schritte zur Implementierung
- Planspiel
- Fallstudien

Leistungsnachweise:

Schriftliche Prüfung 90 min.

Literatur:

- Arnold, W./ Mayer, R./ Urban, G.: Supply Chain Management, Unternehmensübergreifende Prozesse, Kollaboration, IT-Standards, Bonn 2001
- Baumgarten, H. u.a.: Supply Chain Steuerung und Services, Logistikdienstleister managen globale Netzwerke - Best Practice, Berlin 2004
- Kuhn, A./ Hellingrath, B.: Supply Chain Management, Berlin, Heidelberg 2002
- Thonemann, U. et al: Supply Chain Champions -Was sie tun und wie Sie einer werden-, Wiesbaden 2003
- Werner, H.: Supply Chain Management; Grundlagen, Strategien, Instrumente und Controlling, Wiesbaden 2000
- Wildemann, H.: Supply Chain Management. Optimierung der Wertschöpfungskette, München 2002
- Wildemann, H.: Supply Chain Management, TCW-Report 39, München 2003

2.1.2.11 Nachhaltigkeitsmanagement und Controlling

Dozent: Armin Müller

Angebot im
SS

Zulassungsvoraussetzung:

keine

Lehrform:

Seminar

2 SWS/ 3 ECTS

Workload: 90 h

Veranstaltungsform:

wöchentlich

Studienziel: Die Studierenden verstehen die Dimensionen der Nachhaltigkeit und können verschiedene Controlling-Werkzeuge, wie die Ökobilanzierung, anwenden, um ein

Nachhaltigkeitsmanagement bei seinen Aufgaben effektiv zu unterstützen.

Studien-
inhalt:

- Begriffsbestimmungen zu Controlling und Nachhaltigem Wirtschaften und Management
- Besondere Rahmenbedingungen und Anforderungen an ein Nachhaltigkeits-Controlling
- Controlling-Werkzeuge, wie Ökobilanzierung, Indikatoren und Sustainability Scorecard
- Evaluierung von Nachhaltigkeitsberichten verschiedener Unternehmen

Leistungs-
nachweis:

Klausur, 90 Min.

Literatur:

Literatur wird in der LV bekannt gegeben

Sonstiges:

Der Dozent versucht eine Exkursion zu einem ausgewiesenen Unternehmen zu organisieren.

2.1.2.12 **Softwareanwendungen im Controlling**

Dozent: **Michael Mayr**

**Angebot im
WS/SS**

Zulassungsvoraussetzung:

keine

Lehrform:

Vorlesung / Übung

2 SWS/ 3 ECTS

Workload: 90 h

Veranstaltungsform:

wöchentlich

Studienziele: Die Studierenden kennen die wichtigsten Formeln und Funktionen in Excel, die für die grundlegenden Controllingaufgaben notwendig sind. Durch das praktische Anwenden dieser Werkzeuge an praxisnahen Fragestellungen sind Ihnen die Möglichkeiten, aber auch die Grenzen der Software bekannt. Sie können problemorientiert die richtigen Tools im Zusammenhang mit Planungs-, Steuerungs- und Kontrollaufgaben identifizieren und einsetzen. Durch die Vermittlung von Kenntnissen zum systematischen Aufbau und der übersichtlichen Organisation von Arbeitsblättern in Excel sind die Studierenden in der Lage, komplexe Auswertungen fehlerfrei und transparent zu erstellen.

**Studien-
inhalte:**

- Excel-Grundlagen für Controller
 - Formeln und Funktionen für Controller
 - Bedingte Formatierung
 - Bereichsnamen
 - Pivot-Tabellen und Pivot-Charts
- Excel-Anwendungen für Controller
 - Kostenrechnung mit Excel (Teilergebnisse, Formeldetektiv)
 - Planung mit Excel (Szenarien, Gültigkeitsprüfungen, Gliederungen)
 - Reporting mit Excel (Diagramme, Hyperlink)
- Excel-Expertenwissen für Controller
 - Formulare mit Excel
 - Externe Datenquellen

**Leistungs-
nachweise:**

Kolloquium (0,5) / Präsentation (0,5)

Literatur:

- Schels, Ignatz / Seidel Uwe W.: Das große Excel-Handbuch für Controller, Markt+Technik Verlag, München 2010
- Microsoft Office Excel-Hilfe
- Microsoft Office Excel Online-Hilfe (Homepage Microsoft)

Sonstiges:

2.1.2.13 EU-Geldpolitik

Dozent: **Monika Ruschinski**

**Angebot im
SS**

Zulassungsvoraussetzung:

Keine

Lehrform:

Seminar

2 SWS/ 3 ECTS

Workload: 90 h

Veranstaltungsform:

Blockveranstaltung

Studienziel: Kenntnisse der Aufgaben, Instrumente und Ziele der Europäischen Zentralbank (EZB), Beurteilung verschiedener geldpolitischer Strategien und deren Bedeutung für die europäische Währungsunion.

**Studien-
inhalt:**

- Rolle und Aufgaben der EZB
- Geldpolitische Strategien von Zentralbanken
- Geldpolitische Instrumente
- Transmission geldpolitischer Impulse

**Leistungs-
nachweis:**

Seminararbeit und Präsentation, Teilnahme an der Exkursion

Literatur:

Blanchard, O., Illing, G. (2006), Makroökonomie, Pearson Studium, München.
Bofinger P. (2001), Monetary Policy, Oxford University Press, Oxford.
De Grauwe, P. (2000), Economics of Monetary Union, Oxford University Press, Oxford.
Deutsche Bundesbank: <http://www.bundesbank.de>
Duwendag, D. et al. (1999), Geldtheorie und Geldpolitik in Europa, Springer Verlag, Hamburg.
Europäische Zentralbank: <http://www.ecb.int>
Görgens, E., Rückriegel K., Seitz, F. (2004), Europäische Geldpolitik: Theorie, Empirie, Praxis, Lucius-Verlag, Stuttgart.
Illing, G. (1997), Theorie der Geldpolitik, Springer-Verlag, Berlin.
Issing, O. (2001), Monetary Policy in the EU Area, Cambridge University Press, Cambridge.
Issing, O. (2008), Der Euro, Verlag Franz Vahlen, München.

Sonstiges:

Exkursion zur EZB

2.1.2.14 Accenture Campus Challenge

Dozent: Udo Rimmelspacher

Angebot im
SS

Zulassungsvoraussetzung:

keine

Lehrform:

Übung in studentischen Projektteams

2 SWS/ 3 ECTS

Workload: 90 h

Veranstaltungsform:

Einzelne Blocktermine

Studienziele:

Erarbeitung eines Konzepts und eines kleinen Prototyps (für eine „Smart Sustainability“-Lösung zur Erzielung von Wettbewerbsvorteilen zur nachhaltigen Nutzung natürlicher Ressourcen.

Vorstellung der Projektergebnisse in einer Abschlusspräsentation (auf deutsch) für Mitarbeiter einer der weltweit größten Technologie- und Unternehmensberatungen.

Studieninhalte:

- Gemeinschaftsarbeit in selbst gebildeten studentischen Projektteams.
- Entwicklung einer (allgemeinen oder unternehmensspezifischen) Idee für Anwendungen und Dienste, die an beliebigen Stellen eines Wertschöpfungsprozesses eine nachhaltige Nutzung natürlicher Ressourcen erlauben (= „Smart Sustainability“-Lösung).
- Beurteilung der Idee unter den Gesichtspunkten Innovationsgrad, technische Realisierbarkeit und potentieller Erfolg (wirtschaftliche und nicht-monetäre Aspekte; es gibt keinerlei Beschränkung bei der Nutzung von Technologien, Entwicklungsumgebungen und -methoden. Allerdings sollte man überlegen, welche technologischen Mittel die Anwendung am besten unterstützen. Sofern Hardware, wie z. B. Sensoren oder Übertragungstechnik, eine Rolle spielen wird deren Vorhandensein – theoretisch - simuliert).
- Ausarbeitung der technologischen Details insoweit, dass potentielle Interessenten Kosten, Nutzen und Risiken beurteilen können (Business Case).
- Berücksichtigung möglicher gesellschaftlicher Auswirkungen sowie software-ergonomischer Aspekte.
- Erstellung einer Abschlusspräsentation (auf deutsch) mit einem kleinen Prototyp; dabei muss es sich nicht um eine voll funktionsfähige Umsetzung handeln, sondern es reicht, wenn das Prinzip Ihres Prototyps ersichtlich wird.

Leistungsnachweise:

Referat (Abschlusspräsentation in deutscher Sprache)

Sonstiges:

- Einzelne Blocktermine (werden in Zusammenarbeit mit Accenture noch bekannt gegeben)
- Unterstützung durch Coaches von Accenture, der mit Rat und Tat sowie dem notwendigen Methodenwissen zur Seite steht.
- Bei Interesse bitte unbedingt vor der Einschreibung die vollständigen Informationen im Intranet nachlesen:
Fakultät W → SG Betriebswirtschaft → Lehrveranstaltungen/Skripten → Bachelor → Vertiefungsstudium → Fachwissenschaftliche Wahlpflichtfächer → Accenture Campus Challenge 2011: Wettbewerbsvorteile durch Smart Sustainability

2.1.2.15 Integriertes Qualitäts- und Umweltmanagement eLearning Kurs der Virtuellen Hochschule Bayern

Dozent: Karl-Werner Jäger / Werner Wild

**Angebot im
SS**

Zulassungsvoraussetzung:

keine

Lehrform:

Vorlesung

2 SWS/ 3 ECTS

Workload: 90 h

Veranstaltungsform:

wöchentlich

Studienziele: Kenntnis der Grundlagen, der Struktur und des Aufbaus von Qualitäts- und Umweltmanagementsystemen. Darauf aufbauend werden die Verfahren zur Integration von Qualität und Umweltschutz in ein Managementsystem aufgezeigt.

