

Bachelor
Internationales Handelsmanagement

MODULHANDBUCH SS 2019

für Studierende ab WS 2012/13

Stand: 18.04.2019

Inhaltsverzeichnis

1. Erster Studienabschnitt (1.-3. Semester)	3
2. Zweiter Studienabschnitt (4.-7. Semester)	4
3. Vorrückungsvoraussetzungen	6
4. Übersicht empfohlener Studienablauf	7
5. Vorpraxis und Pflichtpraktika	12
6. Ablaufplan für das Studium mit vertiefter Praxis	15
7. Modulbeschreibungen	16
Volkswirtschaftliche Grundlagen	16
Praktikum Handelsinformationssysteme	18
Wirtschaftsprivatrecht	20
Arbeits- und Wettbewerbsrecht	22
Marketing	24
Investition, Finanzierung und Steuern	26
Projektmanagement	28
Wirtschaftsenglisch II	31
Grundpraktikum	33
Strategisches Handelsmanagement	34
Sortiments- und Servicemanagement	36
Projekt im Handelsmanagement	39
Handelscontrolling	40
Einkaufs- und Beschaffungsmanagement	42
Wahlpflichtmodule Modulnummer 2.14	45
2.14.1 Wahlpflichtmodul I (FW-Fächer bei der Fächeranmeldung)	45
2.14.2 Wahlpflichtmodul II (SW-Fächer bei der Fächeranmeldung)	46
Praktikum (20 Wochen)	47

1. Erster Studienabschnitt (1.-3. Semester)

Lfd. Nr.	Module	SWS	Art der Lehrveranstaltung	Prüfungen		Studienbegleitende Leistungsnachweise	Gewichtung für die Prüfungsgesamtnote (in%)	Leistungspunkte (ECTS)
				Art und Dauer in Minuten				
1.1	Grundlagen des Handelsmanagement	6	SU/Ü	schrP 120			4	8
1.2	Volkswirtschaftliche Grundlagen	4	SU/Ü	schrP 90			3	5
1.3	Quantitative Methoden	6	SU/Ü	schrP 120			3	8
1.4	Handelsinformationssysteme						3	6
1.4.1	Handelsinformationssysteme	2	SU/Ü	schrP 90				
1.4.2	Praktikum Handelsinformationssysteme	2	Pr		LN ¹⁾ 3			
1.5	Wirtschaftsprivatrecht	4	SU/Ü	schrP 90			2	5
1.6	Arbeits- und Wettbewerbsrecht	4	SU/Ü	schrP 90			3	5
1.7	Marketing	4	SU/Ü	schrP 90			3	5
1.8	Buchführung, Bilanzierung und Jahresabschluss	6	SU/Ü	schrP 120			3	6
1.9	Handelskostenrechnung und Kostenmanagement	4	SU/Ü	schrP 90			3	5
1.10	Investition, Finanzierung und Steuern	6	SU/Ü	schrP 120			3	8
1.11	Personal und Organisation	4	SU/Ü	schrP 90			3	5
1.12	Projektmanagement						3	6
1.12.1	Interkulturelles Einführungsprojekt (Einführungswoche)	2	Ü		TN ¹⁾ 2)			
1.12.2	Projektmanagement	4	PA		SA/P ²⁾			
1.13	Wirtschaftssprachen							
1.13.1	Wirtschaftsenglisch I	4	SU/Ü	schrP 90			2	4
1.13.2	Wirtschaftsenglisch II	4	SU/Ü	mdIP 15			2	4
	Summe	66					40	80

Grundpraktikum

Lfd. Nr.	Module	SWS	Art der Lehrveranstaltung	Prüfungen		Studienbegleitende Leistungsnachweise	Gewichtung für die Prüfungsgesamtnote (in%)	Leistungspunkte (ECTS)
				Art und Dauer in Minuten				
1.14	Grundpraktikum (10 Wochen)	-	Pr	-		PrB ¹⁾	-	10

2. Zweiter Studienabschnitt (4.-7. Semester)

Lfd. Nr.	Module	SWS	Art der Lehrveranstaltung	Prüfungen	Studienbegleitende Leistungsnachweise	Gewichtung für die Prüfungsgesamtnote (in%)	Leistungspunkte (ECTS)
				Art und Dauer in Minuten			
2.1	Strategisches Handelsmanagement	4	SU/Ü	schrP 90		3	5
2.2	Internationalisierung im Handel	6	SU/Ü	schrP 120		4	6
2.3	Marken- und Kommunikationsmanagement	4	SU/Ü		SA/P ²	3	5
2.4	Sortiments- und Servicemanagement	4	SU/Ü	mdIP 15		3	5
2.5	E-Commerce und Neue Medien	4	SU/Ü		SA/P ²	3	5
2.6	Multi-Channel-Management & Pricing	4	SU/Ü	schrP 90		3	5
2.7	Projekt im Handelsmanagement	4	Ü		SA/P ²	3	6
2.8	Handelslogistik	6	SU/Ü	schrP 90		3	6
2.9	Handelscontrolling	4	SU/Ü	schrP 90		3	5
2.10	Standort, Immobilien- und Facility Management	4	SU/Ü	schrP 90		3	5
2.11	Einkaufs- und Beschaffungsmanagement	4	SU/Ü	schrP 90		3	5
2.12	Führungs- und Umsetzungs-kompetenz	6	Ü		SA/P ²	3	5
2.13	Handelsseminar und Planspiel	5	S/Ü	mdIP 15 - 20		6	5
2.14	Wahlpflichtmodul						
2.14.1	Wahlpflichtmodul I	2	SU/Ü		LN ³	2	3
2.14.2	Wahlpflichtmodul II	2	SU/Ü		LN ³	2	3
2.15	Wissenschaftliches Arbeiten	3	SU/Ü		prA ⁴⁾	1	4
2.16	Bachelorarbeit	-			BA	12	12
	Summe	66				60	90

Praktisches Studiensemester

Lfd. Nr.	Module	SWS	Art der Lehrveranstaltung	Prüfungen	Studienbegleitende Leistungsnachweise	Gewichtung für die Prüfungsgesamtnote (in%)	Leistungspunkte (ECTS)
				Art und Dauer in Minuten			
3.1	Praktikum	-	Pr	-	PrB ¹	-	30

Gesamtsumme der Semesterwochenstunden (SWS) sowie Summe der Leistungspunkte (ECTS):

Die Gesamtsumme der Semesterwochenstunden für den Bachelorstudiengang Internationales Handelsmanagement beträgt 132 SWS. Das entspricht der Summe von 210 Leistungspunkten.

Anmerkungen:

- 1) Bewertung durch das Prädikat "mit Erfolg abgelegt" oder "ohne Erfolg abgelegt". Der Leistungsnachweis muss bestanden sein. Der Umfang des Praxisberichts ohne Deckblatt beträgt mindestens acht Seiten, davon maximal zwei Seiten Abbildungen oder Tabellen.
- 2) Die Bewertung der Seminararbeit mit Präsentation erfolgt immer im Verhältnis 60/40.
- 3) Bei den Leistungsnachweisen kann es sich um schriftliche Prüfungen (90-120), um mündliche Prüfungen (15-45), um praktische Arbeiten (zu erbringen während des Semesters; schriftliche Ausarbeitung eines Themas mit Praxisbezug im Umfang von ca. 10-15 Seiten mit 15-30 minütiger Präsentation in der Veranstaltung), um Referate (zu erbringen während des Semesters, 15-30) oder um Seminararbeiten (zu erbringen während des Semesters; schriftliche Ausarbeitung eines wissenschaftlichen Themas im Umfang von ca. 10-15 Seiten mit 10-15 minütiger Präsentation in der Veranstaltung) handeln. Das nähere wird vom Fakultätsrat im Studienplan festgelegt. Jeder einzelne Leistungsnachweis muss mit mindestens ausreichender Bewertung bestanden sein.
- 4) Die praktische Arbeit beinhaltet die Anwendung und deren Dokumentation des in der Veranstaltung Erlernen im Umfang von ca. 10-15 Seiten mit 10-15 minütiger Präsentation in der Veranstaltung

Abkürzungen

schrP schriftliche Prüfung

mdIP mündliche Prüfung

Pr Praktikum

S Seminar

Ü Übung

Koll Kolloquium

PA Projektarbeit

BA Bachelorarbeit

SWS Semesterwochenstunden

SU seminaristischer Unterricht

LN Leistungsnachweis

SA/P Seminararbeit mit Präsentation

Ref Referat

PrB Praxisbericht

PrA Praktische Arbeit

TN Teilnehmernachweis

3. Vorrückungsvoraussetzungen

Die Studien- und Prüfungsordnung (SPO) für den Bachelorstudiengang Internationales Handelsmanagement (IHM) vom 21.05.2012 in der Fassung der Änderungssatzung vom 27.10.2014 gültig für Studierende mit Studienbeginn ab WS 2012/13 in Verbindung mit der Allgemeinen Prüfungsordnung der Technischen Hochschule Ingolstadt (APO THI) beinhaltet folgende Vorrückungsvoraussetzungen (vgl. § 8 SPO IHM i.V.m. § 15 Abs. 1 APO THI):

- 1) „Zum **Eintritt** in den **zweiten Studienabschnitt** ist nur berechtigt, wer mindestens 63 ECTS-Leistungspunkte aus den Modulen des ersten Studienabschnittes erbracht hat (§ 8 Abs. 1 SPO IHM).“
- 2) „**Bis zum Ende des dritten Fachsemesters sind alle Prüfungsleistungen des ersten und zweiten Studiensemesters zu erbringen.** Werden die Prüfungsleistungen des ersten und zweiten Studiensemesters nicht bis zum Ende des dritten Fachsemesters erbracht, gelten die noch nicht erbrachten Prüfungsleistungen als erstmals abgelegt und nicht bestanden (§ 15 Abs. 1, S. 3 u. 4 APO THI).“
- 3) „Der **Eintritt** in das **praktische Studiensemester** setzt neben dem vollen Erbringen der Leistungspunkte aus dem ersten und zweiten Studiensemester die Erbringung von mindestens 20 ECTS-Leistungspunkten aus dem dritten und vierten Studiensemester sowie die erfolgreiche Ableistung des Grundpraktikums voraus. (§ 8 Abs. 2 SPO IHM i.V.m. § 15 Abs. 1 S. 5 APO THI).“

Zu 1): Der Studiengang gliedert sich in **zwei Studienabschnitte**.

Der **erste Studienabschnitt** umfasst die ersten drei theoretischen Studiensemester (1.-3. Studiensemester) und das 10 wöchige Grundpraktikum, das in den vorlesungsfreien Zeiten abzuleisten ist.

Der **zweite Studienabschnitt** umfasst drei theoretische Studiensemester (ab 4. Studiensemester) und ein praktisches Studiensemester, das als fünftes oder sechstes Semester geführt werden kann (vgl. § 3 Abs. 1 SPO IHM).

Welche Module zu dem ersten Studienabschnitt gehören, kann diesem Modulhandbuch unter „1. Erster Studienabschnitt (1.-3. Semester)“ entnommen oder in der Anlage (Stand 27.10.2014) zur SPO für den Bachelorstudiengang Internationales Handelsmanagement eingesehen werden.

Zu 2): Welche Prüfungsleistungen der Module zum ersten und zweiten Studiensemester gehören, kann diesem Modulhandbuch unter „4. Übersicht empfohlener Studienablauf“ entnommen werden.

Zu 3): Welche Leistungspunkte der Module zum ersten und zweiten Studiensemester gehören und welche zum dritten und vierten Studiensemester, kann diesem Modulhandbuch unter „4. Übersicht empfohlener Studienablauf“ entnommen werden.

4. Übersicht empfohlener Studienablauf

Der Studienablauf ist von den einschlägigen Bestimmungen der Studien- und Prüfungsordnung beeinflusst. Bitte beachten Sie, dass der empfohlene Studienablauf ein Studium in 7 Semestern vorsieht.

1. Semester

1	2	3	4	5	6	8
Lfd. Nr.	Fach	SWS	Art der Lehrveranstaltung	Zulassungsvoraussetzung	Punkte in ECTS	Angebot im
1.1	Grundlagen des Handelsmanagement Betriebswirtschaftliche Grundlagen Retail Management	4 2	SU/Ü		8	WS WS
1.3	Quantitative Methoden Quantitative Methoden I Quantitative Methoden II	3 3	SU/Ü		8	WS WS
1.8	Buchführung, Bilanzierung und Jahresabschluss Buchführung Bilanzierung und Jahresabschluss	2 4	SU/Ü		6	WS WS
1.11	Personal und Organisation	4	SU/Ü		5	WS
1.12	Projektmanagement ¹					
1.12.1	Interkulturelles Einführungsprojekt (Einführungswoche)	2	Ü			WS
1.13	Wirtschaftssprachen					
1.13.1	Wirtschaftsenglisch I	4	SU/Ü		4	WS
	Summe	28			31	

¹ Das Modul 1.12 Projektmanagement setzt sich aus den Veranstaltungen 1.12.1 Interkulturelles Einführungsprojekt (in der Einführungswoche) und 1.12.2 Projektmanagement zusammen. Die Veranstaltung 1.12.1 findet im ersten Semester statt. Die Veranstaltung 1.12.2 findet im zweiten Semester statt. Das Modul wird mit **einer Prüfung** im zweiten Semester geprüft. Das Modul 1.12 ist erfolgreich abgelegt, wenn beide Veranstaltungen erfolgreich abgeschlossen wurden. Mit dem erfolgreichen Abschluss des Moduls 1.12 werden 6 ECTS im zweiten Semester vergeben.

2. Semester

1	2	3	4	5	6	8
Lfd. Nr.	Fach	SW S	Art der Lehr- veran- staltung	Zulassungsvo- raussetzung	Punkte in ECTS	Angebot im
1.2	Volkswirtschaftliche Grundlagen	4	SU/Ü		5	SS
1.5	Wirtschaftsprivatrecht	4	SU/Ü		5	SS
1.6	Arbeits- und Wettbewerbsrecht	4	SU/Ü		5	SS
1.7	Marketing	4	SU/Ü		5	SS
1.10	Investition, Finanzierung und Steuern ² Investition und Finanzierung	4	SU/Ü			SS
1.12 1.12.2	Projektmanagement Projektmanagement	4	Pr	LN der lfd.Nr. 1.12.1	6	SS
1.13 1.13.2	Wirtschaftssprachen Wirtschaftsenglisch II	4	SU/Ü		4	SS
	Summe	28			30	

² Das Modul 1.10 Investition, Finanzierung und Steuern setzt sich aus den Veranstaltungen Investition und Finanzierung sowie Steuern zusammen. Die Veranstaltung Investition und Finanzierung findet im zweiten Semester statt. Die Veranstaltung Steuern findet im dritten Semester statt. Das Modul wird mit **einer Prüfung** im dritten Semester geprüft. Das Modul 1.10 ist erfolgreich abgelegt, wenn beide Veranstaltungen erfolgreich abgeschlossen wurden. Mit dem erfolgreichen Abschluss des Moduls 1.10 werden 8 ECTS im dritten Semester vergeben.

3. Semester

1	2	3	4	5	6	8
Lfd. Nr.	Fach	SWS	Art der Lehrveranstaltung	Zulassungsvoraussetzung	Punkte in ECTS	Angebot im
1.4	Handelsinformationssysteme				6	
1.4.1	Handelsinformationssysteme	2	SU/Ü	LN der Lfd. Nr. 1.4.2		WS
1.4.2	Praktikum Handelsinformationssysteme	2	Pr			WS
1.9	Handelskostenrechnung und Kostenmanagement	4	SU/Ü		5	WS
1.10	Investition, Finanzierung und Steuern Steuern	2	SU/Ü		8	WS
2.8	Handelslogistik ³ Handelslogistik Teil 1	2	SU/Ü			WS
1.14	Grundpraktikum ⁴		Pr		10	WS/SS
	Summe	12			29	

Zum Eintritt in den zweiten Studienabschnitt (ab 4. Semester) ist nur berechtigt, wer mindestens 63 ECTS-Leistungspunkte aus den Modulen des ersten Studienabschnittes erbracht hat (vgl. § 8 Abs. 1 SPO IHM).

³ Das Modul 2.8 Handelslogistik setzt sich aus den Veranstaltungen Handelslogistik Teil 1 und Handelslogistik Teil 2 zusammen. Die Veranstaltung Handelslogistik Teil 1 findet im dritten Semester statt. Die Veranstaltung Handelslogistik Teil 2 findet ab dem vierten Semester statt. Das Modul wird mit **einer Prüfung** geprüft. Das Modul 2.8 ist erfolgreich abgelegt, wenn beide Veranstaltungen erfolgreich abgeschlossen wurden. Mit dem erfolgreichen Abschluss des Moduls 2.8 werden 6 ECTS vergeben.

⁴ Das Grundpraktikum umfasst einen Zeitraum von 10 Wochen. Es ist in den vorlesungsfreien Zeiten bis zu Beginn des fünften Studiensemesters abzuleisten. Die einzelnen Abschnitte des Grundpraktikums sollen mindestens vier Wochen betragen (vgl. § 9 Abs. 1 SPO IHM).

4. und 5. Semester

1	2	3	4	5	6	8
Lfd. Nr.	Fach	SW S	Art der Lehr- veran- stal- tung	Zulas- sungs- vo- raus- set- zung	Punkte in ECTS	Angebot im
2.1	Strategisches Handelsmanagement	4	SU/Ü		5	WS/SS
2.2	Internationalisierung im Handel	6	SU/Ü		6	WS/SS
2.3	Marken- und Kommunikationsmanagement	4	SU/Ü		5	WS/SS
2.4	Sortiments- und Servicemanagement	4	SU/Ü		5	WS/SS
2.5	E-Commerce und Neue Medien	4	SU/Ü		5	WS/SS
2.6	Multi-Channel-Management & Pricing	4	SU/Ü		5	WS/SS
2.7	Projekt im Handelsmanagement	4	Ü		6	WS/SS
2.8	Handelslogistik Handelslogistik Teil 2	4	SU/Ü		6	WS/SS
2.9	Handelscontrolling	4	SU/Ü		5	WS/SS
2.10	Standort, Immobilien- und Facility Management	4	SU/Ü		5	WS/SS
2.11	Einkaufs- und Beschaffungsmanagement	4	SU/Ü		5	WS/SS
2.15	Wissenschaftliches Arbeiten ⁵ Methoden wissenschaftlichen Arbeitens	2	SU/Ü			SS
2.14	Wahlpflichtmodul					WS/SS
2.14.1	Wahlpflichtmodul I	2	SU/Ü		3	WS/SS
2.14.2	Wahlpflichtmodul II	2	SU/Ü		3	WS/SS
	Summe	52			64	

⁵ Das Modul 2.15 Wissenschaftliches Arbeiten setzt sich aus den Veranstaltungen Methoden wissenschaftlichen Arbeitens und Seminar zur Bachelorarbeit zusammen. Die Veranstaltung Methoden wissenschaftlichen Arbeitens findet im vierten Semester statt. Die Veranstaltung Seminar zur Bachelorarbeit findet im siebten Semester statt. Das Modul wird mit **einer Prüfung** im vierten Semester geprüft und im siebten Semester ist die erfolgreiche Teilnahme erforderlich. Das Modul 2.15 ist erfolgreich abgelegt, wenn beide Veranstaltungen erfolgreich abgeschlossen wurden. Mit dem erfolgreichen Abschluss des Moduls 2.15 werden 4 ECTS im siebten Semester vergeben.

6. Semester

Das praktische Studiensemester kann optional im 5. Semester abgeleistet werden.

1	2	3	4	5	6	8
Lfd. Nr.	Modul	SWS	Art der Lehrveranstaltung	Zulassungsvoraussetzung	Punkte in ECTS	Angebot im
3.1	Praktikum ⁶		Pr		30	WS/SS

7. Semester

1	2	3	4	5	6	8
Lfd. Nr.	Modul	SWS	Art der Lehrveranstaltung	Zulassungsvoraussetzung	Punkte in ECTS	Angebot im
2.12	Führungs- und Umsetzungskompetenz Leadership and Executing Intercultural Communication	4 2	Ü Ü		5	WS WS
2.13	Handelsseminar und Planspiel Unternehmensplanspiel IHM Vertiefungsseminar zum Handelsmanagement	4 1	S/Ü S/Ü		5	WS WS
2.15	Wissenschaftliches Arbeiten Seminar zur Bachelorarbeit	1	SU/Ü		4	WS
2.16	Bachelorarbeit	-	-		12	WS
	Summe	12			26	

Abkürzungen empfohlener Studienablauf

BA	Bachelorarbeit
ECTS	European Credit Transfer and Accumulation System
Lfd Nr.	Laufende Nummer
LN	Leistungsnachweis
Pr	Praktikum
S	Seminar
SS	Sommersemester
SU	Seminaristischer Unterricht
SWS	Semesterwochenstunden
TN	Teilnehmernachweis
Ü	Übung
WS	Wintersemester
SPO IHM Studien- und Prüfungsordnung Internationales Handelsmanagement	

⁶ Das praktische Studiensemester des zweiten Studienabschnittes umfasst einen Zeitraum von 20 Wochen (§ 9 Abs. 3 SPO IHM). Es kann als fünftes oder sechstes Semester geführt werden und findet in den jeweiligen institutionellen Handelsunternehmen statt (vgl. § 3 Abs. 1, S. 4 SPO IHM).

Der Eintritt in das praktische Studiensemester setzt neben dem vollen Erbringen der Leistungspunkte aus dem ersten und zweiten Studiensemester die Erbringung von mindestens 20 ECTS-Leistungspunkten aus dem dritten und vierten Studiensemester sowie die erfolgreiche Ableistung des Grundpraktikums voraus (vgl. § 8 Abs. 2 SPO IHM).

5. Vorpraxis und Pflichtpraktika

Vorpraxis und Pflichtpraktika gem. § 9 der Studien- und Prüfungsordnung Internationales Handelsmanagement (SPO IHM) vom 21.05.2012 in der Fassung der Änderungssatzung vom 27.10.2014.