**Studien-
inhalte:**

- Objektbereich des Managements
- Grundlagen der Organisationsgestaltung und – entwicklung
- Qualitätsmanagement nach DIN EN ISO 9001:2000
- Umweltmanagement nach DIN EN ISO 14001 und EMAS
- Ansätze zur Integration von Qualitäts- und Umweltmanagement
- Konzepte eines Total Quality Managements (TQM) – Business Excellence, EFQM-Modell

**Leistungs-
nachweise:**

schriftl. Prüfung, 90 Minuten
Die Prüfung findet an der Hochschule Ingolstadt statt.

Literatur:

Über www.vhb.org zu erfragen

Sonstiges:

**Virtuelle Lehrveranstaltung, Anmeldung nur unter www.vhb.org.
Zusätzliche Anmeldung HI über Fächereinschreibung vom 07.03. bis
10.03.2011**

2.1.2.16 International Business Law

Lecturer: Bernd Wegmann / Andres Schollmeier

Offered in:
WS/SS

Prerequisites:

keine

Course type:

lecture

2 SWS/ 3 ECTS

Workload: 90 h

Meeting time:

weekly

Objectives: The students acquire basic understanding concerning the legal conditions for economic transactions with foreign aspects. They gain basic knowledge in forming contracts when international aspects arise

Content:

- Sales contracts over the border
- Cross-border securisation
- International company law
- European company forms
- Mergers over the border
- Acquisition of companies and business units

Exam: Term paper /presentation

Literature:

Miscellaneous:

2.1.2.17 **Beratungsmanagement**

Dozent: **Michael Jünger**

**Angebot im
WS/SS**

Zulassungsvoraussetzung:

keine

Lehrform:

Vorlesung 2 SWS (mit Übungen)

2 SWS/3 ECTS

Workload: 90 h

Veranstaltungsform:

wöchentlich

Studienziel: Die Studierenden verstehen die Struktur der Branche Unternehmensberatung und sind mit der Vorgehens- und Arbeitsweise in Beratungsprojekten vertraut. Dieses Ziel wird durch einen seminaristischen Vorlesungsstil sowie durch Übungen und Fallbeispiele unterstützt..

Studieninhalt: - Markt und Marktumfeld von Unternehmensberatungen
- Anforderungen an Berater und Karrierechancen
- Analytische Betrachtung der Bestandteile von Beratungsprojekten
- Das Angebot und der Vertrag als grundlegende Bausteine eines effizienten Beratungsprojektes
- Initialisierung des Projektes im Umfeld des Kunden
- Ermittlung der Beziehungen im Projekt
- Aufbau des Projektmanagements und der Projektplanung
- Dokumentation und Präsentation der Projektergebnisse
- Projektrisiken und Projektcontrolling

**Leistungs-
nachweis:** Klausur, 90-min.

Literatur: Biggs, D. (2010): Management Consulting
Niedereichholz, Chr. (2004): Unternehmensberatung Band 1, 4. Auflage
Niedereichholz, Chr. (2008): Unternehmensberatung Band 2, 5. Auflage

Sonstiges: Ein intensives Nacharbeiten der gemeinsam erarbeiteten Inhalte ergänzt durch das Studium der Literatur wird empfohlen.
Eine Teilnahme an den Vorlesungen ist Voraussetzung zur Absolvierung der Prüfung

2.1.2.18 International Project Management

Lecturer: Joachim Walter

Offered in:
SS

Prerequisites:
none
Course type:

2 SWS/ 3 ECTS
Workload: 90 h

Meeting time:
weekly

Objectives:

Students gain a general understanding of organizing projects. They learn about staffing, time management, cost control, coordination etc. as well as about tools and instruments to fulfill these tasks. Another emphasis is on how to deal with problems which can occur while working on a project (team conflicts, time delays, budget cuts (etc.)). The students get told how to apply instruments to avoid or solve those problems. They apply what they have learned in hands-on training with case studies.

Students learn about specific problems in international projects arising from cultural differences (e.g. differences in leadership, risk handling, perception of time etc.).

Content:

Topics are

- Project Lifecycle (Phases and tasks)
- Forms of project organization
- Project planning (scheduling, resource allocation, cost estimation)
- Project monitoring and control
- Soft skills in project management (communication, motivation, problem solving)
- Specific aspects in an international and intercultural context
- New developments in project management

Exam:

Practical assignment/presentation

Literature:

Kerzner, H., Project Management, John Wiley & Sons, New York, 2003
List to be continued in class

Miscellaneous:

Parts of the course can be based on self study material (computer or web-based training, literature etc.)

2.1.3 Projekt im Handelsmarketing & Handelsmanagement

Dozent: Oliver Hackl / Stefan Rock

Angebot im:
WS/SS

Zulassungsvoraussetzung:
keine

4 SWS/5 ECTS
Workload: 150 h

Lehrform:
Projektarbeit mit begleitender Lehrveranstaltung
4 SWS

Veranstaltungsform:
Wöchentlich

Studienziel: Anhand einer konkreten Problemstellung aus der betrieblichen Realität eines Handelsunternehmens wenden die Studierenden ihre im Laufe des Studiums erworbenen Kenntnisse und Fähigkeiten im Bereich des Handelsmanagements zielorientiert an. In Kleingruppen werden hierzu von Unternehmensvertretern in Auftrag gegebene Projektthemen in Projekten behandelt und die hieraus entstehenden Aufgabenstellungen durch die Studierenden selbstständig gelöst. Eine Präsentation der Projektergebnisse vor dem Auftraggeber beinhaltet detaillierte Lösungsvorschläge. Die sehr praxisnahe Veranstaltung ermöglicht den Studenten eine signifikante Vertiefung der fachlichen Kompetenz in ausgewählten Bereichen. Sie erhalten durch die Möglichkeit, ihre methodischen als auch sozialen Kompetenzen zu erleben und zu festigen.

Studieninhalt:

- Handelsorientiertes Projektmanagement
- Projektarbeit
- Präsentation der Ergebnisse

Die zu bearbeitenden Themen sowie die Aufteilung in Projektgruppen werden in der ersten Veranstaltung bekanntgegeben.

Leistungsnachweis: Praktische Arbeit

Literatur: Themenabhängige Literaturempfehlungen erhalten die Studenten in der Veranstaltung.

Sonstiges: Ein intensives, themenspezifisches Literaturstudium wird empfohlen.

2.1.4 Internationalisierung im Handel

Dozent: Jörg Clostermann / Natarajan Chandrasekhar/
Marc Knoppe

Angebot im: **Zulassungsvoraussetzung:** **6 SWS/7 ECTS**
WS/SS keine Workload: 210 h

Lehrform: Vorlesung

Veranstaltungsform:
Wöchentlich

Studienziel: **Betriebswirtschaftlicher Teil:**
In der Veranstaltung lernen die Studierenden ausgewählte Instrumente und Strategien zur Marktbearbeitung und Marktausrichtung von Unternehmen auf internationale Märkte kennen und werden befähigt diese anzuwenden. Dabei werden Entscheidungsfelder hinsichtlich der Standardisierung bzw. Differenzierung zur Positionierung im internationalen Kontext gemeinsam erarbeitet und praktisch angewendet. Spezifische Besonderheiten, Problemstellungen, charakteristische Wesenszüge des internationalen Handels sowie internationale Handelsstrukturen werden problemorientiert aufgezeigt und befähigen die Studierenden, die Internationalisierungsfunktion auf handelseigene Problemstellungen anzuwenden.

Volkswirtschaftlicher Teil:
Parallel lernen die Studierenden die Konsequenzen für das Unternehmen aus makro-ökonomischen Entwicklungen abzuleiten, wirtschaftliche Entwicklungen anhand von Makromodellen zu beurteilen, makro-ökonomische Daten zu analysieren und zu interpretieren sowie Gutachten und Berichte internationaler Institutionen auszuwerten.

Fallstudien (in Englisch):
Zahlreiche Fallstudien illustrieren die unterschiedlichen Strategien und Wege der Internationalisierung im Handel. Die Studierenden vertiefen ihr Wissen durch aktuelle, internationale Praxisbeispiele zu ausgewählten Themengebieten.

Studieninhalt: **Betriebswirtschaftlicher Teil (Prof. Dr. Marc Knoppe):**

- Key Driver der Globalisierung im Handel
- Unternehmensstrategie und Marketing im internationalen Kontext
- Cross Cultural Management
- Wege der Internationalisierung
- Branchenanalyse und Länderbewertung
- Standardisierung und Differenzierung im internationalen Wettbewerb

Volkswirtschaftlicher Teil (Prof. Dr. Jörg Clostermann):

- Makromodelle
- Makroökonomische Datenanalyse/-interpretation
- Indikatorenanalyse
- Gutachten internationaler Institutionen
- Artikel-IV-Berichte

Fallstudien (Prof. Dr. Natarajan Chandrasekhar)

- Internationale Praxisbeispiele ausschließlich in Englisch

Leistungs-
nachweis: Referat (0,4)
Schriftliche Prüfung 90 Minuten (0,6)

Literatur:

Betriebswirtschaftlicher Teil:

Carpenter & Sanders, (2009), Strategic Management: Concepts and Cases
2/E, Prentice Hall, ISBN-13: 9780136079309

Kutschker, M. / Schmid, S. (2008), Internationales Management. Oldenbourg,
München, Wien, ISBN 978-3-486-58660-2

Volkswirtschaftlicher Teil:

G. Mankiw, M. Taylor, Grundzüge der Volkswirtschaftslehre, Schäffer-Poeschel 2008,
4. Auflage

Sonstiges:

2.2. Modul Handelsmarketing & E-Commerce

2.2.1 Brand- und Kommunikationsmanagement

Dozent: Oliver Hackl / Matthias Lötzer / Bernd Reuter

Angebot im:
WS/SS

Zulassungsvoraussetzung:
keine

4 SWS/5 ECTS
Workload: 150 h

Lehrform:

Veranstaltungsform:
Wöchentlich

Studienziel:

Die Studierenden erlangen ein Grundverständnis zum Thema Brandmanagement. Theoretische Grundlagen und Methoden sowie ein Überblick über den Prozess des Markenmanagements werden vermittelt. Aufbauend lernen die Studierenden die Formen und Instrumente einer ganzheitlichen Unternehmenskommunikation kennen. Corporate Identity als Kern der Unternehmenskommunikation liefert die Grundlage zur Umsetzung eines erfolgreichen Kommunikationsmanagements. Anhand ausgewählter Fallstudien lernen die Studierenden ihr Wissen über Aufgaben, Instrumente und Wechselwirkungen von Brand- und Kommunikationsmanagement in einen praktischen Kontext zu übertragen. Die Entwicklung einer Kommunikationsstrategie wird anhand von Praxisbeispielen aus der Markenwelt des Handels verdeutlicht. Die Studenten erhalten zudem Einblicke in die Welt der Mediaplanung. Der theoretische Grundlagenteil der Veranstaltung wird in deutscher Sprache, die Case Studies werden in Englisch angeboten.

Studieninhalt:

- Theoretische Erklärungsansätze des Markenmanagements
- Prozess des Strategischen Markenmanagements
- Operatives Markenmanagement
- Grundlagen der Unternehmenskommunikation
- Corporate Identity als Kern der Unternehmenskommunikation
- Formen der in- und externen Kommunikation (Klassische Werbung, PR, Sponsoring, Krisenkommunikation, Investor Relationship usw.)
- Aufgaben des Kommunikationsmanagements (Planung, Positionierung, Kommunikationskontrolle etc.)
- Entwicklung einer globalen Kommunikationsstrategie im Webzeitalter
- Sponsoring als besonderes Kommunikations- und Markenbildungsinstrument im Consumer- und Retailmarketing
- Praktische Zusammenarbeit mit Werbeagenturen
- Web2.0 und Dialogmarketing
- Fallbeispiele

Leistungsnachweis:

Schriftliche Prüfung, 90 Minuten

Literatur:

Hofbauer, G./Schmidt, J.: Identitätsorientiertes Markenmanagement, Regensburg, Berlin 2007
Esch, F.-R.: Moderne Markenführung, Wiesbaden 2005
Bruhn, M. /Esch, F.- R./Langner, T. (Hrsg.): Handbuch Kommunikation, Stuttgart 2009

Weitere Literaturhinweise werden in der Vorlesung bekannt gegeben

2.2.2. Sortiments-, Service- und Preismanagement

Dozent: Marc Knoppe / Stefan Rock

Angebot im: **Zulassungsvoraussetzung:**
WS *keine*

4 SWS/5 ECTS
Workload: 150 h

Lehrform:
Vorlesung / Übung 4 SWS

Veranstaltungsform:
wöchentliche Veranstaltung

Studienziel: An Hand von Beispielen erkennen die Studierenden Ziele, Aufgaben, Umfeld, Methoden und Erfolgsfaktoren des Sortimentsmanagements. Sie werden befähigt, die Thematiken des Sortiments-, Service- und Preismanagements praxisorientiert anzuwenden. Im Mittelpunkt steht die markt- und lösungsorientierte Gestaltung und Optimierung der Sortimentspolitik.

Ziel des Servicemanagements ist es, die Besonderheiten der Dienstleistung als wesentliches Absatzobjekt im Handel zu erkennen. Ausgehend von konstitutiven Elementen des Services - und der damit verbundenen Philosophie – werden die Konsequenzen für das strategische Marketing von Dienstleistungen im Handel abgeleitet. Dabei werden ausgewählte Aspekte des Servicemanagements diskutiert, insbesondere das damit veränderte Qualitätsbewusstsein.

In diesem Zusammenhang sind die Studierenden auch in der Lage den neuesten State of the Art des Preismanagements anzuwenden. Die Studierenden erlernen theoretische und moderne Methoden des Preismanagements im internationalen Handel anzuwenden.

Die Inhalte werden mit Übungsaufgaben und Fallstudien vertieft.

Studieninhalt:

- Grundlagen der Sortimentspolitik und des Sortimentsmanagements internationaler Handelsunternehmen
- Grundlagen des Sortimentscontrolling
- Sortiment und Storelayout
- Produkt- und Category Management im internationalen Kontext
- Absatzfunktion des Servicemanagements für internationale Handelsunternehmen
- Kernaufgaben des Preismanagements im internationalen Kontext
- Strategien im Preismanagement, Rechtliche Rahmenbedingungen
- Fallbeispiele

Leistungsnachweis: Schriftliche Prüfung 90 Minuten

- Literatur:**
- Ahlert, D.; Kenning, P.; Olbrich, R.; Schröder, H.: Sortimentsstrategien in Industrie und Handel, Frankfurt 2009
 - Czech-Winkelmann, S.: Lexikon Sortimentspolitik, Frankfurt 2010
 - Ahlert, D.; Kenning, P.: Handelsmarketing, Berlin 2007
 - Barth, K., Hartmann, M., Schröder, H.: Betriebswirtschaftslehre des Handels, 5. Aufl., Wiesbaden 2002
 - Haller, S.: Handelsmarketing, Ludwigshafen 1997
 - Müller-Hagedorn, L.: Der Handel, Stuttgart 1998
 - Müller-Hagedorn, L.: Handelsmarketing, 4. Auflage, Stuttgart 2005
 - Rudolph, T.; Kotouc, A.: Das Sortiment aus Verbrauchersicht, in: Thexis, Sortiment, 23. Jg., Heft 2, S. 2 – 7, St. Gallen 2006
 - Rudolph, T.; Kotouc, A.: Das optimale Sortiment aus Kundensicht, in: Harvard Business Manager, 27. Jg. Heft 8, S. 64 – 74
 - Schröder, H.: Sortimentscontrolling im Lebensmittel-Einzelhandel, in: Thexis, Sortiment, 23. Jg., Heft 2, S. 22 – 25, St. Gallen 2006

Sonstiges: Ein intensives Literaturstudium wird empfohlen.

2.2.3 E-Commerce & Versandhandel

Dozent: Lars Fend

Angebot im:
WS

Zulassungsvoraussetzung:
keine

4 SWS/5 ECTS
Workload: 150 h

Lehrform: SU/Ü
4 SWS

Veranstaltungsform:
Wöchentlich,
geblockt

Studienziel:

Die Studierenden haben einen Überblick über den derzeitigen Stand des Wissens auf dem Gebiet des E-Commerce und Versandhandel.

Die Teilnehmer verstehen die Philosophie, die grundlegenden Technologien und die erfolgreiche Umsetzung von Geschäftsmodellen im E-Commerce und Versandhandel im nationalen und internationalen Kontext.

Die Studenten können die wesentliche Geschäftskonzepte im E-Commerce und Versandhandel kritisch analysieren und anwendungsbezogen bewerten und weiterentwickeln.

Studieninhalt:

- Stakeholder im E-Commerce und Versandhandel
- Betriebswirtschaftliche Aspekte in E-Commerce und Versandhandel
- Online-Marktforschung und Marketing im E-Commerce und Versandhandel
- Rechtliche Aspekte des E-Commerce und Versandhandel
- Sicherheitsaspekte im E-Commerce und Versandhandel
- Best Practice Beispiele

Leistungsnachweis:

Seminararbeit (0,5)
Präsentation (0,5)
Beide Teilleistungen sind zu bestehen.

Literatur:

Heinemann, G. (2009): Der neue Online-Handel: Erfolgsfaktoren und Best Practices, 2.A. Wiesbaden 2009.
Meier, A, Stormer, H. (2009): eBusiness & eCommerce: Management der digitalen Wertschöpfungskette, Berlin 2009.
Stahl, E. et al. (2009): E-Commerce-Leitfaden: Erfolgreicher im elektronischen Handel, 2.A., Regensburg 2009.
Thieme, J. (2006): Versandhandelsmanagement: Grundlagen, Prozesse und Erfolgsstrategien für die Praxis. Wiesbaden 2006.
Weitere Literatur wird in der Lehrveranstaltung angegeben.

Sonstiges:

Ein intensives Literaturstudium wird empfohlen.

2.3 Modul Handelslogistik und Controlling

2.3.1 Logistikmanagement

Dozent: Stefan Rock

Angebot im: **Zulassungsvoraussetzung:**
WS/SS *keine*

4 SWS/5 ECTS
Workload: 150 h

Lehrform:
Vorlesung/ Übung 4 SWS

Veranstaltungsform:
wöchentliche Veranstaltung

Studienziel: Der Studierende ist in der Lage, eine umfassende und systematische Darstellung über den aktuellen Stand der Logistik von nationalen und internationalen Handelsunternehmen zu geben. Neben den Grundlagen der Logistik und Logistikstrategien beherrscht er elementare Verfahren der physischen Handelslogistik und des Informationsflusses in der Logistik. Innovative Methoden der handelslogistischen Prozesse kann er durch das Studium der Logistik international erfolgreicher Handelsunternehmen beispielhaft darstellen.

Studieninhalt:

- Grundlagen der Logistik
- Einordnung der Handelslogistik in die Logistik
- Strategien in der Handelslogistik
- Beschaffungslogistik im Umfeld internationaler Handelsunternehmen
- Gestaltung der Lagerlogistik
- Distributionsstrategien und –logistik
- Innerbetriebliche Logistik, Prozesselemente und deren Inhalte
- Formen der Verschwendung in der innerbetrieblichen Handelslogistik
- Reparatur- und Entsorgungslogistik im Handel
- Leuchttürme der internationalen Handelslogistik
- Logistik – Controlling im Handel

Leistungsnachweis: schriftliche Prüfung, 90-min.