Vorpraxis § 9 Abs. 1 SPO IHM

Zeitlicher Umfang: 10 Wochen

Zeitliche Lage: Von den 10 Wochen sind **mindestens fünf Wochen vor Studienbeginn**, die verbleibenden Wochen in den vorlesungsfreien Zeiten, jedoch bis spätestens zu Beginn des dritten Studienseesters abzuleisten.

Durchführung: internationaler **institutioneller Handelsbetrieb** (stationärer oder Online-Handel); nicht anerkannt werden Vorpraktika u.a. in Vertriebsorganisationen oder Vertriebs- und Marketingbereichen von Produktions- und Dienstleistungsunternehmen.

Ausbildungsinhalte:

Es wird ein **ganzheitlicher Einblick in die grundlegenden betrieblichen Abläufe** eines **institutionellen** Handelsunternehmens unter Berücksichtigung der Besonderheiten einzelner Betriebstypen erwartet. Dabei sollen insbesondere Tätigkeiten im Verkauf, der Kundenberatung, dem Service, der Logistik, des Marketings und der Personalwirtschaft im Vordergrund stehen. Ebenso sollten die Bereiche Einkauf, Finanzwirtschaft, Buchhaltung, Controlling und IT Berücksichtigung finden.

Ausbildungsziele:

Die Studierenden erhalten einen ersten Einblick in die grundlegenden Tätigkeiten und Prozesse von **institutionellen internationalen Handelsbetrieben**. Abschließend sind sie in der Lage die grundlegenden Aufgaben und Arbeitsweisen in Handelsunternehmen zu kennen. Sie werden befähigt, die damit verbundene Komplexität der betriebswirtschaftlichen Vorgänge grob zu erfassen und werden zur selbständigen Übernahme und Durchführung einfacher Tätigkeiten herangeführt.

Lehr- und Lernmethoden: Praktische Tätigkeit und Mitarbeit vor Ort

Voraussetzungen für die Teilnahme: Keine

Prüfung: Praktikumsnachweis

Pflichtpraktika § 9 Abs. 2 bis 4 SPO IHM

I. Grundpraktikum gem. § 9 Abs. 2 u. 3 SPO IHM

Zeitlicher Umfang: 10 Wochen

Anzahl ECTS: 10 ECTS

Zeitliche Lage: während der **vorlesungsfreien Zeiten** spätestens bis zu Beginn des fünften Studiensemesters abzuleisten. Die einzelnen Abschnitte des Grundpraktikums sollen mindestens vier Wochen betragen. *Durchführung:* internationaler **institutioneller Handelsbetrieb** (stationärer oder Online-Handel) oder ausgeprägt inhaltlich verwandter Organisationseinheiten. Nicht anerkannt werden Praktika u.a. in Vertriebsorganisationen oder Vertriebs- und Marketingbereichen von Produktions- und Dienstleistungsunternehmen.

Ausbildungsinhalte:

Nach einer Einführung in grundlegende Aufgaben- und Handlungsfelder des Handels bzw. der Handelsunternehmen werden die Studierenden möglichst in mindestens zwei kaufmännischen Tätigkeitsbereichen dieser Unternehmen eingesetzt und dort an selbständiges, eigenverantwortliches Handeln herangeführt. Es wird ein ganzheitlicher Einblick in die grundlegenden betrieblichen Abläufe eines Handelsunternehmens unter Berücksichtigung der Besonderheiten einzelner Betriebstypen erwartet. Dabei sollen insbesondere Tätigkeiten im Verkauf, der Kundenberatung, dem Service, der Logistik, des Marketings, der Personalwirtschaft im Vordergrund stehen. Ebenso sollten die Bereiche Einkauf, Finanzwirtschaft, Buchhaltung, Controlling und IT Berücksichtigung finden.

Ausbildungsziele:

Die Studierenden lernen die grundlegenden Aufgaben und Arbeitsweisen in einem institutionellen internationalen Handelsunternehmen kennen. Sie sind in der Lage, die damit verbundene Komplexität der betriebswirtschaftlichen Vorgänge zu erfassen und wissen um die Anwendung zeitgemäßer Arbeitsverfahren, Methoden oder Konzepte zur Lösung handelsorientierter Aufgaben. Sie werden zur selbständigen Übernahme und Durchführung grundlegender Tätigkeiten in einem internationalen Handelsunternehmen befähigt.

Lehr- und Lernmethoden: Praktische Tätigkeit und Mitarbeit vor Ort

Voraussetzungen für die Teilnahme: Keine

Prüfung: Ableistung der Praxiszeit von 10 Wochen durch ein Zeugnis der Ausbildungsstelle, das dem von der Hochschule vorgegebenen Muster entspricht, nachgewiesen ist und ordnungsgemäße Praxisberichte vorgelegt und anerkannt wurden. *Weitere Informationen zu den Vorgaben des ordnungsgemäßen Praxisberichtes sowie der Vorgaben* sind zu finden auf der Homepage der THI beim Service Center Studienangelegenheiten, Referat Praktikum.

II. Praktisches Studiensemester gem. § 9 Abs. 4 SPO IHM

Zeitliche Lage: sechstes Semester

Zeitlicher Umfang: 20 Wochen

Anzahl ECTS: 30 ECTS

Durchführung: internationaler **institutioneller Handelsbetrieb** (stationärer oder Online-Handel); oder ausgeprägt inhaltlich verwandter Organisationseinheiten. Nicht anerkannt werden Praktika u.a. in Vertriebsorganisationen oder Vertriebs- und Marketingbereichen von Produktions- und Dienstleistungsunternehmen.

Ausbildungsinhalte:

Die Studierenden werden bei konkreten Aufgabenstellungen verantwortungsorientiert integriert, erste Führungsaufgaben, Teilaufgaben und/ oder Projekte selbständig und selbstverantwortlich übernehmen oder an einer vakanten Position mitgestalten, deren Schwierigkeitsgrad dem Ausbildungsstand und der späteren Aufgabenstellung als Bachelor im internationalen Handel angemessen ist. Die Teilnahme an einer Neueröffnung und/ oder die Durchführung eines Praktikumsabschnitts im Ausland ist wünschenswert, ebenso der Erwerb von Problemlösungskompetenzen.

Ausbildungsziele:

Die Praktikanten werden an die Tätigkeiten eines Bachelors/ einer zukünftigen Führungskraft im institutionellen internationalen Handel durch selbständige Mitarbeit an betriebsgestaltenden und prozessregelnden konkreten Aufgabenstellungen hingeführt und befähigt, verantwortungsvolle Aufgaben zu übernehmen.

Lehr- und Lernmethoden: Praktische Tätigkeit und Mitarbeit vor Ort

Voraussetzungen für die Teilnahme: Der Eintritt in das praktische Studiensemester setzt neben dem vollen Erbringen der Leistungspunkte aus dem ersten und zweiten Studiensemester die Erbringung von mindestens 20 ECTS-Leistungspunkten aus dem dritten und vierten Studiensemester sowie die erfolgreiche Ableistung des Grundpraktikums voraus.

Prüfung: Ableistung der Praxiszeit von 20 Wochen durch ein Zeugnis der Ausbildungsstelle, das dem von der Hochschule vorgegebenen Muster entspricht, nachgewiesen ist und ein ordnungsgemäßer Praxisbericht vorgelegt und anerkannt wurde.

Weitere Informationen zu den Vorgaben des ordnungsgemäßen Praxisberichtes sowie der Vorgaben sind zu finden auf der Homepage der THI beim Service Center Studienangelegenheiten, Referat Praktikum.

Hinweis: Die Bachelorprüfung ist bestanden, wenn in allen auf Prüfungen und sonstigen Leistungsnachweisen beruhenden Endnoten sowie in der Bachelorarbeit mindestens die Note „ausreichend“, in sonstigen Leistungsnachweisen die Bewertung „mit Erfolg“ erzielt wurde und **das Grundpraktikum und das praktische Studiensemester mit Erfolg abgeleistet** wurden (§ 10 Abs. 1 SPO IHM).

6. Ablaufplan für das Studium mit vertiefter Praxis

1. Semester	Erster Studienabschnitt	THI	Vorpraxis
2. Semester	Erster Studienabschnitt	THI	vertiefte Praxis
3. Semester	Erster Studienabschnitt	THI	vertiefte Praxis
4. Semester	Zweiter Studienabschnitt	THI	vertiefte Praxis
5. Semester	Zweiter Studienabschnitt	THI	vertiefte Praxis
6. Semester	Praxissemester	mind. Praxis 20 Wochen	
7. Semester	Bachelorarbeit (50 % im Unternehmen)	THI	Unternehmen 50%

7. Modulbeschreibungen

Volkswirtschaftliche Grundlagen						
Modulbezeichnung	Volkswirtschaftliche Grundlagen			Modulnummer	1.2	
Dozent/in	IHM_VWL: May, Stefan					
Lehrsprache	Deutsch					
Art der Lehrveranstaltung	Pflichtfach					
Dauer des Moduls / Häufigkeit des Angebots des Moduls	1 Semester nur Sommersemester					
Lehrveranstaltungen des Moduls	Volkswirtschaftliche Grundlagen (IHM_VWL)					
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung					
Voraussetzungen für die Teilnahme laut SPO	Keine					
Empfohlene Voraussetzungen	Ein intensives Literaturstudium wird empfohlen.					
Verwendbarkeit des Moduls innerhalb des eigenen sowie für andere Studiengänge	Keine					
Gesamtarbeitsaufwand und seine Zusammensetzung	SWS	ECTS	Präsenzzeit	WBT-Aufwand	Selbststudium	Gesamtaufwand
	4	5	47 h	0 h	78 h	125 h
Art der Prüfung / Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	schrP90 - schriftliche Prüfung, 90 Minuten					
Gewichtung der Einzelnote in der Gesamtnote	Siehe SPO					
Qualifikationsziele des Moduls	<p>Die Studierenden können</p> <ul style="list-style-type: none"> • das Theorem der komparativen Kosten anwenden, • Angebots- und Nachfrageveränderungen auf Märkten bestimmen, • die Wohlfahrtsökonomik auf Steuern, Subventionen, Exporte und Importe anwenden und die Notwendigkeit von Staatseingriffen beurteilen, • die Berechnungsmethoden des Volkseinkommens vornehmen, • die Bestimmungsfaktoren der volkswirtschaftlichen Produktivität nennen, • die Ursache der Arbeitslosigkeit analysieren, • Zinsstrukturtheorien wiedergeben • Zinsstrukturänderungen analysieren, • den Prozess der Geld- und Inflationssteuerung nennen, • die Unabhängigkeit der Notenbank argumentativ verteidigen. 					
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • Einführung: volkswirtschaftliches Denken, Modelltheorie, Theorem der komparativen Kosten • Bestimmungsfaktoren von Angebot und Nachfrage, Elastizitäten, Steuern und Subventionen 					