Literatur:

- Barth, K./Hartmann, M./Schröder, H. (2002): Betriebswirtschaftslehre des Handels, 5. Aufl., Wiesbaden 2002
- Bittner, K. (2009): Wertschöpfungsketten im Handel, Bremen 2009
- Gleißner, H. (2000): Logistikkooperationen zwischen Industrie und Handel, Göttingen 2000
- Kluck, D. (2008): Materialwirtschaft und Logistik, 3. Auflage, Stuttgart 2008
- Liebmann, H.-P./Foscht, T. (2000): Grundlagen und Aufgaben der Handelslogistik, in: Baumgarten, H./Wiendahl, H.-P./Zentes, J. (Hrsg.): Logistik Management, Kapitel 8-01-01, Heidelberg 2000
- Pfohl, H.-C. (2004): Logistiksysteme, 7. korrigierte Aufl., Berlin, Heidelberg, New York 2004
- Picot, A. (1986): Transaktionskosten im Handel – Zur Notwendigkeit einer flexiblen Strukturentwicklung in der Distribution; in: Betriebs-Berater, 41. Jg. (1986), Heft 27, Beilage 13, S. 2 – 16
- Pohl, J. (2009): Internationale Handelslogistik, Berlin 2009
- Schröder, H. et al (2009): Distribution und Handel in Theorie und Praxis, Wiesbaden 2009
- Schulte, Ch. (2009): Logistik : Wege zur Optimierung der Supply Chain, 5., überarb. und erw. Aufl., München 2009
- Thonemann, U.; Behrenbeck, K.; Küpper, J.; Magnus, K. (2005): Supply Chain Excellence im Handel, Wiesbaden 2005
- Vry, W.(2008): Beschaffung und Logistik im Handelsbetrieb, Karlsruhe 2008

Sonstiges: Ein intensives Literaturstudium wird DRINGEND empfohlen.

2.3.2 Handelscontrolling

Dozent: Thomas Vogler

Angebot im:
WS/SS

Zulassungsvoraussetzung:
keine

4 SWS/5 ECTS
Workload: 150 h

Lehrform:
Vorlesung 4 SWS

Veranstaltungsform:
wöchentlich

Studienziel:

Die Studierenden kennen die Besonderheiten der Organisation von Handelsunternehmen. Sie werden ferner mit den unterschiedlichen Organisationsanforderungen für Betriebe des Groß- und Einzelhandels vertraut gemacht.

Aus den Organisationsanforderungen können sie ein auf Handelsunternehmen zugeschnittenes Controllingkonzept entwickeln und wissen um die Schwierigkeiten. Sie können eine Balanced Scorecard für ein Handelsunternehmen anpassen. Ferner ist Ihnen die Datengrundlage für Controllingsysteme bekannt und sie können ein Data-Warehouse beschreiben. Sie kennen den Unterschied zwischen OLTP, OLAP und Data-Mining und wissen, mit welchen Methoden Unternehmen Planbilanzen aufstellen.

Studieninhalt:

- Besonderheiten von Handelsunternehmen
- Positionierung von Handelsunternehmen
- Abgrenzung vom Handelscontrolling zum ‚klassischen Controlling‘
- Spezielle Controllingmodelle für Handelsunternehmen
- Balanced Scorecard in Handelsunternehmen
- Datengrundlage für Handelscontrolling
- Data Warehouse
- OLTP, OLAP und Data-Mining
- Warenwirtschaftssysteme und Enterprise Resource Planning
- Grundzüge operativer Unternehmensplanung

Leistungsnachweis:

Schriftliche Prüfung, 90 Minuten

Literatur:

Berman/Evans Retailmanagement.

2.3.3 Standort- und Immobilienmanagement

Dozent: Michael Kuhn

Angebot im:
WS/SS

Zulassungsvoraussetzung:
keine

4 SWS/4 ECTS
Workload: 120 h

Lehrform:
Vorlesung / Case studies / Exkursion

Veranstaltungsform:
Wöchentlich

Studienziel: Vermittlung der wesentlichen Aspekte der Standortanalyse und des Managements von Handelsimmobilien

Studieninhalt:

- Systematisierung von Gewerbeimmobilien, insbesondere Handelsimmobilien
- Management von Handelsimmobilien
- Markt- und Standortanalyse und Standortauswahl
- Bearbeitung von case studies
- Betrachtung internationaler Handelsimmobilienmärkte

Leistungsnachweis: Schriftliche Prüfung, 90 Minuten

Literatur:

Schulte, Karl-Werner (Hrsg.), Immobilienökonomie Band I – Betriebswirtschaftliche Grundlagen, München, 2004
Schulte, Karl-Werner (Hrsg.), Immobilienökonomie Band II – Rechtliche Grundlagen, München, 2006
Schmoll, Fritz, Basiswissen Immobilienwirtschaft, Berlin, 2005
Murfeld, Egon (u.a.), Spezielle BWL der Immobilienwirtschaft, 4. Aufl., Hamburg, 2002
Geltner, David M; Miller, Norman G., Commercial Real Estate Analysis and Investment, Cincinnati, 2001
DiPasquale, Denise / Wheaton, William C., Urban Economics and Real Estate Markets, Englewood Cliffs, NJ, 1996
Gondring, Hanspeter (Hrsg.); Immobilienwirtschaft, München, 2009
Brauer, Kerry-U.; Grundlagen der Immobilienwirtschaft, Wiesbaden, 2006
Kleiber, Wolfgang (u.a.), Verkehrswertermittlung von Grundstücken, Köln, 2006
Metzner, Steffen, Immobiliencontrolling, Norderstedt, 2002
Wellner, Kristin, Entwicklung eines Immobilien-Portfolio-Management-Systems, Norderstedt, 2003
Kuhn, Michael, Taktisches Immobilien-Portfoliomanagement, Norderstedt, 2008
Söfker, Wilhelm (Hrsg. dtv.), Baugesetzbuch, München, 2009
Eich, Rainer, HOAI 2009, Köln, 2009
dtv-Beck, Mietrecht, München 2007

Sonstiges: Je nach Einzelthema werden Gastreferenten eingeladen und/oder Exkursionen organisiert

2.4 Modul Schlüsselkompetenzen

2.4.1 Methoden Wissenschaftlichen Arbeitens

Dozent: Lars Fend

Angebot im:
WS

Zulassungsvoraussetzung:
keine

2 SWS/2 ECTS
Workload: 60 h

Lehrform: SU/Ü
2 SWS

Veranstaltungsform:
wöchentlich,
geblockt

Studienziel: Die Studierenden verstehen angewandte Wissenschaft als Erweiterung des Wissens durch angewandte Forschung und die methodische Suche nach neuen Erkenntnissen sowie deren systematische Dokumentation und Veröffentlichung in Form von wissenschaftlichen Arbeiten.

Die Studenten können schließlich eigene angewandte Forschungsaktivitäten systematischen planen und - den Anforderungen an eine wissenschaftliches Arbeit entsprechend - umsetzen und v.a. im Rahmen der Bachelor-Arbeit anwenden.

Studieninhalt:

- Wissenschaftsgeschichte
- Wissenschaftstheorie
- Wissenschaftsbereiche
- Angewandte Wissenschaften
- Anfertigen wissenschaftlicher Arbeiten und wissenschaftliches Schreiben

Leistungs-
nachweis: Referat

Literatur:

Franck, N., Stary, J. (2009): Die Technik wissenschaftlichen Arbeitens: Eine praktische Anleitung. 15.A., Stuttgart 2009.

Karmasin, M., Ribing, R. (2009): Die Gestaltung wissenschaftlicher Arbeiten: Ein Leitfaden für Seminararbeiten, Bachelor-, Master- und Magisterarbeiten, Diplomarbeiten und Dissertationen. 4.A., Stuttgart 2009.

Theisen, M.R. (2008): Wissenschaftliches Arbeiten: Technik - Methodik - Form. 14.A., München 2008.

2.4.2.

WAHLPFLICHTFÄCHER SCHLÜSSELKOMPETENZEN

2.4.2.1 Präsentations- und Moderationstechnik

Dozent: Elke Seifert

**Angebot im
WS/SS**

Zulassungsvoraussetzung:

keine

Lehrform:

Vorlesung 2 SWS

2 SWS/ 3 ECTS

Workload: 90 h

Veranstaltungsform:

2 x 2 Tage (Block)

Studienziel: Die Studierenden können Meetings und Workshops zielorientiert planen und strukturiert durchführen; sie kennen die wesentlichen Grundsätze für professionelles Präsentieren und sind in der Lage dieses Wissen gezielt zu nutzen.

Studieninhalt:

- ✓ Was ist der Unterschied zwischen einer Präsentation und einer Moderation?
- ✓ Welche Voraussetzungen müssen für eine erfolgreiche Moderation gegeben sein?
- ✓ Welche Rolle und Aufgaben hat ein Moderator?
- ✓ Wie ist eine professionelle Moderation aufgebaut?
- ✓ Welche zentralen Einzeltechniken gibt es und worauf ist bei deren Einsatz zu achten?
- ✓ Wie werden alle Teilnehmer einer Moderation in den Problembearbeitungsprozess einbezogen?
- ✓ Was gehört zu einem sauberen Abschluss einer Moderation?
- ✓ In welche Phasen gliedert sich eine Präsentation?
- ✓ Welche Aufbauschemata kann man für klar strukturiertes Informieren nutzen?
- ✓ Wie wirke ich als Präsentierende/r professionell?
- ✓ Wie gehe ich mit „Lampenfieber“ um?

Leistungsnachweis: Referat

Literatur: Seifert, Josef W.: Visualisieren, Präsentieren, Moderieren (GABAL Verlag) – 23. Auflage
Lipp, Ulrich, Will, Hermann: Das große Workshop-Buch. Weinheim, 2001 (5. Aufl.)