	<ul style="list-style-type: none">• Wohlfahrtsökonomische Betrachtung der Märkte, insbesondere von Steuern und Freihandel• Der öffentliche Sektor: Externe Effekte und Umweltpolitik, Öffentliche Güter• Statistische Daten: Bruttoinlandsprodukt/Wachstum, Lebenshaltungspreisindex/Inflation, Arbeitslosenquote• Geldsystem und Inflationssteuerung
Hinweis	
Literatur	<p><i>Verpflichtend:</i></p> <ul style="list-style-type: none">• MANKIW, Nicholas Gregory und Mark P. TAYLOR, 2018. <i>Grundzüge der Volkswirtschaftslehre</i>. 7. Auflage. Stuttgart: Schäffer-Poeschel Verlag. ISBN 978-3-7910-4142-1, 3-7910-4142-8• HERRMANN, Marco und Nicholas Gregory MANKIW, 2016. <i>Arbeitsbuch Grundzüge der Volkswirtschaftslehre</i>. 5. Auflage. Stuttgart: Schäffer-Poeschel Verlag. ISBN 978-3-7910-3599-4, 3-7910-3599-1 <p><i>Empfohlen:</i></p> <p>Keine</p>

Praktikum Handelsinformationssysteme						
Modulbezeichnung	Praktikum Handelsinformationssysteme			Modulnummer	1.4.2	
Dozent/in	IHM_PrakHIS: Wecker, Natalie					
Lehrsprache	Deutsch					
Art der Lehrveranstaltung	Pflichtfach					
Dauer des Moduls / Häufigkeit des Angebots des Moduls						
Lehrveranstaltungen des Moduls	Praktikum Handelsinformationssysteme (IHM_PrakHIS)					
Lehr- und Lernmethoden des Moduls						
Voraussetzungen für die Teilnahme laut SPO	Keine					
Empfohlene Voraussetzungen	Keine					
Verwendbarkeit des Modules innerhalb des eigenen sowie für andere Studiengänge	Keine					
Gesamtarbeitsaufwand und seine Zusammensetzung	SWS	ECTS	Präsenzzeit	WBT-Aufwand	Selbststudium	Gesamtaufwand
	2	0	0 h	0 h	0 h	0 h
Art der Prüfung / Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	LN - ohne/mit Erfolg teilgenommen					
Gewichtung der Einzelnote in der Gesamtnote	Siehe SPO					
Qualifikationsziele des Moduls	<p>Nach der Teilnahme an den Modulveranstaltungen sind die Studierenden in der Lage</p> <ul style="list-style-type: none"> • Makros in MS Excel aufzuzeichnen • Variablen und Konstanten adäquat in MS Excel festzulegen und für die VBA-Programmierung zu nutzen • Standarddialoge zur Ein- und Ausgabe in MS Excel zu programmieren • geeignete Objekte, Methoden und Eigenschaften in Microsoft Office festzulegen und für die VBA-Programmierung zu nutzen • Kontrollstrukturen in MS Excel zu programmieren • Stringoperationen in MS Excel zu programmieren • Anwendungen zur Kommunikation von MS Excel mit anderen Komponenten von MS Office zu programmieren • den Solver und lineare Optimierung in MS Excel bzgl. der Abbildung betriebswirtschaftlicher Sachverhalte zu verstehen und in MS Excel zu programmieren 					
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • Einstieg • Makros • Einführung in die VBA-Programmierung 					

	<ul style="list-style-type: none">○ Grundlagen○ Variablen und Konstanten○ Excel-Standarddialoge zur Ein- und Ausgabe○ Objekte, Methoden und Eigenschaften○ Kontrollstrukturen○ Stringoperationen● Ausgewählte grundlegende Programmbeispiele● Kommunikation mit anderen MS Office-Anwendungen● Solver und lineare Optimierung in MS Excel
Hinweis	
Literatur	<p><i>Verpflichtend:</i></p> <ul style="list-style-type: none">● THEIS, Thomas, 2015. <i>Einstieg in VBA mit Excel: Für Microsoft Excel 2007 bis 2016</i>. 4. Auflage. ISBN 978-3836239622 <p><i>Empfohlen:</i></p> <p>Keine</p>

Wirtschaftsprivatrecht						
Modulbezeichnung	Wirtschaftsprivatrecht			Modulnummer	1.5	
Dozent/in	IHM_WPR: Maier, Michael					
Lehrsprache	Deutsch					
Art der Lehrveranstaltung	Pflichtfach					
Dauer des Moduls / Häufigkeit des Angebots des Moduls	1 Semester nur Sommersemester					
Lehrveranstaltungen des Moduls	Wirtschaftsprivatrecht (IHM_WPR)					
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	1.5: SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung					
Voraussetzungen für die Teilnahme laut SPO	Keine					
Empfohlene Voraussetzungen	Keine					
Verwendbarkeit des Modules innerhalb des eigenen sowie für andere Studiengänge	Keine					
Gesamtarbeitsaufwand und seine Zusammensetzung	SWS	ECTS	Präsenzzeit	WBT-Aufwand	Selbststudium	Gesamtaufwand
	4	5	47 h	0 h	78 h	125 h
Art der Prüfung / Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	schrP90 - schriftliche Prüfung, 90 Minuten					
Gewichtung der Einzelnote in der Gesamtnote	Siehe SPO					
Qualifikationsziele des Moduls	Die Studierenden verfügen über einen Überblick über das Wirtschaftsprivatrecht. Sie haben Grundlagenkenntnisse auf den Gebieten des allgemeinen Teils des Bürgerlichen Gesetzbuches, des allgemeinen und des besonderen Schuldrechts und des Sachenrechts erworben. Sie sind mit den für Betriebswirte relevanten Fragestellungen vertraut und können die Methoden der privatrechtlichen Fallbearbeitung anwenden.					
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • 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 					
Hinweis	In die Vorlesung sind BGB und HGB - Textausgaben dtv - mitzubringen.					

Literatur	<p><i>Verpflichtend:</i></p> <ul style="list-style-type: none">• KLUNZINGER, Eugen, 2013. <i>Einführung in das Bürgerliche Recht : Grundkurs für Studierende der Rechts- und Wirtschaftswissenschaften</i>. 16. Auflage. München: Vahlen. ISBN 978-3-8006-4620-3 ; 3-8006-4620-X <p><i>Empfohlen:</i></p> <p>Keine</p>
------------------	--

Arbeits- und Wettbewerbsrecht						
Modulbezeichnung	Arbeits- und Wettbewerbsrecht			Modulnummer	1.6	
Dozent/in	IHM_AWR: Regler, Michaela; Steinacker, Lina					
Lehrsprache	Deutsch					
Art der Lehrveranstaltung	Pflichtfach					
Dauer des Moduls / Häufigkeit des Angebots des Moduls	1 Semester nur Wintersemester					
Lehrveranstaltungen des Moduls	Arbeits- und Wettbewerbsrecht (IHM_AWR)					
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	1.6: SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung					
Voraussetzungen für die Teilnahme laut SPO	Keine					
Empfohlene Voraussetzungen	Keine					
Verwendbarkeit des Modules innerhalb des eigenen sowie für andere Studiengänge	Keine					
Gesamtarbeitsaufwand und seine Zusammensetzung	SWS	ECTS	Präsenzzeit	WBT-Aufwand	Selbststudium	Gesamtaufwand
	4	5	47 h	0 h	78 h	125 h
Art der Prüfung / Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	schrP90 - schriftliche Prüfung, 90 Minuten					
Gewichtung der Einzelnote in der Gesamtnote	Siehe SPO					
Qualifikationsziele des Moduls	Aufbauend auf den Vorkenntnissen aus dem Teilfach WPR, haben die Studierenden Wissen und Fähigkeiten im bürgerlichen Recht vertieft und erweitert sowie einen Überblick über das Arbeitsrecht und Wettbewerbsrecht einschließlich des gewerblichen Rechtsschutzes gewonnen. Die Studierenden entwickeln ein Verständnis hinsichtlich der Bedeutung und Relevanz des Arbeits- und Wettbewerbsrechts für Handelsunternehmen.					
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • Einführung in das Individualarbeitsrecht • Begründung des Arbeitsverhältnisses • Rechte und Pflichten aus dem Arbeitsverhältnis • Beendigung des Arbeitsverhältnisses • Überblick über das kollektive Arbeitsrecht • Grundzüge des gewerbliche Rechtsschutzes • Grundlagen und Aufgabe des Wettbewerbsrechts • Verbot unlauterer geschäftlicher Handlungen • Irreführende Werbung • Vergleichende Werbung • Unzumutbare Belästigungen • Rechtsfolgen unlauterer Werbung 					

	<ul style="list-style-type: none"> • Überblick zu Patenten und weiteren Schutzrechten
Hinweis	
Literatur	<p><i>Verpflichtend:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • PALLASCH, Ulrich, 2010. <i>Arbeitsrecht: ein Lehrbuch für Wirtschaftswissenschaftler</i>. München: Vahlen. ISBN 978-3-8006-2818-6 • DÜTZ, Wilhelm und Gregor THÜSING, 2017. <i>Arbeitsrecht</i>. 22. Auflage. München: C.H. Beck. ISBN 978-3-406-71136-7, 3-406-71136-7 • MARSCHOLLEK, Günter, 2016. <i>Arbeitsrecht</i>. 21. Auflage. Münster: Alpmann und Schmidt Juristische Lehrgänge Verlagsges. mbH & Co. KG. ISBN 978-3-86752-431-5, 3-86752-431-9 • LETTL, Tobias, 2016. <i>Wettbewerbsrecht</i>. 3. Auflage. München: C.H. Beck. ISBN 978-3-406-68461-6, 3-406-68461-0 • BERLIT, Wolfgang, 2017. <i>Wettbewerbsrecht: eine Gesamtdarstellung für die Praxis</i>. 10. Auflage. München: C.H. Beck. ISBN 978-3-406-71515-0, 3-406-71515-X • SCHWABE, Winfried und Nadine GRAU, 2017. <i>Lernen mit Fällen: Arbeitsrecht Grundkurs: materielles Recht & Klausurenlehre</i>. 8. Auflage. Stuttgart: Boorberg. ISBN 978-3-415-06111-8 • JUNKER, Abbo, 2018. <i>Grundkurs Arbeitsrecht</i>. 17. Auflage. München: Verlag C.H. Beck. ISBN 978-3-406-71939-4 • REICHOLD, Hermann, 2016. <i>Arbeitsrecht: Lernbuch nach Anspruchsgrundlagen</i>. 5. Auflage. München: C.H. Beck. ISBN 978-3-406-68787-7 • WÜNSCHE, Kai, 2018. <i>Wettbewerbsrecht - UWG</i>. 5. Auflage. Altenberge: Niederle Media. ISBN 978-3-86724-156-4 <p><i>Empfohlen:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • MARSCHOLLEK, Günter, 2016. <i>Arbeitsrecht</i>. 21. Auflage. Münster: Alpmann und Schmidt Juristische Lehrgänge Verlagsges. mbH & Co. KG. ISBN 978-3-86752-431-5, 3-86752-431-9 • RICHARDI, Reinhard, 2018. <i>Arbeitsgesetze: mit den wichtigsten Bestimmungen zum Arbeitsverhältnis, Kündigungsrecht, Arbeitsschutzrecht, Berufsbildungsrecht, Tarifrecht, Betriebsverfassungsrecht, Mitbestimmungsrecht und Verfahrensrecht</i>. 92. Auflage. München: dtv. ISBN 978-3-423-05006-7, 978-3-406-72345-2

Marketing						
Modulbezeichnung	Marketing			Modulnummer	1.7	
Dozent/in	IHM_Market: Frech, Alexander					
Lehrsprache	Deutsch					
Art der Lehrveranstaltung	Pflichtfach					
Dauer des Moduls / Häufigkeit des Angebots des Moduls	1 Semester nur Wintersemester					
Lehrveranstaltungen des Moduls	Marketing (IHM_Market)					
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	1.7: SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung					
Voraussetzungen für die Teilnahme laut SPO	Keine					
Empfohlene Voraussetzungen	Keine					
Verwendbarkeit des Modules innerhalb des eigenen sowie für andere Studiengänge	Keine					
Gesamtarbeitsaufwand und seine Zusammensetzung	SWS	ECTS	Präsenzzeit	WBT-Aufwand	Selbststudium	Gesamtaufwand
	4	5	47 h	0 h	78 h	125 h
Art der Prüfung / Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	schrP90 - schriftliche Prüfung, 90 Minuten					
Gewichtung der Einzelnote in der Gesamtnote	Siehe SPO					
Qualifikationsziele des Moduls	Die Studierenden sind in der Lage, grundlegende Instrumente und Methoden des Marketingmanagement anzuwenden und auf die Besonderheiten im Einzelhandel zu übertragen.					
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • Marketing and Marketing Process • Developing Marketing Strategies and Plans • Collecting Information and Forecasting Demand • Creating Long-Term Loyalty Relationships • Consumer Market and Consumer Buying Behaviour • Identifying Marketing Segments and Targets • Developing the Brand Strategy and Positioning • Competitive Dynamics • Setting a Product Strategy • Designing and Managing Services • Developing Pricing Strategies and Programs • Developing Communication Strategies and Programs • Marketing for Retail Companies 					
Hinweis						

Literatur	<p><i>Verpflichtend:</i></p> <ul style="list-style-type: none">• KOTLER, Philip und Gary ARMSTRONG, 2016. <i>Principles of marketing</i>. 16. Auflage. Harlow [u.a.]: Pearson. ISBN 978-1-292-09248-5, 1-292-09248-3 <p><i>Empfohlen:</i></p> <p>Keine</p>
------------------	--

Investition, Finanzierung und Steuern						
Modulbezeichnung	Investition, Finanzierung und Steuern			Modulnummer	1.10	
Dozent/in	IHM_IFS: Graap, Torsten IHM_IF: Graap, Torsten					
Lehrsprache	Deutsch					
Art der Lehrveranstaltung	Pflichtfach					
Dauer des Moduls / Häufigkeit des Angebots des Moduls	1 Semester wechselnde Angebotssemester					
Lehrveranstaltungen des Moduls	Investition, Finanzierung und Steuern (IHM_IFS) Investition und Finanzierung (IHM_IF)					
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung					
Voraussetzungen für die Teilnahme laut SPO	Keine					
Empfohlene Voraussetzungen	Keine.					
Verwendbarkeit des Modules innerhalb des eigenen sowie für andere Studiengänge	Nicht gegeben.					
Gesamtarbeitsaufwand und seine Zusammensetzung	SWS	ECTS	Präsenzzeit	WBT-Aufwand	Selbststudium	Gesamtaufwand
	6	8	70 h	0 h	130 h	200 h
Art der Prüfung / Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	schrP120 - schriftliche Prüfung, 120 Minuten					
Gewichtung der Einzelnote in der Gesamtnote	Siehe SPO					
Qualifikationsziele des Moduls	<p>Investition und Finanzierung: Die Studierenden können die gängigen Finanzierungsinstrumente benennen, diese klassifizieren sowie ihre Funktionsweise beschreiben. Sie sind in der Lage, den Stellenwert von Finanzierungskennziffern und -regeln einzuschätzen und zu diskutieren.</p> <p>Zudem erkennen sie die Bedeutung und Aussage des Leverage-Effektes und können diese darstellen. Sie sind in der Lage Investitions-Vorteilhaftigkeitskalkulationen zu erstellen und korrekt zu interpretieren.</p>					
Inhalte des Moduls	<p>Investition und Finanzierung:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 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 					
Hinweis						

Literatur	Investition und Finanzierung: <i>Verpflichtend:</i> <ul style="list-style-type: none">• BREALEY, Richard A., Stewart C. MYERS und Alan J. MARCUS, 2015. <i>Fundamentals of corporate finance</i>. E. Auflage. New York, NY: McGraw-Hill Education. ISBN 978-0-07-786162-9• SCHMIDT, Reinhard H. und Eva TERBERGER, 2006. <i>Grundzüge der Investitions- und Finanzierungstheorie</i>. 4. Auflage. Wiesbaden: Gabler. ISBN 3-409-43700-2, 978-3-409-43700-4• PERRIDON, Louis, Manfred STEINER und Andreas W. RATHGEBER, 2012. <i>Finanzwirtschaft der Unternehmung</i>. 16. Auflage. München: Verlag Franz Vahlen. ISBN 978-3-8006-3991-5, 978-3-8006-3679-2• PAPE, Ulrich, 2015. <i>Grundlagen der Finanzierung und Investition: mit Fallbeispielen und Übungen</i>. 3. Auflage. Berlin [u.a.]: De Gruyter Oldenbourg. ISBN 978-3-11-041388-5, 978-3-11-042564-2 <i>Empfohlen:</i> <ul style="list-style-type: none">• BIEG, Hartmut, Heinz KUßMAUL und Gerd WASCHBUSCH, 2015. <i>Investition in Übungen</i>. 3. Auflage. München: Vahlen. ISBN 978-3-8006-4970-9, 978-3-8006-4971-6• BIEG, Hartmut, Heinz KUßMAUL und Gerd WASCHBUSCH, 2016. <i>Finanzierung</i>. 3. Auflage. München: Verlag Franz Vahlen. ISBN 978-3-8006-5053-8• BIEG, Hartmut, Heinz KUßMAUL und Gerd WASCHBUSCH, 2016. <i>Investition</i>. 3. Auflage. München: Verlag Franz Vahlen. ISBN 978-3-8006-5051-4, 3-8006-5051-7• BIEG, Hartmut, Heinz KUßMAUL und Gerd WASCHBUSCH, 2017. <i>Finanzierung in Übungen</i>. 4. Auflage. München: Vahlen. ISBN 978-3-8006-5339-3, 3-8006-5339-7
------------------	--

Projektmanagement						
Modulbezeichnung	Projektmanagement			Modulnummer	1.12	
Dozent/in	IHM_PM: Kurpiers, Sandro; Kutun, Bahar; Reszat, Marcus; Stapf, Simon					
Lehrsprache	Deutsch/Englisch					
Art der Lehrveranstaltung	Pflichtfach					
Dauer des Moduls / Häufigkeit des Angebots des Moduls	2 wechselnde Angebotssemester					
Lehrveranstaltungen des Moduls	1.12.2 Projektmanagement (IHM_PM)					
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	1.12.1: Ü - Übung; 1.12.2: PA - Projektarbeit					
Voraussetzungen für die Teilnahme laut SPO	Der Teilnahmenachweis (mit Erfolg) von 1.12.1 ist Voraussetzung für 1.12.2.					
Empfohlene Voraussetzungen	Keine.					
Verwendbarkeit des Modules innerhalb des eigenen sowie für andere Studiengänge	Aufgrund der handelspezifischen Ausrichtung nicht gegeben.					
Gesamtarbeitsaufwand und seine Zusammensetzung	SWS	ECTS	Präsenzzeit	WBT-Aufwand	Selbststudium	Gesamtaufwand
	4	6	70 h	0 h	80 h	150 h
Art der Prüfung / Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	1.12.2 SA/P - Seminararbeit mit Präsentation					
Gewichtung der Einzelnote in der Gesamtnote	Siehe SPO					
Qualifikationsziele des Moduls	<p>1.12.2 Projektmanagement: Die Studierenden sind in der Lage ...</p> <ul style="list-style-type: none"> • mit Hilfe einer Kreativitätsmethode eine Projektidee zu entwickeln. • einen Überblick über Methoden und Anwendungsfelder des klassischen wie auch des agilen Projektmanagements wiederzugeben. • hierdurch (Entrepreneurship-)Projekte strukturiert vorzubereiten und durchzuführen. • dabei die Instrumente des Projektmanagements phasenorientiert und situationgerecht einzusetzen. • aus der Projektidee und auf Basis der selbsterstellten Projektplanung mit Hilfe einer agilen Methode einen Prototyp (z.B. Produkt- und/oder Geschäftsmodellprototyp) zu entwickeln. • die erarbeiteten Ergebnisse präsentationsfähig aufzubereiten und vorzustellen. • in diesem Zusammenhang das Tool "MS-Project 2013" anwenden. 					
Inhalte des Moduls	1.12.2 Projektmanagement:					

	<p>Die Studierenden erhalten einen Überblick über Methoden und Anwendungsfelder des Projektmanagements. Insbesondere wird hierbei ein Fokus auf das Management von Entrepreneurship-Projekten (Themengebiete: „Klassisches“ Entrepreneurship, Social Entrepreneurship, Corporate Entrepreneurship) gelegt.</p> <p>Das Seminar hat einen modularen Aufbau und gliedert sich in die drei Themenschwerpunkte:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Soft Skills, Teamarbeit und Ideenentwicklung 2. Klassisches und agiles Projektmanagement 3. Agile Prototypenentwicklung <p>Die Vorlesung orientiert sich somit an einem Stage-Gate-Prozess, in dem die Studierenden nach jedem Abschnitt die erarbeiteten Ergebnisse vorstellen und auf dieser Basis die Grundlage für den nächsten Abschnitt schaffen.</p> <p>Parallel zu diesen Inhalten findet eine zusätzliche Einweisung in das Software-tool "MS Project" statt.</p>
Hinweis	<p>1.12.2 Projektmanagement:</p> <p>Das Modul kann im Rahmen des Zertifikatsstudiums "Entrepreneurship und Unternehmertum" anerkannt werden.</p>
Literatur	<p>1.12.2 Projektmanagement:</p> <p><i>Verpflichtend:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • ANDLER, Nicolai, 2015. <i>Tools für Projektmanagement, Workshops und Consulting: Kompendium der wichtigsten Techniken und Methoden</i>. 6. Auflage. Erlangen: PUBLICIS. ISBN 978-3-89578-453-8, 3-89578-453-2 • GRICHNIK, Dietmar und andere, 2017. <i>Entrepreneurship: unternehmerisches Denken, Entscheiden und Handeln in innovativen und technologieorientierten Unternehmungen</i>. 2. Auflage. Stuttgart: Schäffer-Poeschel Verlag. ISBN 978-3-7910-3659-5, 3-7910-3659-9 • HESSELER, Michael, 2015. <i>Projektmanagement: Wissensbausteine für die erfolgreiche Projektarbeit</i> [online]. München: Verlag Franz Vahlen PDF eBook. ISBN 978-3-8006-4316-5. Verfügbar unter: https://doi.org/10.15358/9783800643165. • KAWASAKI, Guy, 2015. <i>The art of the start 2.0: the time-tested, battle-hardened guide for anyone starting anything</i>. r. Auflage. [London] [u.a.]: Portfolio Penguin. ISBN 978-0-241-18726-5, 978-1-59184-811-0 • NAGEL, Michael und Christian MIEKE, 2014. <i>BWL-Methoden: Handbuch für Studium und Praxis</i>. Konstanz: UVK [u.a.]. ISBN 978-3-8252-8564-7 • NAUSNER, Peter, 2006. <i>Projektmanagement: die Entwicklung und Produktion des Neuen in Form von Projekten</i>. Stuttgart: WUV UTB. ISBN 3-8252-2851-7, 978-3-8252-2851-4 • PREUßIG, Jörg, 2015. <i>Agiles Projektmanagement: Scrum, Use Cases, Task Boards & Co.</i>. 1. Auflage. Freiburg: Haufe. ISBN 978-3-648-06517-4, 3-648-06517-3 • RIES, Eric, 2017. <i>The lean startup: how today's entrepreneurs use continuous innovation to create radically successful businesses</i>. 2017. Auflage. New York: Currency. ISBN 978-1-5247-6240-7 • SCHELLE, Heinz und Roland OTTMANN, 2014. <i>Projekte zum Erfolg führen: Projektmanagement systematisch und kompakt</i>. 7. Auflage. München: Dt. Taschenbuchverl.. ISBN 978-3-423-50937-4, 3-423-50937-6 • STÖGER, Roman, 2011. <i>Wirksames Projektmanagement: mit Projekten zu Ergebnissen</i>. 3. Auflage. Stuttgart: Schäffer-Poeschel. ISBN 978-3-7910-3074-6, 3-7910-3074-4 <p><i>Empfohlen:</i></p>