Sonstiges:

2.4.2.2 Kommunikation und Interaktion am Arbeitsplatz

Dozent: Karin Lattner

**Angebot im
WS**

Zulassungsvoraussetzung:

keine

Lehrform:

theoretischer Unterricht/praktische Übungen

2 SWS/ 3 ECTS

Workload: 90 h

Veranstaltungsform:

Blockseminar

Studienziel: Die Studierenden kennen die Grundvoraussetzungen gelungener Kommunikation am Arbeitsplatz. Sie können typische Situationen und Abläufe erkennen und analysieren. Außerdem kennen sie Mittel und Strategien kommunikativer Basiskompetenzen.

Studieninhalt: In kurzen Übungen und Rollenspielen erhalten und geben die Teilnehmer ein Feedback zu ihrem Kommunikationsverhalten. So werden typische Wahrnehmungs- und Reaktionsmuster im Umgang mit anderen erfahr- und reflektierbar. Auf diesem Hintergrund werden schließlich hilfreiche Verhaltensweisen für positive Gesprächsführung und Zusammenarbeit erarbeitet und erprobt. Als theoretische Grundlage wird die Transaktionsanalyse verwendet.

Leistungsnachweis: Seminararbeit/ Präsentation

Literatur: an Stewart, Vann Joines: Die Transaktionsanalyse, Eine Einführung, Herder, Freiburg im Breisgau 2000.

Sonstiges: Voraussetzung für eine erfolgreiche Teilnahme ist die Bereitschaft, sich auf das Thema einzulassen und aktiv am Seminargeschehen teilzunehmen.

2.4.2.3 **Persönliches Veränderungsmanagement**

Dozent: **Bettina Habel**

**Angebot im
SS**

Zulassungsvoraussetzung:

keine

Lehrform:

Seminar

2 SWS/ 3 ECTS

Workload: 90 h

Veranstaltungsform:

Blockveranstaltung

Studienziel:

Die Teilnehmer lernen sich selbst besser kennen, erfahren mehr über persönliche Ressourcen und Blockaden bei Veränderungen und stärken ihre individuelle Veränderungskompetenz.

Studieninhalt:

Typen von Veränderungsprozessen: Übergänge, persönliche Reifungsprozesse, Krisen
Veränderungstypen
Persönlichen Ressourcen und Hindernisse bei Veränderungen
Erkennen von Veränderungsbedarf und Überwinden innerer Blockaden

**Leistungs-
nachweis:**

Kurze Seminararbeit

Literatur:

Wird während des Seminar bekannt gegeben und muss daher nicht vorab gelesen werden

Sonstiges:

2.4.2.4 Kooperation, Konfrontation und Kommunikation im Beruf

Dozent: Simone Lazarus / Alfred Quenzler

**Angebot im
WS/SS**

Zulassungsvoraussetzung:

keine

Lehrform:

Seminar

2 SWS/ 3 ECTS

Workload: 90 h

Veranstaltungsform:

Blockveranstaltung

Studienziel: Die Studierenden lernen Interaktionen zwischen Teammitgliedern im beruflichen Alltag kennen, identifizieren Verhaltensmuster in Gruppen und verstehen, wie Kommunikationsmuster im beruflichen Umfeld ablaufen.

Studieninhalt:

- Anwendungsfelder von Team- und Projektstrukturen in der Praxis
- Modelle der Kommunikation und Menschenbilder
- Erfolgreiches Kommunikationsverhalten in der Gruppe
- Eigenbild und Fremdbild
- Selbstreflexion und Standortbestimmung
- Lösungsmöglichkeiten bei konkreten Kooperations- und Kommunikationsproblemen
- Gestaltung effektiver Teamprozessen

**Leistungs-
nachweis:**

Referat (Voraussetzung ist kontinuierliche Mitarbeit).

Literatur:

1. Transaktionsanalyse

Rautenberg, W. & Rogoll, R. (2009). Werde, der du werden kannst: Persönlichkeitsentfaltung durch Transaktionsanalyse. Herder.

Schmidt, R. (2009). Immer richtig miteinander reden: Transaktionsanalyse in Beruf und Alltag. Junfermann.

Stewart, I. & Joines, V. (2009). Die Transaktionsanalyse: Eine Einführung. Herder.

2. Konflikte in Teams

Berkel, K. (2008). Konflikttraining: Konflikte verstehen, analysieren, bewältigen. Recht und Wirtschaft.

Fisher, R., Ury, W. & Patton, B. (2009). Das Harvard-Konzept: Der Klassiker der Verhandlungstechnik. Campus.

Glasl, F. (2007). Selbsthilfe in Konflikten: Konzepte, Übungen, Praktische Methoden. Freies Geistesleben.

Haeske, U. (2008). Team- und Konfliktmanagement: Teams erfolgreich leiten - Konflikte konstruktiv lösen. Cornelsen.

Schwarz, G. (2005). Konfliktmanagement: Konflikte erkennen, analysieren, lösen. Gabler.

3. Nonverbale Kommunikation

Argyle, M. (2005). Körpersprache und Kommunikation: Das Handbuch zur nonverbalen Kommunikation. Junfermann.

Bischoff, I. (2007). Körpersprache und Gestik trainieren: Auftreten in beruflichen Situationen. Ein

Arbeitshandbuch. Beltz.

Knoth, N. (2007). Erfolgsfaktor Körperhethorik. Überzeugen im Job mit Sprache, Mimik und Gestik. Redline.

Molcho, S. (2001). Alles über Körpersprache. Sich selbst und andere besser verstehen. Goldmann.

Spies, S. (2004). Authentische Körpersprache. Hoffmann und Campe.

4. Teams/ Teamstrukturen

Antons, K. (2000). Praxis der Gruppendynamik: Übungen und Techniken. Hogrefe.

Belbin, R. M. (2003). Managementteams. Why they succeed or fail. Butterworth Heinemann.

Edding, C. & Schattenhofer, K. (2009). Alles über Gruppen. Theorie, Anwendung, Praxis. Beltz.

Kriz, W. C. & Nöbauer, B. (2002). Teamkompetenz. Konzepte, Trainingsmethoden, Praxis. Vandenhoeck & Ruprecht.

Van Dick, R. & West, M. A. (2005). Teamwork, Teamdiagnose, Teamentwicklung: Praxis der Personalpsychologie. Hogrefe.

5. Kreativität im Team

Boos, E. (2007). Kreativitätstechniken: Neue Ideen zur Problemlösung finden. Compact.

Gebert, D. (2004). Innovation durch Teamarbeit: Eine kritische Bestandsaufnahme. Kohlhammer.

Meier, K. (2004). Kreativität in Meeting und Team. Schnell und ergebnisorientiert Lösungen finden. Businessvillage.

Nöllke, M. (2006). Kreativitätstechniken. Haufe.

Schlicksupp, H. (2004). Innovation, Kreativität und Ideenfindung. Vogel.

Sonstiges:

Die Veranstaltung ist auf maximal 20 Teilnehmer begrenzt. Es besteht Anwesenheitspflicht

2.4.2.5 Talent Center – Instrumente der Personalauswahl und -entwicklung

Dozent: Alfred Leurpendeur

Angebot im WS

Zulassungsvoraussetzung:

keine

Lehrform:

Seminar

2 SWS/ 3 ECTS

Workload: 90 h

Veranstaltungsform:

Blockveranstaltung

Studienziel:

Die Studierenden lernen die gängigen Methoden und Instrumente der Personalauswahl und –entwicklung (z.B. Tests, Interview, AC etc.) kennen und anwenden. Zudem sollen sie ihr eigenes berufsbezogenes Leistungspotenzial erarbeiten und diskutieren. Es werden konkrete Tests sowie ein Assessment Center durchgeführt.

Studieninhalt:

Grundlagen der Psychologie, Beobachtung, Befragung, Test, 360 Grad-Methode, Assessment-Center

Leistungsnachweis:

Praktische Arbeit

Literatur:

Wird zu Beginn der Veranstaltung bekannt gegeben

Sonstiges:

auf 20 Teilnehmer begrenzt

2.4.2.6 Projekt zur Sozialkompetenz

Dozent: Robert Wittmann / Jörg Clostermann / Markus Alt

Angebot im
WS/SS

Zulassungsvoraussetzung:

Mit dem Dozenten muss eine Projektvereinbarung getroffen werden

2 SWS/ 3 ECTS

Workload: 90 h

Lehrform:

Projektarbeit

Veranstaltungsform:

unregelmäßig

Studienziel:

Die Studierenden können:

- eigenverantwortlich Tätigkeiten im gemeinnützigen Bereich der Hochschule definieren und wahrnehmen
- Projekte selbstständig durchführen
- im Team Konzepte und Strategien entwickeln
- Mitarbeiter führen und motivieren
- Projektergebnisse sicher und ergebnisorientiert präsentieren

Studieninhalt:

Gemeinnützige Tätigkeiten und Projekte an der Hochschule

Leistungs-
nachweis:

Seminararbeit mit Präsentation

- Tätigkeitsbericht (ein Muster plus eine Formatvorlage sind im Intranet herunterladbar)
- 10minütige Präsentation plus 5minütige mündliches Examen

Literatur:

Literatur wird bei der Projektvereinbarung bekanntgegeben

2.4.2.7 European Union

Dozent: Anne-Marie Schnackertz

**Angebot im
WS/SS**

Zulassungsvoraussetzung:
keine

2 SWS/3 ECTS
Workload: 90 h

Lehrform:
Seminar 2 SWS

Veranstaltungsform:
wöchentlich

Objective: The students are introduced to the historical, cultural and institutional background of the European Community. They are made familiar with issues inside and outside the community.

Contents:

- A brief presentation of the 15 old + 12 new Member States+ new applicant states: population, capital, language, culture, economic indicators and major companies
- European cultural identity (past) :unity and diversity
- The history of the European Union
- The single market: objectives, means and instruments
- New Member States and Enlargement issues
- Schengen and Europol: more internal security for Europe
- Aspects of the Monetary Union, the EU budget and taxation
- The institutions of the European Union
- Workers' and consumers' rights
- Cultural issues: (e.g. sports, TV ,education, arts, the American vs the European Dream)
- Study of current cases illustrating problems arising from the divergence between national and European interests.

Exam: written examination (90 minutes)

Literature: Handouts on the Intranet under
Fachbereich W / Dozenten / Schnackertz / EU
+ The international press: The Economist, Business Week, Wall Street Journal

Miscellaneous: This course will be taught in English.
20 students: international students +
German students with an excellent level of English

2.4.2.8 Zusammenarbeit im Team

Dozent: **Richard Martin**

**Angebot im
WS/SS**

Zulassungsvoraussetzung:

keine

Lehrform:

Übung 2 SWS

2 SWS/3 ECTS

Workload: 90 h

Veranstaltungsform:

Blockveranstaltung

Studienziel: Die Studierenden erkennen die Bedeutung von Teams für Organisationen und können Gruppenstrukturen und -prozesse besser erkennen und handhaben.

Studieninhalt: - Anwendungsfelder von Team- und Projektstrukturen in der Praxis
- Sozialwissenschaftliche Erkenntnisse der Kleingruppenforschung
- Phasen der Teamentwicklung
- Erfolgreiches Kommunikationsverhalten in der Gruppe
- Lösungsmöglichkeiten bei konkreten Kooperations- und Kommunikationsproblemen
- Gestaltung effektiver Teamprozessen

**Leistungs-
nachweis:**

Referat (Voraussetzung ist kontinuierliche Mitarbeit).

Sonstiges

Die Veranstaltung ist auf maximal 20 Teilnehmer begrenzt. Es besteht Anwesenheitspflicht

Literatur:

Relevante Literatur wird in der Vorlesung verteilt

2.4.2.9 Verkaufspsychologie und Verkaufsgespräch

Dozent: Thomas Vogler

Angebot im SS

Zulassungsvoraussetzung:

keine

Lehrform:

Übung 2 SWS

2 SWS/3 ECTS

Workload: 90 h

Veranstaltungsform:

Blockveranstaltung

Studienziel: Die Studierenden kennen die Grundzüge der Verkaufspsychologie und deren Auswirkung auf die Durchführung von Verkaufsgesprächen.

Die Studierenden wissen, worauf Kunden beim Verkaufsgespräch reagieren. Sie erleben in Rollenspielen selbst Verkaufssituationen und erfahren wodurch Sympathie und Antipathie bei Kunden ausgelöst werden.

Sie können ferner unterschiedliche Kundentypen erkennen und mit diesen umgehen und erlernen außerdem Instrumente, wie Kundenbeschwerden in positiver Art und Weise behandelt werden können, damit die Kunden zufrieden gestellt werden.

Studieninhalt:

- Kaufsituationen
- Bedarf/ Bedürfnis/ Bedarfsweckung
- Grundlagen der Kommunikation
- Stufen eines Verkaufsgesprächs
- Reklamationsbearbeitung
- Kundentypen

Leistungsnachweis: Kolloquium

Literatur: Krieger-Riel/ Weinberg: Konsumentenverhalten

**6. Studiensemester ist das Praxissemester
und findet im jeweiligen Unternehmen statt.**

Pflichtmodule des 7. Semesters

2.4.3 Führungs- und Umsetzungskompetenz

Dozent: Thomas Vogler

**Angebot im
WS**

Zulassungsvoraussetzung:

keine

Lehrform:

Übung 2 SWS

3 SWS/ 3 ECTS

Workload: 90 h

Veranstaltungsform:

Blockveranstaltung

Studienziel: Die Studierenden kennen die Methoden und Werkzeuge, strategische Ziele in die tägliche Arbeit umzusetzen.

Sie wissen, welche Voraussetzungen in Unternehmen gegeben sein müssen, damit die Umsetzungskompetenz gesteigert werden kann. Die Studierenden haben diese Techniken in Rollenspielen und Gruppenarbeiten erprobt.

Studieninhalt:

- Grundzüge von Führung in Unternehmen
- Voraussetzungen für Umsetzungskompetenz in Unternehmen
- Die 4 Disziplinen erfolgreicher Umsetzung

**Leistungs-
nachweis:**

Referat

Literatur:

Altmann

2.4.4 Intercultural Communication

Dozent: Natarajan Chandrasekhar

**Angebot im
WS**

Zulassungsvoraussetzung:

keine

Lehrform:

seminar

2 SWS/ 3 ECTS

Workload: 90 h

Veranstaltungsform:

wöchentlich

Studienziel: Students gain an overview on the key concepts associated with individual, interpersonal and group processes intra organizations and interorganization considering the dynamics of the multicultural work environments. They are able to appreciate key issues in managing people across different hierarchical and cultural backgrounds for a successful and dynamic organization.

Studieninhalt: Cultural and leadership
Communications and leaders
Negotiations and alliances
Cultural change and leadership
Cultural synergy
Managing transitions and relocations
Managing diversity in the global culture
Gender status in global business
Performance at the global market place
Doing business with people from different cultural background look at different continents

**Leistungs-
nachweis:** written examination (90 minutes)

Sonstiges: Materials will be provided in class /can be found on the FH intranet.
This course will be taught in English.

2.5 Unternehmensplanspiel

Dozent: Marc Knoppe

Angebot im:
WS

Zulassungsvoraussetzung:
keine

4 SWS/3 ECTS
Workload: 90 h

Lehrform:
Seminar

Veranstaltungsform:
Blockveranstaltung

Studienziel: Die Studierenden erkennen die funktionsübergreifenden Zusammenhänge der Unternehmensführung und wenden das im Grundlagenstudium erworbene handelsspezifische Fachwissen gezielt an. Sie erwerben in gruppendynamischen Prozessen soziale Fähigkeiten und Führungsfähigkeiten.

Studieninhalt: Das Planspiel Trade Life der Firma METRO wird in mehreren Gruppen durchgeführt. Die Studenten übernehmen dabei die Rolle des Geschäftsführungsgremiums und konkurrieren in mehreren Teams auf nationalen und internationalen Märkten. Komplexe Entscheidungssituationen werden informationsunterstützt in der Gruppe bearbeitet.

Leistungsnachweis: Planspielergebnis und Präsentation der dazu durchgeführten Einzelschritte und Strategien

Literatur: Planspiel-Handbuch

2.6 Vertiefungsseminar zum Handelsmanagement

Dozent: Oliver Hackl / Thomas Vogler

**Angebot im
WS**

Zulassungsvoraussetzung:
keine
Lehrform:

4 SWS/ 6 ECTS
Workload: 180 h

Veranstaltungsform:
3 Termine

Studienziel: Die Studierenden bereiten die im Selbststudium erworbenen betriebswirtschaftlichen und handelsbetrieblichen Kenntnisse des Grundlagenstudiums auf und bringen diese in den ganzheitlichen Ansatz der Unternehmensführung von Handelsunternehmen in Verbindung. Sie beherrschen die betriebswirtschaftlichen und handelsbetrieblichen Grundlagen und weisen ein unternehmerisches Grundverständnis auf.

Studieninhalt:

- Pflichtmodul: Betriebs- und volkswirtschaftliche Grundlagen
- Pflichtmodul: Quantitative Methoden und Informationsverarbeitung
- Pflichtmodul: Rechnungswesen, Finanzierung und Steuern
- Pflichtmodul: Marketing, Logistik und Personal

**Leistungs-
nachweis:** Kolloquium á 15 Minuten pro Teilnehmer zu den Studieninhalten. In der Regel werden drei Teilnehmer zusammengefasst und das Kolloquium über 45 Minuten durchgeführt.

Literatur: Literatur und Foliensätze beziehen sich auf die zuvor verwendete Publikationen und Lehrmaterialien und werden in der ersten Veranstaltung zu Beginn des Semesters bekanntgegeben.

2.7.1 Seminar zur Bachelorarbeit

Dozent: Marc Knoppe

**Angebot im
WS**

Zulassungsvoraussetzung:

keine

Lehrform:

Übung 2 SWS

3 SWS/ 3 ECTS

Workload: 90 h

Veranstaltungsform:

Blockveranstaltung

Studienziel: Die Studierenden vertiefen die Methoden des wissenschaftlichen Arbeitens in den Wirtschaftswissenschaften. Sie werden zur methodischen Literaturrecherche befähigt, um in kurzen Zeiträumen eine klare Gliederung als Basis der Bachelorarbeit zu erarbeiten.

Studieninhalt: Präsentation der individuellen Gliederung zur Bachelorarbeit
Fachliche Diskussion zum thematischen Aufbau

**Leistungs-
nachweis:**

Präsentation

Sonstiges:

2.7.2 Bachelorarbeit

Dozent: Frei wählbar

**Angebot im
WS/SS**

Zulassungsvoraussetzung:

12 ECTS

Workload: 360 h

Lehrform:

Studienziel: Mit der Bachelorarbeit sollen die Studierenden zeigen, dass sie die Fähigkeiten besitzen, innerhalb einer angemessenen Frist eine herausfordernde Fragestellung aus dem Handelsmanagement nach wissenschaftlichen Methoden qualifiziert zu bearbeiten.

Die Abschlussarbeit soll bevorzugt praktische Problemstellungen aus dem Handel betreffen. Die Erstellung der Bachelorarbeit wird von einem Professor betreut und von zwei Gutachtern, wovon einer der Betreuer sein soll, bewertet. Die Bachelorarbeit kann nach Absprache mit der/dem betreuenden Professor/in in deutscher oder in englischer Sprache abgefasst werden. Die Abschlussarbeit soll einen Zeitaufwand von ca. 360 Arbeitszeitstunden widerspiegeln. Der übliche Umfang einer Bachelorarbeit beträgt ca. 60.000 Zeichen inkl. Leerzeichen (einseitig, $\pm 10\%$), dies entspricht erfahrungsgemäß einem Textteil (ohne Inhalts-, Abbildungs-, Literaturverzeichnis etc., inklusive Grafiken und Tabellen) von ca. 60 Seiten.