	Keine
--	-------

Wirtschaftsenglisch II						
Modulbezeichnung	Wirtschaftsenglisch II			Modulnummer	1.13.2	
Dozent/in	IHM_WIENG-II: Ridley-Skrozki, Belinda Leslie; Talke, Susan; Theil, Suzanne					
Lehrsprache	Englisch					
Art der Lehrveranstaltung	Pflichtfach					
Dauer des Moduls / Häufigkeit des Angebots des Moduls	1 Semester nur Sommersemester					
Lehrveranstaltungen des Moduls	Wirtschaftsenglisch II (IHM_WIENG-II)					
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	1.13.2: SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung					
Voraussetzungen für die Teilnahme laut SPO	Keine.					
Empfohlene Voraussetzungen	Vorheriger erfolgreicher Besuch der Veranstaltung 1.13.1 Wirtschaftsenglisch I empfehlenswert.					
Verwendbarkeit des Modules innerhalb des eigenen sowie für andere Studiengänge	Inhaltsähnliche Veranstaltung in BW.					
Gesamtarbeitsaufwand und seine Zusammensetzung	SWS	ECTS	Präsenzzeit	WBT-Aufwand	Selbststudium	Gesamtaufwand
	4	4	47 h	0 h	53 h	100 h
Art der Prüfung / Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	mdlP15					
Gewichtung der Einzelnote in der Gesamtnote	Siehe SPO					
Qualifikationsziele des Moduls	<p>Students are able to:</p> <ul style="list-style-type: none"> • give a presentation on a current international business topic, lead a discussion and write an essay on the topic • use presentation skills including effective structuring, rhetorical techniques, body language, time management and describing graphs/charts • create and effectively use visual aids for the presentation content including statistics and numbers in graphs and charts • use communication skills in presentations, discussions, telephoning and meetings/negotiations • use business English vocabulary 					
Inhalte des Moduls	<p>Selected business communication skills</p> <ul style="list-style-type: none"> • Presentations • Rhetorical speech • Telephoning • Meetings and negotiations 					
Hinweis						

Literatur	Required: <ul style="list-style-type: none">• Cotton, David, David Falvey, Simon Kent. Market Leader Upper Intermediate Business English course Book with MyEnglishLab 3rd Edition. London: Person, 2011.• Sweeney, Simon. English for Business Communication - Student Book. Cambridge: Cambridge University Press, 2005.
------------------	---

Grundpraktikum						
Modulbezeichnung	Grundpraktikum			Modulnummer	1.14	
Dozent/in	IHM_GrPr: NN					
Lehrsprache	Deutsch					
Art der Lehrveranstaltung	Pflichtfach					
Dauer des Moduls / Häufigkeit des Angebots des Moduls	1 Semester Winter- und Sommersemester					
Lehrveranstaltungen des Moduls	Grundpraktikum (IHM_GrPr)					
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	1.14 : Praktikum					
Voraussetzungen für die Teilnahme laut SPO	Internationaler institutioneller Handelsbetrieb (stationärer oder Online-Handel); oder ausgeprägt inhaltlich verwandter Organisationseinheiten. Nicht anerkannt werden Praktika u.a. in Vertriebsorganisationen oder Vertriebs- und Marketingbereichen von Produktions- und Dienstleistungsunternehmen.					
Empfohlene Voraussetzungen	Keine.					
Verwendbarkeit des Modules innerhalb des eigenen sowie für andere Studiengänge	Aufgrund der handelsspezifischen Ausrichtung nicht gegeben.					
Gesamtarbeitsaufwand und seine Zusammensetzung	SWS	ECTS	Präsenzzeit	WBT-Aufwand	Selbststudium	Gesamtaufwand
	0	10	0 h	0 h	250 h	250 h
Art der Prüfung / Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Praktikumsbericht					
Gewichtung der Einzelnote in der Gesamtnote	Siehe SPO					
Qualifikationsziele des Moduls	Die Praktikanten werden an die Tätigkeiten eines Bachelors/ einer zukünftigen Führungskraft im institutionellen internationalen Handel durch selbständige Mitarbeit an betriebsgestaltenden und prozessregelnden konkreten Aufgabenstellungen hingeführt und befähigt, verantwortungsvolle Aufgaben zu übernehmen.					
Inhalte des Moduls	Die Studierenden werden bei konkreten Aufgabenstellungen verantwortungsvoll integriert, erste Führungsaufgaben, Teilaufgaben und/ oder Projekte selbstständig und selbstverantwortlich übernehmen oder an einer vakanten Position mitgestalten, deren Schwierigkeitsgrad dem Ausbildungsstand und der späteren Aufgabenstellung als Bachelor im internationalen Handel angemessen ist. Die Teilnahme an einer Neueröffnung und/ oder die Durchführung eines Praktikumsabschnitts im Ausland ist wünschenswert, ebenso der Erwerb von Problemlösungskompetenzen.					
Hinweis						
Literatur						

Strategisches Handelsmanagement						
Modulbezeichnung	Strategisches Handelsmanagement			Modulnummer	2.1	
Dozent/in	IHM_StrHM: Fend, Lars					
Lehrsprache	Deutsch					
Art der Lehrveranstaltung	Pflichtfach					
Dauer des Moduls / Häufigkeit des Angebots des Moduls	1 Semester nur Wintersemester					
Lehrveranstaltungen des Moduls	Strategisches Handelsmanagement (IHM_StrHM)					
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	2.1: SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung					
Voraussetzungen für die Teilnahme laut SPO	Keine					
Empfohlene Voraussetzungen	Keine.					
Verwendbarkeit des Modules innerhalb des eigenen sowie für andere Studiengänge	Keine					
Gesamtarbeitsaufwand und seine Zusammensetzung	SWS	ECTS	Präsenzzeit	WBT-Aufwand	Selbststudium	Gesamtaufwand
	4	5	47 h	0 h	78 h	125 h
Art der Prüfung / Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	mdIP - mündliche Prüfung 15 Minuten					
Gewichtung der Einzelnote in der Gesamtnote	Siehe SPO					
Qualifikationsziele des Moduls	<p>Die Studierenden haben einen Überblick über den derzeitigen Stand des Wissens auf dem Gebiet des strategischen Handelsmanagement.</p> <p>Die Teilnehmer verstehen die Philosophie, die Sprache und Planung von Strategiekonzepten auf verschiedenen Planungsebenen des strategischen Managements (v.a. Konzern-, Unternehmens-, Bereichs-/Funktionsebene) im nationalen und internationalen Kontext.</p> <p>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.</p>					
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • 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 					

	<ul style="list-style-type: none">• Managementkonzepte• Aktuelle Themen zu strategischen Fragestellungen
Hinweis	Hinweise zur Literatur: Literaturempfehlungen werden in der Veranstaltung bekannt gegeben.
Literatur	Literaturempfehlungen werden in der Veranstaltung bekannt gegeben.

Sortiments- und Servicemanagement						
Modulbezeichnung	Sortiments- und Servicemanagement			Modulnummer	2.4	
Dozent/in	IHM_SSM: Heinisch, Stefan; Rock, Stefan					
Lehrsprache	Deutsch					
Art der Lehrveranstaltung	Pflichtfach					
Dauer des Moduls / Häufigkeit des Angebots des Moduls	1 Semester nur Wintersemester					
Lehrveranstaltungen des Moduls	Sortiments- und Servicemanagement (IHM_SSM)					
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	2.4: SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung					
Voraussetzungen für die Teilnahme laut SPO	Zum Eintritt in den zweiten Studienabschnitt ist nur berechtigt, wer mindestens 63 ECTS-Leistungspunkte aus den Modulen des ersten Studienabschnittes erbracht hat.					
Empfohlene Voraussetzungen	Keine.					
Verwendbarkeit des Modules innerhalb des eigenen sowie für andere Studiengänge	Aufgrund der handelsspezifischen Ausrichtung nicht gegeben.					
Gesamtarbeitsaufwand und seine Zusammensetzung	SWS	ECTS	Präsenzzeit	WBT-Aufwand	Selbststudium	Gesamtaufwand
	4	5	47 h	0 h	78 h	125 h
Art der Prüfung / Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	mdIP - mündliche Prüfung 15 Minuten					
Gewichtung der Einzelnote in der Gesamtnote	Siehe SPO					
Qualifikationsziele des Moduls	<p>Anhand von aktuellen Beispielen aus dem Handel, sowohl aus verschiedenen Betriebsformen als auch Absatzkanälen, können die Studierenden Aufgaben, Ziele, Umfeld, Methoden und Erfolgsfaktoren des Sortiments- und Servicemanagements erkennen. Sie haben die Fähigkeit, die Thematiken praxisorientiert anzuwenden. Im Mittelpunkt stehen die markt- und lösungsorientierte Gestaltung des Sortiments und der Verkaufsfläche sowie die betriebswirtschaftliche Optimierung derselben. Die Studierenden kennen theoretische und moderne Methoden und können diese im internationalen Handel anwenden.</p> <p>Ebenso kennen die Studierenden die neusten Entwicklungen im Service. Sie sind in der Lage, Methoden zur Quantifizierung der Servicequalität anzuwenden, Defizite zu qualifizieren und strukturiert zu identifizieren, um hierauf aufbauend das Leistungsangebot eines Handelsunternehmens in der Art zu optimieren, dass der Kunde dies als nutzenstiftend wahrnimmt und entsprechend honoriert.</p>					
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen der Sortimentspolitik und des Sortimentsmanagements internationaler Handelsunternehmen • Grundlagen des Sortimentscontrolling • Sortimentsgestaltung, -optimierung und Storelayout 					

	<ul style="list-style-type: none"> • Produkt- und Category Management im internationalen Kontext • Innovationen im Flächenmanagement • Digitalisierung im Sortiments- und Flächenmanagement • Bedeutung des Servicemanagements für internationale Handelsunternehmen • Methoden im Servicemanagement / Quantifizierung des Kundennutzens • Mitarbeitermotivation, Mitarbeiterqualifikation und Wissensmanagement • Entwicklung und Gestaltung von Serviceleistungen / Service Design Thinking • Beschwerdemanagement und dessen Bedeutung / Controlling im Service • Organisatorische Verankerung von Service / Strategien für die erfolgreiche Implementierung eines Servicekonzepts • Angewandtes Servicemanagement und Best Practices in internationalen Handelsunternehmen • Fallbeispiele
Hinweis	
Literatur	<p><i>Verpflichtend:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • CZECH-WINKELMANN, Susanne, 2010. <i>Lexikon Sortimentspolitik: Gestaltung - Schnittstellen - Management - Kennzahlen</i>. 1. Auflage. Frankfurt am Main: Deutscher Fachverlag GmbH. ISBN 978-3-86641-040-4 • BARTH, Klaus, Michaela HARTMANN und Hendrik SCHRÖDER, 2015. <i>Betriebswirtschaftslehre des Handels</i>. 7. Auflage. Wiesbaden: Springer Gabler. ISBN 978-3-8349-3425-3 ; 978-3-8349-7184-5 • MÜLLER-HAGEDORN, Lothar, Waldemar TOPOROWSKI und Stephan ZIELKE, 2012. <i>Der Handel : Grundlagen - Management - Strategien</i>. 2. Auflage. Stuttgart: Kohlhammer. ISBN 978-3-17-019282-9 ; 3-17-019282-5 • ZENTES, Joachim, Bernhard SWOBODA und Thomas FOSCHT, 2012. <i>Handelsmanagement</i>. 3. Auflage. München: Vahlen. ISBN 978-3-8006-4265-6, 3-8006-4265-4 <p><i>Empfohlen:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • AHLERT , Dieter und andere, 2009. <i>Sortimentsstrategien in Industrie und Handel</i>. Frankfurt am Main: Deutscher Fachverlag. ISBN 978-3-86641-211-8 • AHLERT, Dieter und Peter KENNING, 2007. <i>Handelsmarketing: Grundlagen der marktorientierten Führung von Handelsbetrieben ; mit 21 Tabellen</i>. Berlin [u.a.]: Springer. ISBN 978-3-540-40871-0 • HALLER, Sabine und Hans Christian WEIS (HRSG.), 2008. <i>Handelsmarketing</i>. 3. Auflage. Ludwigshafen (Rhein): Kiehl. ISBN 978-3-470-47873-9 • MÜLLER-HAGEDORN, Lothar und Martin NATTER, 2011. <i>Handelsmarketing</i>. 5. Auflage. Stuttgart: Kohlhammer. ISBN 978-3-17-021123-0 • RUDOLPH , Thomas, KOTOUC, Alexander J., 2006. Das Sortiment aus Verbrauchersicht — oder warum die Formel "Größeres Sortiment = Zufriedenere Kunden = Mehr Umsatz" nicht stimmt. In: <i>Marketing Review St. Gallen : Fachzeitschrift für Marketing (Thexis)</i>. 23(2), S.2-7. ISSN 1865-6544 (Print) 1865-7516 (Online) • RUDOLPH, Thomas, KOTOUC, Alexander J., 2005. Das optimale Sortiment aus Kundensicht. In: <i>Harvard Business Manager</i>. 27(8), S.64-74. ISSN 0174-335X

- | | |
|--|---|
| | <ul style="list-style-type: none">• SCHRÖDER, Hendrik, 2006. Sortimentscontrolling im Lebensmittel-Einzelhandel — 10 Thesen zu einer besseren Managementunterstützung. In: <i>Marketing Review St. Gallen, Fachzeitschrift für Marketing (Thesis)</i>. 23(2), S.22-25. ISSN 1865-6544 (Print) 1865-7516 (Online) |
|--|---|

Projekt im Handelsmanagement						
Modulbezeichnung	Projekt im Handelsmanagement			Modulnummer	2.7	
Dozent/in	IHM_ProjHM: Hackl, Oliver; Rock, Stefan					
Lehrsprache	Deutsch					
Art der Lehrveranstaltung	Pflichtfach					
Dauer des Moduls / Häufigkeit des Angebots des Moduls	1 Semester nur Wintersemester					
Lehrveranstaltungen des Moduls	Projekt im Handelsmanagement (IHM_ProjHM)					
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	2.7: Ü - Übung					
Voraussetzungen für die Teilnahme laut SPO	Keine					
Empfohlene Voraussetzungen	Keine					
Verwendbarkeit des Modules innerhalb des eigenen sowie für andere Studiengänge	Keine					
Gesamtarbeitsaufwand und seine Zusammensetzung	SWS	ECTS	Präsenzzeit	WBT-Aufwand	Selbststudium	Gesamtaufwand
	4	6	47 h	0 h	103 h	150 h
Art der Prüfung / Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	SA/P - Seminararbeit mit Präsentation					
Gewichtung der Einzelnote in der Gesamtnote	Siehe SPO					
Qualifikationsziele des Moduls	<p>Die Studierenden erkennen die Zusammenhänge der zuvor in den einzelnen Modulen vermittelten Inhalte und werden auf Basis ihrer fachlichen Kompetenzen in die Lage versetzt, eine qualifizierte projektaufgabenorientierte Analyse durchzuführen, um hierauf aufbauend belastbare, detaillierte Lösung(en) im Sinne der projektspezifischen Aufgabenstellung zu erarbeiten. Die Studierenden sind in der Lage, die wesentlichen Aspekte und Erkenntnisse der Projektarbeit qualifiziert zusammenzufassen und vor dem Auftraggeber zu präsentieren. Die Studierenden werden des Weiteren befähigt, neben ihren fachlichen auch ihre methodischen und sozialen Kompetenzen zu erleben und zu festigen.</p>					
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • Handelsorientiertes Projektmanagement • Projektarbeit anhand konkreter handelsbetrieblicher Fragestellungen • Präsentation der Ergebnisse <p>Die zu bearbeitenden Themen sowie die personenspezifische Zuordnung der Themen werden in der ersten Veranstaltung vorgenommen.</p>					
Hinweis						
Literatur	Projektthemenabhängige Literaturempfehlungen erhalten die Studierenden in der Veranstaltung.					

Handelscontrolling						
Modulbezeichnung	Handelscontrolling			Modulnummer	2.9	
Dozent/in	IHM_HC: Richter, Andreas; Vogler, Thomas					
Lehrsprache	Deutsch					
Art der Lehrveranstaltung	Pflichtfach					
Dauer des Moduls / Häufigkeit des Angebots des Moduls	1 Semester nur Wintersemester					
Lehrveranstaltungen des Moduls	Handelscontrolling (IHM_HC)					
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	2.9: SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung					
Voraussetzungen für die Teilnahme laut SPO	Zum Eintritt in den zweiten Studienabschnitt ist nur berechtigt, wer mindestens 63 ECTS-Leistungspunkte aus den Modulen des ersten Studienabschnittes erbracht hat.					
Empfohlene Voraussetzungen	Die regelmäßige Teilnahme an der Veranstaltung wird aufgrund des seminaristischen Charakters und der Aktualität der behandelten Themen dringend empfohlen!					
Verwendbarkeit des Modules innerhalb des eigenen sowie für andere Studiengänge	Aufgrund der handelspezifischen Ausrichtung nicht gegeben.					
Gesamtarbeitsaufwand und seine Zusammensetzung	SWS	ECTS	Präsenzzeit	WBT-Aufwand	Selbststudium	Gesamtaufwand
	4	5	47 h	0 h	78 h	125 h
Art der Prüfung / Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	schrP90 - schriftliche Prüfung, 90 Minuten					
Gewichtung der Einzelnote in der Gesamtnote	Siehe SPO					
Qualifikationsziele des Moduls	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.					
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • 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 					

Hinweis	Die regelmäßige Teilnahme an der Veranstaltung wird aufgrund des seminaristischen Charakters und der Aktualität der behandelten Themen dringend empfohlen!
Literatur	<p><i>Verpflichtend:</i></p> <ul style="list-style-type: none">• BERMAN, Barry und Joel R. EVANS, 2013. <i>Retail management : a strategic approach</i>. 12. Auflage. Boston, München, u.a.: Pearson. ISBN 0-273-76856-5 ; 978-0-273-76856-2• BUTTKUS, Michael und Altfried NEUGEBAUER, 2012. <i>Controlling im Handel : Innovative Ansätze und Praxisbeispiele</i>. Wiesbaden: Springer Gabler. ISBN 978-3-8349-3083-5 ; 3-8349-3083-0 ; 978-3-8349-7104-3• KAPLAN, Robert S. und David P. NORTON, 2004. <i>Strategy maps: converting intangible assets into tangible outcomes</i>. Boston, Mass.: Harvard Business School Press. ISBN 1-59139-134-2, 978-1-59139-134-0 <p><i>Empfohlen:</i> Keine</p>

Einkaufs- und Beschaffungsmanagement						
Modulbezeichnung	Einkaufs- und Beschaffungsmanagement			Modulnummer	2.11	
Dozent/in	IHM_EBM: Rock, Stefan; Ungrade, Carsten					
Lehrsprache	Deutsch					
Art der Lehrveranstaltung	Pflichtfach					
Dauer des Moduls / Häufigkeit des Angebots des Moduls	1 Semester nur Wintersemester					
Lehrveranstaltungen des Moduls	Einkaufs- und Beschaffungsmanagement (IHM_EBM)					
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	2.11: SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung					
Voraussetzungen für die Teilnahme laut SPO	Keine					
Empfohlene Voraussetzungen	Keine					
Verwendbarkeit des Modules innerhalb des eigenen sowie für andere Studiengänge	Keine					
Gesamtarbeitsaufwand und seine Zusammensetzung	SWS	ECTS	Präsenzzeit	WBT-Aufwand	Selbststudium	Gesamtaufwand
	4	5	47 h	0 h	78 h	125 h
Art der Prüfung / Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	schrP90 - schriftliche Prüfung, 90 Minuten					
Gewichtung der Einzelnote in der Gesamtnote	Siehe SPO					
Qualifikationsziele des Moduls	„Im Einkauf liegt der Erfolg. Durch die Beschaffung wird der Einkaufserfolg abgesichert“. Die Studierenden erwerben die speziell für den Handel erforderlichen einkaufs- und beschaffungsorientierten Basiskonntnisse. Sie kennen die Prozesse im Einkauf und der Beschaffung sowie innovative Tools, um mit zukünftigen Anforderungen, die einkaufsseitig an internationale Handelsunternehmen gestellt werden, erfolgreich umzugehen. Die Studierenden sind abschließend in der Lage, die situationsspezifische Relevanz von einkaufs- und beschaffungsspezifischen Konzepten zu erkennen, zielorientiert einzusetzen und nachhaltige Ergebnisse zu erzielen.					
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • Grundlegende Begriffe des Einkaufs • Phasen im Einkaufsprozess • Organisationsformen des Einkaufs im Handel • Aufgaben des Einkaufs und der Beschaffung, insb. der internationalen Beschaffung • Sourcingkonzepte im internationalen Kontext • Elemente und Instrumente des Konditionenmanagements • Phasen und Führung eines Einkaufsgesprächs • Aspekte der Bewertung und Integration von Lieferanten 					

	<ul style="list-style-type: none"> • Disposition als wesentliches Element der Beschaffung • Anforderungen an die Qualifikation der Beschaffungs- und Einkaufsmitarbeiter • Controlling im Einkauf und der Beschaffung • Digitalisierung im Einkauf • Nachhaltigkeit und Einkauf
Hinweis	
Literatur	<p><i>Verpflichtend:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • ARNOLDS, Hans, 2016. <i>Materialwirtschaft und Einkauf: Grundlagen, Spezialthemen, Übungen</i> [online]. Wiesbaden: Springer Gabler PDF e-Book. ISBN 978-3-8349-3160-3, 3-8349-3160-8. Verfügbar unter: https://doi.org/10.1007/978-3-8349-3742-1. • HIRSCHSTEINER, Günter, 2006. <i>Einkaufs- und Beschaffungsmanagement : Strategien, Verfahren und moderne Konzepte</i>. 2. Auflage. Ludwigshafen: Kiehl. ISBN 3-470-53852-2 • RUDOLPH, Thomas, 2013. <i>Modernes Handelsmanagement: eine Einführung in die Handelslehre</i>. 3. Auflage. Stuttgart: Schäffer-Poeschel. ISBN 978-3-7910-3304-4, 3-7910-3304-2 • ZENTES, Joachim, Bernhard SWOBODA und Thomas FOSCHT, 2012. <i>Handelsmanagement</i>. 3. Auflage. München: Vahlen. ISBN 978-3-8006-4265-6, 3-8006-4265-4 • MÜLLER-HAGEDORN, Lothar, Waldemar TOPOROWSKI und Stephan ZIELKE, 2012. <i>Der Handel: Grundlagen - Management - Strategien</i>. 2. Auflage. Stuttgart: Kohlhammer. ISBN 978-3-17-019282-9, 3-17-019282-5 <p><i>Empfohlen:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • BARTH, Klaus, Michaela HARTMANN und Hendrik SCHRÖDER, 2015. <i>Betriebswirtschaftslehre des Handels</i>. 7. Auflage. Wiesbaden: Springer Gabler. ISBN 978-3-8349-3425-3 ; 978-3-8349-7184-5 • BICHLER, Klaus und andere, 2010. <i>Beschaffungs- und Lagerwirtschaft : praxisorientierte Darstellung der Grundlagen, Technologien und Verfahren</i>. 9. Auflage. Wiesbaden: Gabler. ISBN 978-3-8349-1974-8 ; 3-8349-1974-8 ; 978-3-8349-8828-7 • HERTEL, Joachim, ZENTES, Joachim, SCHRAMM-KLEIN, Hanna, 2011. <i>Supply-Chain-Management und Warenwirtschaftssysteme im Handel</i> [online]. Berlin [u.a.]: Springer PDF e-Book. ISBN 978-3-642-19178-7, 978-3-642-19179-4. Verfügbar unter: https://doi.org/10.1007/978-3-642-19179-4. • HOFBAUER, Günter und Christian BAUER, 2004. <i>Integriertes Beschaffungsmarketing: der systematische Ansatz im Wertschöpfungsprozess</i>. München: Vahlen. ISBN 3-8006-3105-9 • KLUCK, Dieter, 2008. <i>Materialwirtschaft und Logistik: Lehrbuch mit Beispielen und Kontrollfragen</i>. 3. Auflage. Stuttgart: Schäffer-Poeschel Verlag. ISBN 978-3-7910-2741-8, 3-7910-2741-7 • TIETZ, Bruno, 1993. <i>Der Handelsbetrieb: Grundlagen der Unternehmenspolitik</i>. 2. Auflage. München: Vahlen. ISBN 3-8006-1637-8 • KAILING, Valentin Wilhelm, 2014. <i>Praktische Preis- und Konditionenpolitik : Sicher kalkulieren, flexibel steuern, rentabel gestalten</i> [online]. Wiesbaden: Springer Gabler PDF e-Book. ISBN 978-3-658-03285-2 ; 978-3-658-03284-5. Verfügbar unter: http://link.springer.com/book/10.1007%2F978-3-658-03285-2.

- | | |
|--|--|
| | <ul style="list-style-type: none">• LARGE, Rudolf, 2013. <i>Strategisches Beschaffungsmanagement: eine praxisorientierte Einführung ; mit Fallstudien</i>. 5. Auflage. Wiesbaden: Springer Gabler. ISBN 978-3-8349-4183-1, 978-3-8349-4184-8 |
|--|--|

Wahlpflichtmodule Modulnummer 2.14

Im SS 2019 werden unten aufgeführte Wahlpflichtmodule angeboten. Die Modulbeschreibungen dazu können Sie im **Modulhandbuch SS 2019 Betriebswirtschaft (BW)** einsehen. Das Modulhandbuch BW ist in Moodle hinterlegt.

Aus **jedem** Wahlpflichtmodul ist **eins** zu wählen!

2.14.1 Wahlpflichtmodul I (FW-Fächer bei der Fächeranmeldung)

Gemäß der Anlage der Studien- und Prüfungsordnung Internationales Handelsmanagement (SPO IHM) ist jeweils EIN Fach aus der jeweiligen Fächergruppe zu wählen.

Voraussetzung: gem. § 8 Abs. 1 SPO IHM Vorrückungsvoraussetzungen ist zum Eintritt in den zweiten Studienabschnitt nur berechtigt, wer mindestens 63 ECTS-Leistungspunkte aus den Modulen des ersten Studienabschnittes erbracht hat.

Die nachfolgend aufgeführten Fächer sind inhaltsgleich mit den Fächern, die seitens BW angeboten werden. Daher finden sich die Modul-/ Fächerbeschreibungen im Modulhandbuch BW (hinterlegt in Moodle).

1	EU Geldpolitik
2	Existenzgründung und Gründungscoaching
3	Grundlagen der Wirtschaftspsychologie
4	Projekt Schanzer Racing Electric
5	Successful Negotiations in a Global World
6	Business in Latin America
7	International Financial Management Course with Business decisions modelling
8	Statistische Analyse mittels Monte Carlo Simulationen
9	Sustainability in China

Weitere Fächer finden sich bei der Virtuellen Hochschule Bayern. Bitte kontaktieren sie ihren Studiengangleiter im Voraus.

2.14.2 Wahlpflichtmodul II (SW-Fächer bei der Fächeranmeldung)

Gemäß der Anlage der Studien- und Prüfungsordnung Internationales Handelsmanagement (SPO IHM) ist jeweils EIN Fach aus der jeweiligen Fächergruppe zu wählen.

Voraussetzung für das Ablegen des Moduls Wahlpflichtmodul II ist gem. § 8 Abs. 1 SPO IHM: Zum Eintritt in den zweiten Studienabschnitt ist nur berechtigt, wer mindestens 63 ECTS-Leistungspunkte aus den Modulen des ersten Studienabschnittes erbracht hat.

Die nachfolgend aufgeführten Fächer sind inhaltsgleich mit den Fächern, die seitens BW angeboten werden. Daher finden sich die Modulbeschreibungen im Modulhandbuch BW (hinterlegt in Moodle). Das SW Modul „Projekt zur Sozialkompetenz“ entspricht dort dem Pflichtfach „Projekt Soziales Engagement“.

1	Biographie, Orientierung, Sinn
2	Erfolgreiches Selbstmanagement im freien Wettbewerb
3	Presentation Skills and Academic Writing
4	Projekt zur Sozialkompetenz
5	Successful Negotiations in a Global World
6	Talent Center - Instrumente der Personalauswahl und -entwicklung
7	Human Skills and Consciousness – Menschliche Fähigkeiten und Bewusstsein in der Ökonomie
8	Kommunikation in Krise und Change
9	Soziale Kompetenz in Kommunikation und Verhandlung

Weitere Fächer finden sich bei der Virtuellen Hochschule Bayern. Bitte kontaktieren sie ihren Studiengangleiter im Voraus.

Praktikum (20 Wochen)						
Modulbezeichnung	Praktikum (20 Wochen)			Modulnummer	3.1	
Dozent/in						
Lehrsprache	Deutsch					
Art der Lehrveranstaltung	Pflichtfach					
Dauer des Moduls / Häufigkeit des Angebots des Moduls	1 Semester Winter- und Sommersemester					
Lehrveranstaltungen des Moduls	Praktisches Studiensemester					
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	3.1: Pr - Praktikum					
Voraussetzungen für die Teilnahme laut SPO	Internationaler institutioneller Handelsbetrieb (stationärer oder Online-Handel); oder ausgeprägt inhaltlich verwandter Organisationseinheiten. Nicht anerkannt werden Praktika u.a. in Vertriebsorganisationen oder Vertriebs- und Marketingbereichen von Produktions- und Dienstleistungsunternehmen. Der Eintritt in das praktische Studiensemester setzt neben dem vollen Erbringen der Leistungspunkte aus dem ersten und zweiten Studiensemester die Erbringung von mindestens 20 ECTS-Leistungspunkten aus dem dritten und vierten Studiensemester sowie die erfolgreiche Ableistung des Grundpraktikums voraus.					
Empfohlene Voraussetzungen	Keine.					
Verwendbarkeit des Modules innerhalb des eigenen sowie für andere Studiengänge	Aufgrund der handelsspezifischen Ausrichtung nicht gegeben.					
Gesamtarbeitsaufwand und seine Zusammensetzung	SWS	ECTS	Präsenzzeit	WBT-Aufwand	Selbststudium	Gesamtaufwand
	0	30	0 h	0 h	750 h	750 h
Art der Prüfung / Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	PrB - Praktikumsbericht					
Gewichtung der Einzelnote in der Gesamtnote	Siehe SPO					
Qualifikationsziele des Moduls	Die Praktikanten werden an die Tätigkeiten eines Bachelors/ einer zukünftigen Führungskraft im institutionellen internationalen Handel durch selbständige Mitarbeit an betriebsgestaltenden und prozessregelnden konkreten Aufgabenstellungen hingeführt und befähigt, verantwortungsvolle Aufgaben zu übernehmen.					
Inhalte des Moduls	Die Studierenden werden bei konkreten Aufgabenstellungen verantwortungsbewusst integriert, erste Führungsaufgaben, Teilaufgaben und/ oder Projekte selbstständig und selbstverantwortlich übernehmen oder an einer vakanten Position mitgestalten, deren Schwierigkeitsgrad dem Ausbildungsstand und der späteren Aufgabenstellung als Bachelor im internationalen Handel angemessen ist. Die Teilnahme an einer Neueröffnung und/ oder die Durchführung eines Praktikumsabschnitts im Ausland ist wünschenswert, ebenso der Erwerb von Problemlösungskompetenzen.					