**Leistungs-
nachweis:**

Sonstiges: Einzelheiten zur Anfertigung der Bachelorarbeit finden sich im Intranet unter: Fakultät W → Praxisprojekte / Bachelorarbeit → Bachelor-Arbeiten → Richtlinien zur Anfertigung der Bachelorarbeit

WAHLFÄCHER

Wahlfächer sind freiwillig abgelegte Fächer. Diese werden nicht auf das jeweilige Pflichtstudium angerechnet.

Das erfolgreiche Ablegen von Wahlfächer wird am Ende des Studiums über separate Notenbescheinigung bestätigt.

Als Wahlfächer können alle von der Hochschule angebotenen, nicht zulassungsbegrenzten Fächer gewählt werden. Dies setzt eine ausreichende Anzahl von Hörerplätzen voraus.

Nachfolgend sind für die für den Studiengang Internationales Handelsmanagement empfohlenen Wahlfächer aufgeführt.

Spanisch 1 (A)

2 SWS

Dozent: Ana María Benito Miranda

Studienziel: Die Studierenden kennen die Grundlagen der spanischen Sprache (Vokabular, Stilistik und Grammatik) und sind mit landeskundlichen Elementen vertraut.

Studieninhalt: Lehrbuch *Caminos Neu Lehr- und Arbeitsbuch Spanisch*, Ernst Klett Sprachen GmbH, Stuttgart, 2004 (Lekt. 1-4)

Leistungsnachweis: Klausur, 60-min.

Literatur: Lehrbuch *Caminos Neu Lehr- und Arbeitsbuch Spanisch*, Ernst Klett Sprachen GmbH, Stuttgart, 2004

Sonstige Anmerkungen: Kann bei zu geringer Teilnahme nicht angeboten werden.

Studenten, die sich in einem Semester für den Kurs einschreiben aber die Klausur nicht schreiben, dürfen den Kurs im späteren Semestern nur wiederholen, wenn es noch Plätze frei sind. Studenten, die sich in den Kurs nie eingeschrieben haben, werden bevorzugt.

Spanisch 2 (A1+)

2 SWS

Dozent: Ana María Benito Miranda

Studienziel: Die Studierenden beherrschen die Sprache des Alltags und haben Ihre Grammatikkenntnisse vertieft.

Studieninhalt: Lehrbuch *Caminos Neu Lehr- und Arbeitsbuch Spanisch*, Ernst Klett Sprachen GmbH, Stuttgart, 2004 (ab Lekt. 4)

Um die sprachlichen und schriftlichen Kompetenzen zu verbessern, werden verschiedene Themen behandelt:

- Perfekt
 - Futur
 - Dativ- und Akkusativpronomen
 - Lebensmittel / Einkaufen / Restaurant
 - Kleidung
 - Tagesablauf
 - Freizeit
- usw.

Leistungsnachweis: Klausur, 60-min.

Voraussetzung: Das Bestehen der Klausur von Spanisch 1 oder entsprechende Vorkenntnisse

Literatur: Lehrbuch *Caminos Neu Lehr- und Arbeitsbuch Spanisch*, Ernst Klett Sprachen GmbH, Stuttgart, 2004 (voraussichtlich ab Lekt. 4)

Sonstige Anmerkungen: Kann bei zu geringer Teilnahme nicht angeboten werden.

Studenten, die sich in einem Semester für den Kurs einschreiben aber die Klausur nicht schreiben, dürfen den Kurs im späteren Semestern nur wiederholen, wenn es noch Plätze frei sind. Studenten, die sich in den Kurs nie eingeschrieben haben, werden bevorzugt.

Spanisch 3 (A2)

Dozent:	Ana María Benito Miranda	
Angebot im WS/SS	Zulassungsvoraussetzung: Spanisch 2 oder entsprechende Vorkenntnisse	2 SWS
	Lehrform: Seminar 2SWS	Veranstaltungsform: wöchentlich
Studienziel:	Erweiterung der Sprache des Alltags und Vertiefung der Grammatik.	
Studieninhalt:	Lehrbuch <i>Caminos Neu 2 Lehr- und Arbeitsbuch Spanisch</i> , Ernst Klett Sprachen GmbH, Stuttgart, 2005 (ab Lekt. 1) ISBN-13: 978-3-12-514913-7 Um die sprachlichen und schriftlichen Kompetenzen zu verbessern, werden verschiedene Themen behandelt: <ul style="list-style-type: none">- Vergangenheit (Imperfecto und Indefinido): Form und Gebrauch- Verbale Periphrasen: <i>empezar a, dejar de, volver a, ...</i>- Häuser, Wohnungen und Einrichtungen beschreiben- Ereignisse/Gewohnheiten/Zustände in der Vergangenheit erzählen/beschreiben- Eine Meinung äußern- Eine Erzählung strukturieren- Der Superlativ usw.	
Leistungsnachweis:	Klausur, 60 Minuten	
Voraussetzung:	Spanisch 2 oder entsprechende Vorkenntnisse	
Literatur:	<i>Caminos Neu 2 Lehr- und Arbeitsbuch Spanisch</i> , Ernst Klett Sprachen GmbH, Stuttgart, 2005 (ab Lekt. 1) ISBN-13: 978-3-12-514913-7	
Sonstiges:	Kann bei zu geringer Teilnahme nicht angeboten werden. Studenten, die sich in einem Semester für den Kurs einschreiben aber die Klausur nicht schreiben, dürfen den Kurs im späteren Semestern nur wiederholen, wenn es noch Plätze frei sind. Studenten, die sich in den Kurs nie eingeschrieben haben, werden bevorzugt.	

Wirtschaftsspanisch 1 (Comunicación Oral)

Dozent: Georgina Gutierrez-Frei

Angebot im
WS/SS

Zulassungsvoraussetzung:

Gute Spanischkenntnisse

Lehrform:

Vorlesung 2 SWS

Veranstaltungsform:

wöchentlich

Studienziel: Los alumnos ampliarán su vocabulario de negocios. Las habilidades de comunicación oral serán reforzadas para mejorar su capacidad de discutir y presentar ante hispanohablantes.

Studieninhalt: Este curso tiene dos partes principales :

1) Introducir a los estudiantes al vocabulario de los negocios.

Diferentes tipos de empresas y sus departamentos y organigramas serán estudiados y discutidos con este fin

2) Desarrollar el idioma hablado.

Técnicas de presentación (teoría y práctica) y constantes discusiones servirán para mejorar la expresión oral.

Además se tratarán temas generales tales como el curriculum vitae y las solicitudes de empleo.

Leistungsnachweis: Praktische Arbeit mit Präsentation

Literatur: Jöckel, Sabine (2007): *Wirtschaftsspanisch*, 2. Auflage, Oldenbourg Wissenschaftsverlag, München.
Suárez Lasierra, María/ Discherl, Klaus (2001): Einführung in die spanische Wirtschaftssprache, Vahlen, München
U.a. *Ecos*, Spotligh Verlag.
www.americaeconomia.com

Sonstiges: Kann bei zu geringer Teilnahme nicht angeboten werden.

Wirtschaftsspanisch 2 (Negocios)

Dozent: Georgina Gutierrez-Frei

**Angebot im
WS/SS**

Zulassungsvoraussetzung:

Gute Spanischkenntnisse

Lehrform:

Vorlesung 2 SWS

Veranstaltungsform:
wöchentlich

Studienziel: Los alumnos ampliarán sus conocimientos en temas del mundo empresarial hispano y sus diferencias interculturales.

Reciben un extenso vocabulario relativo a los negocios, que deberán emplear adecuadamente en una amplia variedad de contextos.. Además, los alumnos serán capaces de comprender y analizar textos del mundo empresarial y económico.

Studieninhalt: Este curso se enfoca en tres áreas principales :

- 1) Estudiar y discutir las diferencias culturales con los hispanohablantes y sus implicaciones para las empresas.
- 2) Ofrecer una visión general de la economía en Latinoamérica.
- 3) Discutir y analizar aspectos actuales de empresas específicas.

**Leistungs-
nachweis:** Praktische Arbeit mit Präsentation

Literatur: Coello Arias, M. (2002): Español para Economistas, Lucius & Lucius, Stuttgart
Jöckel, Sabine (2007): Wirtschaftsspanisch, 2. Auflage,
Oldenbourg Wissenschaftsverlag, München. t.
Schnitzer, Johannes/Marti, Jordi (2007): Wirtschaftsspanisch.
Terminologisches Handbuch, 5. Auflage,
Oldenbourg Wissenschaftsverlag, München.
Suárez Lasierra, María/ Discherl, Klaus (2001): Einführung in die spanische Wirtschaftssprache, Vahlen, München.
Ecos, Spotligh Verlag.
www.americaeconomia.com
<http://www.project-syndicate.org>
www.cepal.org

Sonstiges: Kann bei zu geringer Teilnahme nicht angeboten werden.

Französisch 1 (A1)

Dozent: Anne-Marie Schnackertz **2 SWS**

Studienziel: Die Studierenden kennen die Sprache des Alltags und Grundstrukturen der Grammatik. Rollenspiele erhöhen die Kommunikationsfähigkeit.

Studieninhalt:

- Kontaktaufnahme (sich vorstellen)
- Näheres Kennenlernen (Beruf / Herkunftsort)
- Ins Café gehen (vorschlagen, anbieten, bestellen, rückfragen)
- Hobby und Interessen
- Telefonieren, Zahlen, Uhrzeit
- Einkaufen
- Stadt und Verkehr
- Gespräch über Alltag und Arbeit
- Grammatik: présent, Determinanten, einfache Fragen, Adjektive

Leistungsnachweis: Klausur, 60-min.

Literatur: Langenscheidt , Französisch in 30 Tagen,
ISBN 978-3-468-28 027-6
+ Handout –Grammatik im Intranet + Handout Intranet unter Fakultät W/ Dozenten/ Schnackertz / Franz 1

Französisch 2 (A1+)

Dozent: Anne-Marie Schnackertz **2 SWS**

Studienziel: Die Studierenden kennen die Sprache des Alltags und des Berufs. Sie kennen die grammatikalischen Strukturen. Rollenspiele erhöhen die Kommunikationsfähigkeit.

Studieninhalt:

- La vie de tous les jours, les études, le monde du travail
- Une invitation. Au restaurant
- Les achats, l'attitude des consommateurs, le budget de l'étudiant
- Les vacances
- L'industrie du tourisme
- L'attitude politique des gens

Grammaire :
Les temps ; passé composé, l'imparfait d'avoir et être, le futur composé, l'accord du participe passé, introduction au futur
Les déterminants (mon, quel, ce etc...)
Les pronoms personnels
Les adjectifs (comparatif et superlatif)
Les adverbes

Leistungsnachweis: Klausur, 60-min.
30 Min= 50% der Note: Grammatik. Ohne Wörterbuch. Das Vokabular ist textbezogen
30 Min: 50% der Note: Beantwortung von Fragen, die sich auf die Inhalte der Lektionen beziehen. Mit zweisprachigem Wörterbuch.

Literatur: Langenscheidt , Französisch in 30 Tagen
Aufpassen! ab SS 2010 neu Auflage: unbedingt neue ISBN –Nummer beim Bestellen angeben! :
ISBN 978-3-468-28 027-6
+ Handout Grammatik im Intranet unter Fakultät W/ Dozenten/ Schnackertz /Franz 2

Sonstiges: Eventuell Selbststudium bei zu geringer Teilnehmerzahl

Wirtschaftsfranzösisch 1

Dozent: Anne-Marie Schnackertz

**Angebot im
WS/SS**

Zulassungsvoraussetzung:

*Gute Französisch Vorkenntnisse (z.B. Grundkurs
Gymnasium)*

Lehrform:

Seminar

2 SWS

Veranstaltungsform:
wöchentlich

Studienziel:

Les étudiants améliorent leurs connaissances du français parlé grâce à des présentations de textes.

Ils mettent en pratiques le français des affaires.

Ils approfondissent leurs connaissances dans le domaine des affaires en générale.

Studieninhalt:

- Les grands groupes français, les points forts de l'industrie française
- Historique d'une entreprise familiale
- Organigramme – Le travail dans les différents services de l'entreprise
- Différents types de sociétés (statut juridique)
- Le CV et la demande de stage /lettre de candidature
- Une embauche : la candidature traditionnelle, spontanée, par internet, le cabinet de conseil en recrutement
- Thèmes actuels, discussions en classe et exposés
- Les propositions subordonnées, l'imparfait, le passif, le futur, le conditionnel, les pronoms

**Leistungs-
nachweis:**

Praktische Arbeit mit Präsentation

Literatur:

Handout im Intranet unter :
FH Ingolstadt / Fakultät W / Dozenten / Schnackertz WiFranz 1

Sonstiges:

Eventuell Selbststudium bei zu geringer Teilnehmerzahl

Wirtschaftsfranzösisch 2

Dozent: Anne-Marie Schnackertz

**Angebot im
WS/SS**

Zulassungsvoraussetzung:

*Franz 3 / Wirtschaftsfranzösisch 1. Teil
oder entsprechende Vorkenntnisse (Grundkurs Gymnasium)*

2 SWS

Lehrform:

Seminar

Veranstaltungsform:

wöchentlich/evtl.
Selbststudium

Studienziel: Les étudiants améliorent leurs connaissances du français parlé grâce à des présentations de textes.
Ils mettent en pratiques le français des affaires.
Ils approfondissent leurs connaissances dans le domaine du marketing et des finances.

Studieninhalt:

- 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
- Le conditionnel, le subjonctif

+ Préparation de 4-5 articles de journaux que vous trouverez sur notre site intranet.

Leistungsnachweis:

Praktische Arbeit mit Präsentation

Literatur:

Handout im Intranet unter :
FH Ingolstadt/ Fakultät W/ Dozenten / Schnackertz / Wirtschaftsfranzösisch 2

Sonstiges:

Eventuell Selbststudium bei zu geringer Teilnehmerzahl

Chinesische Sprache 1

Dozent: Jing Chen

**Angebot im
WS/SS**

Zulassungsvoraussetzung:

keine

2 SWS

Lehrform:

Veranstaltungsform:
wöchentl. Vorlesung

Studienziel: Die Studierenden beherrschen die einfache Kommunikation im Alltag

Studieninhalt: **Chinesische Sprache:**

- Aussprachetraining
- Einführung in die Schriftzeichen
- Sich vorstellen
- Die Uhrzeit (Tagesablauf)
- Einkaufen (Preise verhandeln, Kaufwünsche äußern)
- Im Restaurant (bestellen, bezahlen)

Chinesische Kultur:

- Interkulturelle Verhaltensregeln (z.B. Tischmanieren, Geschenke für verschiedene Anlässe)
- Feste in China
- Tastaturschreiben: Chinesisch
- Chinesische Popmusik

**Leistungs-
nachweis:**

Schriftliche Prüfung 90 Minuten

Literatur:

„Chinesisch erleben – Leben in China“, Peking, 2006, Lektion 1-3
ISBN: 9787040190540 (7-04-019054-0),
Higher Education Press,
Format 28x 21 cm, 170 Seiten,
mit einer CD.

Sonstiges:

Chinesische Sprache 2

Dozent: Jing Chen

**Angebot im
WS/SS**

Zulassungsvoraussetzung:

keine

2 SWS

Lehrform:

Veranstaltungsform:
wöchentl. Vorlesung

Studienziel: Die Studierenden beherrschen die einfache Kommunikation im Alltag

Studieninhalt: **Chinesische Sprache:**

- Aussprachetraining
- Chinesische Schriftzeichen
- Essen bestellen und bezahlen
- Familie, Beruf und Alter
- Redemittel am Telefon

Chinesische Kultur:

- „Min yi shi wei tian“ - Das Volk erblickt den Himmel im Essen
- Wer zählt zur Familie in China?
- Heißen alle Chinesen Wei?

**Leistungs-
nachweis:** Schriftliche Prüfung 90 Minuten

Literatur: „Chinesisch erleben – Leben in China“, Peking, 2006, Lektion 4-6
ISBN: 9787040190540 (7-04-019054-0),
Higher Education Press,
Format 28x 21 cm, 170 Seiten,
mit einer CD.

Sonstiges:

TOEFL Course

Lecturer:	Nicole von Jüchen	
Offered in WS/SS	Prerequisites: Good intermediate knowledge of English	2 SWS
	Course type: Seminar	Offered as: Weekly lecture
Objectives:	<p>The TOEFL is the standard American test for testing English language skills of non-native speakers. It is not only obligatory for students wishing to study in the US, but is also increasingly demanded as an entry requirement for internationally oriented Master programmes in Germany and around the world. A good result may also be used as a standard reference in the CV.</p> <p>The objective of the course is to familiarize the students with the testing format of the TOEFL ibt test in order to prepare them to pass the test successfully. The students will get practice in taking the different parts of the test and also develop a strategic approach in preparing for and taking the test.</p> <p>After taking a model test at the beginning of the course, each student will develop an individual learning programme to improve his/her English skills.</p>	
Contents:	<p>Introductory part:</p> <ul style="list-style-type: none">- Investigation into the structure of the test- How do I register for the test?- What alternative tests are on offer and how do the tests compare?- For what purpose will I have to take the TOEFL test?- Test results and their validity <p>Main part:</p> <ul style="list-style-type: none">- The course will mainly focus on the four different sections of the test: reading, writing, listening and speaking and will offer ample opportunity for exercise in these fields. If necessary, this may also include the revision of very selected chapters of grammar.	
Course Assessment:	<p>Active participation in class and written examination (90 min). Only the internal test at FH Ingolstadt will be accepted for passing the course. A recognition of the "real" external TOEFL results is not possible.</p>	
Literature:	<p>We will mainly work on Deborah Phillips, <u>Preparation Course for the TOEFL Test iBT</u>, Longman, 2nd ed., 2007. 45,68 €, ISBN-13: 978-0-13-205690-8. Students are advised to buy the book in order to be able to write in it. This will not be allowed for the books from the library.</p>	
Further Information:		

Russisch 1

Dozent: Anton Golovko

**Angebot im
WS/SS**

Zulassungsvoraussetzung:

keine

2 SWS

Lehrform:

Veranstaltungsform:
wöchentl. Vorlesung

Studienziel:

Die Studierenden lernen die Russische Alltagssprache kennen, sowie Grundstrukturen der Grammatik. Es soll gelernt werden, einfache Sätze zu bilden, sie korrekt aufzuschreiben und die eigenen Gedanken auszudrücken. Ziel ist es darüberhinaus unseren Studierenden die sprachlichen Fähigkeiten mitzugeben, um an unseren Partneruniversitäten in Russland und in der Ukraine studieren zu können.

Studieninhalt:

- Sich vorstellen und Kennenlernen
- Familie, Freizeit und Beruf
- Theater und Kino
- Restaurant, Essen und Trinken
- Im Geschäft
- Schule und Studium
- Stadt und Verkehr
- Russland, Land und Leute
- Arbeiten mit Texten
- Wortschatz und Grammatik, insbesondere Satzbau,
- Deklinationen und Konjugationen, evtl. Phonetik

**Leistungs-
nachweis:**

Schriftliche Prüfung 90 Min.

Literatur:

Langenscheid: Praktisches Lehrbuch Russisch, der Standardkurs für Selbstlerner, Autor: Elena Minakova-Boblest, 320 Seiten, ISBN: 3468262922, sowie vom Dozenten zur Verfügung gestelltes Material

Sonstiges: