

Bachelor  
Internationales Handelsmanagement

MODULHANDBUCH WS 2017/18

für Studierende ab WS 2016/17

Stand: 13.09.2017



## Inhaltsverzeichnis

1. Erster Studienabschnitt (1.-3. Semester) .....	4
2. Zweiter Studienabschnitt (4.-7. Semester) .....	5
3. Vorrückungsvoraussetzungen .....	7
4. Übersicht empfohlener Studienablauf .....	8
5. Grundpraktikum und praktisches Studiensemester .....	13
6. Ablaufplan für das Studium mit vertiefter Praxis .....	15
7. Modulbeschreibungen .....	16
Grundlagen des Handelsmanagements .....	16
Volkswirtschaftliche Grundlagen .....	18
Quantitative Methoden .....	20
Handelsinformationssysteme .....	22
Wirtschaftsprivatrecht .....	25
Arbeits- und Wettbewerbsrecht .....	27
Marketing .....	29
Buchführung, Bilanzierung und Jahresabschluss .....	30
Handelskostenrechnung und Kostenmanagement .....	32
Investition, Finanzierung und Steuern .....	34
Personal und Organisation .....	36
Projektmanagement .....	38
Wirtschaftsenglisch I .....	40
Wirtschaftsenglisch II .....	41
Grundpraktikum (10 Wochen) .....	42
Strategisches Handelsmanagement .....	43
International Retailing .....	45
Brand und Communication Management .....	47
Sortiments- und Servicemanagement .....	48
E-Commerce .....	50
International Sales, Multi-Channel und Price Management .....	52
Projekt im Handelsmanagement .....	54
Handelslogistik .....	55
Handelscontrolling .....	58
Digital Retailing .....	60
Einkaufs- und Beschaffungsmanagement .....	61

Leadership .....	63
Handelsseminar und Planspiel .....	65
Wahlpflichtmodule Modulnummer 2.14.....	67
2.14.1 Modul zur fachwissenschaftlichen Kompetenz (FW-Fächer bei der Fächeranmeldung) .....	67
2.14.2 Modul zur Sprach- und Sozialkompetenz (SW-Fächer bei der Fächeranmeldung) .....	68
Wissenschaftliches Arbeiten.....	69
Bachelorarbeit .....	71
Praktisches Studiensemester (20 Wochen).....	73

## 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 <sup>1) 3</sup>		
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		LN <sup>1) 3</sup>		
1.12.2	Projektmanagement	4	Pr		SA/P <sup>2</sup>		
1.13.	Wirtschaftsenglisch I	4	SU/Ü	schrP 90		2	4
1.14	Wirtschaftsenglisch II	4	SU/Ü	schrP 90		2	4
	<b>Summe</b>	<b>66</b>				<b>40</b>	<b>80</b>

## Grundpraktikum

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

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

Lfd. Nr.	Module	SWS	Art der Lehrveranstaltung	Prüfungen	Studienbegleitende Leistungsnachweise	Gewichtung für die Prüfungssamtnote (in%)	Leistungspunkte (ECTS)
				Art und Dauer in Minuten			
2.1	Strategisches Handelsmanagement	4	SU/Ü	mdIP 15		3	5
2.2	International Retailing	6	SU/Ü	schrP 120		4	6
2.3	Brand and Communication Management	4	SU/Ü		SA/P <sup>2</sup>	3	5
2.4	Sortiments- und Servicemanagement	4	SU/Ü	mdIP 15		3	5
2.5	E-Commerce	4	SU/Ü		SA/P <sup>2</sup>	3	5
2.6	International Sales, Multi-Channel und Price Management	4	SU/Ü		SA/P <sup>2</sup>	3	5
2.7	Projekt im Handelsmanagement	4	Ü		SA/P <sup>2</sup>	3	6
2.8	Handelslogistik	6	SU/Ü	schrP 90		3	6
2.9	Handelscontrolling	4	SU/Ü	schrP 90		3	5
2.10	Digital Retailing	4	SU/Ü	mdIP 15		3	5
2.11	Einkaufs- und Beschaffungsmanagement	4	SU/Ü	schrP 90		3	5
2.12	Leadership	6	Ü		SA/P <sup>2</sup>	3	5
2.13	Handelsseminar und Planspiel	5	S/Ü	mdIP 15		6	5
2.14	Wahlpflichtmodule						
2.14.1	Modul zur fachwissenschaftlichen Kompetenz	2	SU/Ü		LN <sup>3</sup>	2	3
2.14.2	Modul zur Sprach- und Sozialkompetenz	2	SU/Ü		LN <sup>3</sup>	2	3
2.15	Wissenschaftliches Arbeiten		SU/Ü			1	4
2.15.1	Methoden wissenschaftlichen Arbeitens	2			SA/P <sup>2</sup>		
2.15.2	Seminar zur Bachelorarbeit	1			TN <sup>1)</sup>		
2.16	Bachelorarbeit	-			BA	12	12
	<b>Summe</b>	<b>66</b>				<b>60</b>	<b>90</b>

## Praktisches Studiensemester

Lfd. Nr.	Module	SWS	Art der Lehrveranstaltung	Prüfungen	Studienbegleitende Leistungsnachweise	Gewichtung für die Prüfungssamtnote (in%)	Leistungspunkte (ECTS)
				Art und Dauer in Minuten			
3.1	Praktisches Studiensemester	-	Pr	-	PrB <sup>1</sup>	-	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.

**Fußnoten:**

- 1) Bewertung durch das Prädikat "mit Erfolg abgelegt" oder "ohne Erfolg abgelegt". Der Leistungsnachweis muss bestanden sein.
- 2) Die Bewertung der Seminararbeit mit Präsentation erfolgt immer im Verhältnis 60/40.
- 3) Bei den Leistungsnachweisen (LN) 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.

**Art der Lehrveranstaltung**

Pr Praktikum  
 S Seminar  
 SU Seminaristischer Unterricht  
 Ü Übung  
 SU/Ü Seminaristischer Unterricht mit Übung

**Prüfungsart**

<b>schrP</b>	schriftliche Prüfung	Die schriftliche Prüfung ist eine Klausur im Umfang von 90 Minuten sofern nicht explizit etwas anderes bestimmt ist.
<b>mdIP</b>	mündliche Prüfung	Bei der mündlichen Prüfung handelt es sich um eine Befragung im Umfang von 15 Min pro Person sofern nicht explizit etwas anderes bestimmt ist.
<b>prP</b>	Praktische Prüfung	Anhand "realer Handlungen" des Studierenden soll nachgewiesen werden, dass der Studierende die praxisbezogene Anwendung der vermittelten Kompetenzen beherrscht. Die Praktische Prüfung beträgt 15 Minuten sofern nicht explizit etwas anderes bestimmt ist.
<b>StA</b>	Studienarbeit	Bei der Studienarbeit handelt es sich um eine Hausarbeit ohne mündliche Präsentation. Eine Hausarbeit umfasst mindestens 3000 bis höchstens 6000 Wörter (ca. 10 bis 20 Seiten: Worddokument ca. 8 bis 15 Seiten oder Power Point ca. 15 bis 20 Seiten).
<b>SA/P</b>	Seminararbeit	Die Seminararbeit ist eine Hausarbeit mit mündlicher Präsentation. Eine Hausarbeit umfasst mind. 3000 bis höchstens 6000 Wörter (ca. 10 bis 20 Seiten: Worddokument ca. 8 bis 15 Seiten oder Power Point ca. 15 bis 20 Seiten). Die Mündliche Präsentation hat einen Umfang von insgesamt 15 Minuten und kann auch während des Semesters erfolgen.
<b>Proj</b>	Projektarbeit	Bei der Projektarbeit handelt es sich um eine Gruppenarbeit, bei der mehrere Studierende eine gemeinsame Aufgabenstellung im Team erarbeiten und die Ergebnisse mündlich und schriftlich präsentieren. Jeder Studierende hat zur gemeinsamen Aufgabenstellung individuell beizutragen und eine mündliche Präsentation im Umfang von 15 Minuten abzuliefern. Der schriftliche Teil hat einen Umfang von ca. 5-25 Seiten.
<b>BA</b>	Bachelorarbeit	Schriftliche Abschlussarbeit im Bachelorstudiengang: Maximale Bearbeitungszeit (= Zeitraum zwischen Anmeldung der Bachelorarbeit und Abgabe) von 3 Monaten / Umfang 40-60 Seiten.
<b>PrB</b>	Praktikumsbericht	Der Praktikumsbericht ist ein Worddokument im Umfang von insgesamt 8 Seiten (ohne Deckblatt, davon maximal zwei Seiten Abbildungen oder Tabellen), das aufzeigt, welche Tätigkeiten während des Praktikums durchgeführt worden sind.
<b>TN</b>	Teilnahmenachweis	
<b>LN</b>	Leistungsnachweis	

### 3. Vorrückungsvoraussetzungen

Die Studien- und Prüfungsordnung (SPO) für den Studiengang Internationales Handelsmanagement (IHM) vom 21.05.2012 einschließlich der Änderungssatzung vom 04.04.2016 gültig für Studierende mit Studienbeginn ab WS 2016/17 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 26.05.2014) 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 <sup>1</sup>					
1.12.1	Interkulturelles Einführungsprojekt (Einführungswoche)	2	Ü			WS
1.13	Wirtschaftsenglisch I	4	SU/Ü		4	WS
	<b>Summe</b>	<b>28</b>			<b>31</b>	

<sup>1</sup> 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	SWS	Art der Lehrveranstaltung	Zulassungsvoraussetzung	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 <sup>2</sup> Investition und Finanzierung	4	SU/Ü			SS
1.12	Projektmanagement				6	
1.12.2	Projektmanagement	4	Pr	LN der lfd.Nr. 1.12.1		SS
1.14	Wirtschaftsenglisch II	4	SU/Ü		4	SS
	<b>Summe</b>	<b>28</b>			<b>30</b>	

<sup>2</sup> 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					
1.4.1	Handelsinformationssysteme	2	SU/Ü	LN der lfd. Nr. 1.4.2	6	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 <sup>3</sup> Handelslogistik als vorbereitendes Fach	2	SU/Ü			WS
1.15	Grundpraktikum <sup>4</sup>		Pr		10	WS/SS
	<b>Summe</b>	<b>12</b>			<b>29</b>	

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).

<sup>3</sup> Das Modul 2.8 Handelslogistik setzt sich aus den Veranstaltungen Handelslogistik als vorbereitendes Fach und Handelslogistik zusammen. Die Veranstaltung Handelslogistik als vorbereitendes Fach findet im dritten Semester statt. Die Veranstaltung Handelslogistik 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.

<sup>4</sup> 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	SWS	Art der Lehrveranstaltung	Zulassungsvoraussetzung	Punkte in ECTS	Angebot im
2.1	Strategisches Handelsmanagement	4	SU/Ü		5	WS/SS
2.2	International Retailing	6	SU/Ü		6	WS/SS
2.3	Brand und Communication Management	4	SU/Ü		5	WS/SS
2.4	Sortiments- und Servicemanagement	4	SU/Ü		5	WS/SS
2.5	E-Commerce	4	SU/Ü		5	WS/SS
2.6	International Sales, Multi-Channel und Price Management	4	SU/Ü		5	WS/SS
2.7	Projekt im Handelsmanagement	4	Ü		6	WS/SS
2.8	Handelslogistik Handelslogistik	4	SU/Ü		6	WS/SS
2.9	Handelscontrolling	4	SU/Ü		5	WS/SS
2.10	Digital Retailing	4	SU/Ü		5	WS/SS
2.11	Einkaufs- und Beschaffungsmanagement	4	SU/Ü		5	WS/SS
2.15	Wissenschaftliches Arbeiten <sup>5</sup>					
2.15.1	Methoden wissenschaftlichen Arbeitens	2				SS
2.14	Wahlpflichtmodule					WS/SS
2.14.1	Modul zur fachwissenschaftlichen Kompetenz	2	SU/Ü		3	WS/SS
2.14.2	Modul zur Sprach- und Sozialkompetenz	2	SU/Ü		3	WS/SS
	<b>Summe</b>	<b>52</b>			<b>64</b>	

<sup>5</sup> Das Modul 2.15 Wissenschaftliches Arbeiten setzt sich aus den Veranstaltungen 2.15.1 Methoden wissenschaftlichen Arbeitens und 2.15.2 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 <sup>6</sup>		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	Leadership 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 2.15.2	Wissenschaftliches Arbeiten Seminar zur Bachelorarbeit	1	S		4	WS
2.16	Bachelorarbeit	-	-		12	WS
	<b>Summe</b>	<b>12</b>			<b>26</b>	

**Abkürzungen empfohlener Studienablauf**

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

<sup>6</sup> 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. Grundpraktikum und praktisches Studiensemester

Pflichtpraktika gem. § 9 der Studien- und Prüfungsordnung Internationales Handelsmanagement (SPO IHM) vom 21.05.2012 in der Fassung der Änderungssatzung vom 04.04.2016.

### I. Grundpraktikum gem. § 9 Abs. 1 u. 2 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 Betriebsarten 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. 3 SPO IHM

*Zeitlicher Umfang:* 20 Wochen

*Anzahl ECTS:* 30 ECTS

*Zeitliche Lage:* fünftes oder sechstes Semester

*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 mit gestalten, 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	vertiefte Praxis
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 50%	Unternehmen 50%

## 7. Modulbeschreibungen

Grundlagen des Handelsmanagements						
<b>Modulbezeichnung</b>	Grundlagen des Handelsmanagements			<b>Modulnummer</b>	1.1	
<b>Dozent/in</b>	Betriebswirtschaftliche Grundlagen: Bauer, Mathias Retail Management: Frech, Alexander					
<b>Lehrsprache</b>	Deutsch /Englisch					
<b>Art der Lehrveranstaltung</b>	Pflichtfach					
<b>Dauer des Moduls / Häufigkeit des Angebots des Moduls</b>	1 Semester nur Wintersemester					
<b>Lehrveranstaltungen des Moduls</b>	Betriebswirtschaftliche Grundlagen Retail Management					
<b>Lehr- und Lernmethoden des Moduls</b>	1.1: SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung					
<b>Voraussetzungen für die Teilnahme laut SPO</b>	Keine.					
<b>Empfohlene Voraussetzungen</b>	Es sind keine über das (Fach-)Abitur hinausgehende Kenntnisse erforderlich. Ein intensives Literaturstudium (s.u. Literaturangaben) ist notwendig.					
<b>Verwendbarkeit des Modules innerhalb des eigenen sowie für andere Studiengänge</b>	Aufgrund der Handelsspezifität nur im Fach Betriebswirtschaftliche Grundlagen im Bachelorstudiengang Betriebswirtschaft (BW) gegeben.					
<b>Gesamtarbeitsaufwand und seine Zusammensetzung</b>	<b>SWS</b>	<b>ECTS</b>	<b>Präsenzzeit</b>	<b>WBT-Aufwand</b>	<b>Selbststudium</b>	<b>Gesamtaufwand</b>
	6	8	70 h	0 h	130 h	200 h
<b>Art der Prüfung / Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten</b>	schrP120 - schriftliche Prüfung, 120 Minuten					
<b>Gewichtung der Einzelnote in der Gesamtnote</b>	Siehe SPO					
<b>Qualifikationsziele des Moduls</b>	<p>Die Studierenden können Handelsunternehmen 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 sind 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.</p> <p>Die Studierenden kennen die im Handel notwendigen Grundkompetenzen insbesondere in den Bereichen Prozesse, Strategie, Kunden, Verkauf, Logistik, Beschaffung, Finanzierung, Controlling, Personal und Information. Sie können auf diesem Grundwissen aufbauen und haben eine Basis für das Vertiefungsstudium geschaffen.</p>					

<b>Inhalte des Moduls</b>	<p><b>Betriebswirtschaftliche Grundlagen:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Grundbegriffe, Theorieansätze und Einteilung der Betriebswirtschaftslehre</li> <li>• Die Betriebswirtschaftslehre als Managementlehre</li> <li>• Unternehmensziele und betriebswirtschaftliche Unternehmenskennzahlen von Handelsbetrieben</li> <li>• Unternehmen und ihre Umwelt</li> <li>• Konstitutive Entscheidungen von Handelsunternehmen</li> <li>• Typische Rechtsformen im Handel</li> <li>• Unternehmenskooperationen und – Konzentrationen</li> <li>• Betriebliche Querschnittsfunktionen: Personal-, Kapital-, Organisations- und Informationswirtschaft</li> <li>• Weitere allgemeine betriebliche Grundfunktionen: Material-, Produktions- und Absatzwirtschaft</li> <li>• Abwicklung von Geschäftsprozessen</li> </ul> <p><b>Retail Management:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Grundlagen und Spezifika des Handelsmanagements</li> <li>• Betriebstypen im Handel/ Erscheinungsformen des Handels</li> <li>• Betriebsformen/ Vertriebstypen im Handel</li> <li>• Handelsfunktionen</li> </ul>
<b>Literatur</b>	<p><i>Verpflichtend:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• VAHS, Dietmar and Jan SCHÄFER-KUNZ, 2015. <i>Einführung in die Betriebswirtschaftslehre</i>. 7. Auflage. Stuttgart: Schäffer-Poeschel. ISBN 978-3-7910-3456-0 ; 3-7910-3456-1 ; 978-3-7992-6997-1</li> <li>• JUNG , Hans, 2010. <i>Allgemeine Betriebswirtschaftslehre</i>. 12. Auflage. München: Oldenbourg. ISBN 978-3-486-59211-5 ; 3-486-59211-4</li> <li>• THOMMEN, Jean-Paul and Ann-Kristin ACHLEITNER, 2013. <i>Allgemeine Betriebswirtschaftslehre. Arbeitsbuch : Repititionsfragen, Aufgaben, Lösungen</i>. 7. Auflage. Wiesbaden: Springer Gabler. ISBN 978-3-8349-3219-8 ; 3-8349-3219-1</li> <li>• 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</li> <li>• BERMAN, Barry and 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</li> <li>• MÜLLER-HAGEDORN, Lothar, Waldemar TOPOROWSKI and Stephan ZIELKE, 2012. <i>Der Handel</i>. 2. Auflage. Stuttgart: Kohlhammer. ISBN 978-3-173019282-9</li> </ul> <p><i>Empfohlen:</i> Keine</p>

<b>Volkswirtschaftliche Grundlagen</b>						
<b>Modulbezeichnung</b>	Volkswirtschaftliche Grundlagen		<b>Modulnummer</b>	1.2		
<b>Dozent/in</b>	May, Stefan; Ruschinski, Monika					
<b>Lehrsprache</b>	Deutsch					
<b>Art der Lehrveranstaltung</b>	Pflichtfach					
<b>Dauer des Moduls / Häufigkeit des Angebots des Moduls</b>	1 Semester nur Sommersemester					
<b>Lehrveranstaltungen des Moduls</b>	Volkswirtschaftliche Grundlagen					
<b>Lehr- und Lernmethoden des Moduls</b>	1.2: SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung					
<b>Voraussetzungen für die Teilnahme laut SPO</b>	Keine					
<b>Empfohlene Voraussetzungen</b>	Es sind keine über das (Fach-)Abitur hinausgehende Kenntnisse erforderlich. Ein intensives Literaturstudium (s.u. Literaturangaben) ist notwendig.					
<b>Verwendbarkeit des Modules innerhalb des eigenen sowie für andere Studiengänge</b>	Teilweise gegeben, inhaltsähnliche Veranstaltung in IG, nicht verwendbar in BW.					
<b>Gesamtarbeitsaufwand und seine Zusammensetzung</b>	<b>SWS</b>	<b>ECTS</b>	<b>Präsenzzeit</b>	<b>WBT-Aufwand</b>	<b>Selbststudium</b>	<b>Gesamtaufwand</b>
	4	5	47 h	0 h	78 h	125 h
<b>Art der Prüfung / Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten</b>	schrP90 - schriftliche Prüfung, 90 Minuten					
<b>Gewichtung der Einzelnote in der Gesamtnote</b>	Siehe SPO					
<b>Qualifikationsziele des Moduls</b>	<p>Die Studierenden können</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• das Theorem der komparativen Kosten anwenden,</li> <li>• Angebots- und Nachfrageveränderungen auf Märkten bestimmen,</li> <li>• die Wohlfahrtsökonomik auf Steuern, Subventionen, Exporte und Importe anwenden und die Notwendigkeit von Staatseingriffen beurteilen,</li> <li>• die Berechnungsmethoden des Volkseinkommens vornehmen,</li> <li>• die Bestimmungsfaktoren der volkswirtschaftlichen Produktivität nennen,</li> <li>• die Ursachen von internationalen Güter- und Kapitalströmen und die Bestimmungsfaktoren von Wechselkursen analysieren</li> </ul>					
<b>Inhalte des Moduls</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Einführung: volkswirtschaftliches Denken, Modelltheorie, Theorem der komparativen Kosten</li> <li>• Bestimmungsfaktoren von Angebot und Nachfrage, Elastizitäten, Steuern und Subventionen</li> <li>• Wohlfahrtsökonomische Betrachtung der Märkte, insbesondere von Steuern und Freihandel</li> <li>• Der öffentliche Sektor: Externe Effekte und Umweltpolitik, Öffentliche Güter</li> <li>• Statistische Daten: Bruttoinlandsprodukt/Wachstum, Lebenshaltungspreisindex/Inflation, Arbeitslosenquote, Zahlungs-/Leistungsbilanz, Wechselkurs</li> <li>• Geldsystem und Inflationssteuerung</li> </ul>					

<b>Literatur</b>	<p><i>Verpflichtend:</i></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• MANKIW, Nicholas Gregory und Mark P. TAYLOR, 2016. <i>Grundzüge der Volkswirtschaftslehre</i>. 6. Auflage. Stuttgart: Schäffer-Poeschel. ISBN 978-3-7910-3519-2 ; 3-7910-3519-3</li><li>• HERRMANN, Marco , 2016. <i>Arbeitsbuch Grundzüge der Volkswirtschaftslehre</i> . 5. Auflage. Stuttgart: Schäffer-Poeschel . ISBN 978-3-7910-3599-4 ; 3-7910-3599-1 ; 978-3-7910-3600-7</li></ul> <p><i>Empfohlen:</i></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• BOFINGER, Peter, 2015. <i>Grundzüge der Volkswirtschaftslehre</i> . 4. Auflage. Halbergmoos: Pearson. ISBN 978-3-86894-229-3; 978-3-86326-751-3</li></ul>
------------------	--

Quantitative Methoden						
<b>Modulbezeichnung</b>	Quantitative Methoden			<b>Modulnummer</b>	1.3	
<b>Dozent/in</b>	Quantitative Methoden I: May, Stefan Quantitative Methoden II: Klüsters, Marijke					
<b>Lehrsprache</b>	Deutsch					
<b>Art der Lehrveranstaltung</b>	Pflichtfach					
<b>Dauer des Moduls / Häufigkeit des Angebots des Moduls</b>	1 Semester nur Wintersemester					
<b>Lehrveranstaltungen des Moduls</b>	Quantitative Methoden I Quantitative Methoden II					
<b>Lehr- und Lernmethoden des Moduls</b>	1.3: SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung					
<b>Voraussetzungen für die Teilnahme laut SPO</b>	Keine					
<b>Empfohlene Voraussetzungen</b>	Es sind keine über das (Fach-)Abitur hinausgehende Kenntnisse erforderlich. Ein intensives Literaturstudium (s.u. Literaturangaben) ist notwendig. Ergänzend empfehlen sich eigenständige Übungseinheiten.					
<b>Verwendbarkeit des Modules innerhalb des eigenen sowie für andere Studiengänge</b>	Inhaltsverwandte Veranstaltungen in BW und IG. Die Inhalte des Moduls werden im 2. Studienabschnitt vorausgesetzt.					
<b>Gesamtarbeitsaufwand und seine Zusammensetzung</b>	<b>SWS</b>	<b>ECTS</b>	<b>Präsenzzeit</b>	<b>WBT-Aufwand</b>	<b>Selbststudium</b>	<b>Gesamtaufwand</b>
	6	8	70 h	0 h	130 h	200 h
<b>Art der Prüfung / Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten</b>	schrP120 - schriftliche Prüfung, 120 Minuten					
<b>Gewichtung der Einzelnote in der Gesamtnote</b>	Siehe SPO					
<b>Qualifikationsziele des Moduls</b>	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 statistischer Konzepte für Probleme der Praxis zu erkennen, statistische Methoden angemessen einzusetzen und die Ergebnisse fundiert zu bewerten.					
<b>Inhalte des Moduls</b>	<p><b>Quantitative Methoden Teil 1:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Grundlegende Begriffe der deskriptiven Statistik, insbesondere Merkmale, Merkmalsausprägung, Skalierung, empirische Verteilungen, Häufigkeiten, Analysemethoden</li> <li>• Beschreibung und Analyse von Daten, vor allem Mittelwerte, Streuungsmaße, Konzentrationsmaße, Korrelationsmaße, Indizes, Zeitreihenanalyse</li> </ul> <p><b>Quantitative Methoden Teil 2:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Grundzüge der Wahrscheinlichkeitstheorie: Konzeptionen und Wahrscheinlichkeitskalkulationen</li> <li>• Diskrete und stetige Zufallsvariablen und Verteilungen von Zufallsvariablen</li> <li>• Schließende Statistik</li> </ul>					

<b>Literatur</b>	<p><i>Verpflichtend:</i></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• BOURIER, Günther, 2014. <i>Beschreibende Statistik : Praxisorientierte Einführung - Mit Aufgaben und Lösungen</i>. 12. Auflage. Wiesbaden: Springer Gabler. ISBN 978-3-658-05915-6 ; 978-3-658-05916-3</li><li>• BOURIER, Günther, 2013. <i>Wahrscheinlichkeitsrechnung und schließende Statistik : praxisorientierte Einführung ; mit Aufgaben und Lösungen</i> . 8. Auflage. Wiesbaden: Springer Gabler. ISBN 978-3-658-01446-9 ; 3-658-01446-6 ; 978-3-658-01447-6</li><li>• BUTTLER, Günter und Norman FICKEL, 2002. <i>Einführung in die Statistik</i>. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt. ISBN 3-499-55645-6</li><li>• SCHIRA, Josef, 2012. <i>Statistische Methoden der VWL und BWL : Theorie und Praxis</i>. 4. Auflage. München u.a.: Pearson. ISBN 978-3-86894-117-3</li></ul> <p><i>Empfohlen:</i> Keine</p>
------------------	---

<b>Handelsinformationssysteme</b>						
<b>Modulbezeichnung</b>	Handelsinformationssysteme			<b>Modulnummer</b>	1.4	
<b>Dozent/in</b>	1.4.1 Handelsinformationssysteme: Stummeyer, Christian 1.4.2 Praktikum Handelsinformationssysteme: Dizdarevic, Amela					
<b>Lehrsprache</b>	Deutsch					
<b>Art der Lehrveranstaltung</b>	Pflichtfach					
<b>Dauer des Moduls / Häufigkeit des Angebots des Moduls</b>	1 Semester nur Wintersemester					
<b>Lehrveranstaltungen des Moduls</b>	1.4.1 Handelsinformationssysteme 1.4.2 Praktikum Handelsinformationssysteme					
<b>Lehr- und Lernmethoden des Moduls</b>	1.4.1: SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung; 1.4.2: Pr - Praktikum					
<b>Voraussetzungen für die Teilnahme laut SPO</b>	Leistungsnachweis 1.4.2 ist Zulassungsvoraussetzung für 1.4.1.					
<b>Empfohlene Voraussetzungen</b>	Keine					
<b>Verwendbarkeit des Modules innerhalb des eigenen sowie für andere Studiengänge</b>	Aufgrund der handelspezifischen Ausrichtung nicht gegeben.					
<b>Gesamtarbeitsaufwand und seine Zusammensetzung</b>	<b>SWS</b>	<b>ECTS</b>	<b>Präsenzzeit</b>	<b>WBT-Aufwand</b>	<b>Selbststudium</b>	<b>Gesamtaufwand</b>
	4	6	47 h	0 h	103 h	150 h
<b>Art der Prüfung / Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten</b>	1.4.1 : schrP90 - schriftliche Prüfung, 90 Minuten 1.4.2 : LN – Leistungsnachweis ohne/mit Erfolg teilgenommen					
<b>Gewichtung der Einzelnote in der Gesamtnote</b>	Siehe SPO					
<b>Qualifikationsziele des Moduls</b>	<p><b>1.4.1 Handelsinformationssysteme:</b> Die Studierenden können</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• die Bedeutung der Informationsverarbeitung und Digitalisierung im betriebswirtschaftlichen Kontext, insbesondere die Einsatzgebiete und Nutzeffekte der Informationsverarbeitung in der betrieblichen Praxis bei Handelsunternehmen beschreiben,</li> <li>• Grundlagen der IT-Infrastruktur im Handel beschreiben,</li> <li>• Grundlagen wesentlicher Anwendungssysteme in Handelsunternehmen kritisch beurteilen,</li> <li>• Strukturen und Medien zur Vernetzung von IT-Systemen erkennen sowie</li> <li>• die mit der so geschaffenen Infrastruktur realisierbaren Möglichkeiten zur Datenübertragung und Telekommunikation in Handelsunternehmen beurteilen,</li> <li>• die betriebliche Nutzung des Internet und seiner Technologie für unternehmensinterne und -übergreifende Informationssysteme mit Fokus auf den Sektor Handel erkennen,</li> <li>• 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</li> <li>• das Einsatzspektrum betriebswirtschaftlicher Anwendungssysteme und digitaler Technologie im Handel verstehen.</li> </ul>					

	<p><b>1.4.2 Praktikum Handelsinformationssysteme:</b> Nach der Teilnahme an den Modulveranstaltungen sind die Studierenden in der Lage...</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• ...Grundfunktionalitäten von Textverarbeitungssoftware anzuwenden.</li> <li>• ...Grundfunktionalitäten von Tabellenkalkulationssoftware anzuwenden.</li> <li>• ...Grundfunktionalitäten von Präsentationssoftware anzuwenden.</li> <li>• ...Aufgabenstellungen aus der betrieblichen Praxis von Handelsunternehmen mit Hilfe von Microsoft Office zu bearbeiten.</li> </ul>
<p><b>Inhalte des Moduls</b></p>	<p><b>1.4.1 Handelsinformationssysteme:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Grundlagen der Digitalisierung im Handel</li> <li>• IT-Infrastruktur in Handelsunternehmen <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Hardware, Software und Netzwerke</li> <li>○ Daten, Informationen und Wissen</li> </ul> </li> <li>• Anwendungssysteme in Handelsunternehmen <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Geschäftsprozesse als Grundlage</li> <li>○ Einsatzfelder von Handelsinformationssystemen</li> <li>○ Büroautomatisierung</li> </ul> </li> <li>• IT-Management in Handelsunternehmen <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Grundlagen zum IT-Management in Handelsunternehmen</li> <li>○ Strategische und operative Aufgaben</li> </ul> </li> <li>• Neuere Aspekte der Digitalisierung im Handel <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Connected Commerce am POS im Handel</li> <li>○ Digital Commerce für Handelsunternehmen</li> </ul> </li> </ul> <p><b>1.4.2 Praktikum Handelsinformationssysteme:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Eigenständige Bearbeitung eines Business Case <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Kalkulation mit MS Excel</li> <li>○ Dokumentation mit MS Word</li> </ul> </li> <li>• Eigenständige Vorstellung eines Business Cases <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Präsentation mit MS PowerPoint</li> <li>○ Präsentation mit Authoring-Software</li> </ul> </li> </ul>
<p><b>Anmerkung</b></p>	<p>1.4.2: Selbstgesteuertes Lernen mit Lernprogrammen</p>
<p><b>Literatur</b></p>	<p><b>1.4.1 Handelsinformationssysteme:</b> <i>Verpflichtend:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• LAUDON, Kenneth C., Jane Price LAUDON und Detlef SCHODER, 2016. Wirtschaftsinformatik : eine Einführung. 3. Auflage. Hallbergmoos: Pearson Deutschland. ISBN 978-3-86326-765-0 ; 978-3-86894-269-9</li> <li>• HOFMANN, Jürgen und Werner SCHMIDT, 2010. Masterkurs IT-Management : Grundlagen, Umsetzung und erfolgreiche Praxis für Studenten und Praktiker. 2. Auflage. Wiesbaden: Vieweg und Teubner. ISBN 978-3-8348-0842-4 ; 978-3-8348-9387-1</li> <li>• MERTENS, Peter und andere, 2017. Grundzüge der Wirtschaftsinformatik. 12. Auflage. ISBN 978-3662533611</li> <li>• LEIMEISTER, Jan Marco, 2015. Einführung in die Wirtschaftsinformatik. 12. Auflage. ISBN 978.3540778462</li> <li>• BECKER, Jörg und Reinhard SCHÜTTE, 2004. Handelsinformationssysteme. 2. Auflage. ISBN 978-3636031440</li> </ul>

<b>Literatur</b>	<p><i>Empfohlen:</i></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• HEINEMANN, Gerrit, 2017. Der neue Online-Handel - Geschäftsmodelle und Kanalexzellenz im Digital Commerce. 8. Auflage. ISBN 978-3658119331</li><li>• HEINEMANN, Gerrit, 2017. Die Neuerfindung des stationären Einzelhandels. 1. Auflage. ISBN 978-3658158613</li></ul> <p><b>1.4.2 Praktikum Handelsinformationssysteme:</b></p> <p><i>Verpflichtend:</i></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• POLLMANN, Rainer und Peter RÜHM, 2007. <i>Controlling-Berichte professionell gestalten</i>. Freiburg: Haufe.</li><li>• HASELIER, Rainer G. und Klaus FAHNENSTICH, 2016. <i>Microsoft Office 2016 - das Handbuch : für alle Auflagen inkl. Office 365 und Mobile-Apps</i>. Heidelberg: O'Reilly.</li><li>• KLAßEN, Robert , 2016. <i>Office 2016 : der umfassende Ratgeber</i> . Bonn: Vierfarben.</li><li>• WANG, Wallace, 2015. <i>Office 2016 For Dummies</i>. Hoboken, NJ: John Wiley &amp; Sons.</li></ul> <p><i>Empfohlen:</i></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• WÖHE, Günter und Ulrich DÖRING, 2013. <i>Einführung in die allgemeine Betriebswirtschaftslehre</i> . 25. Auflage. München: Vahlen.</li></ul>
------------------	--

<b>Wirtschaftsprivatrecht</b>						
<b>Modulbezeichnung</b>	Wirtschaftsprivatrecht			<b>Modulnummer</b>	1.5	
<b>Dozent/in</b>	Maier, Michael					
<b>Lehrsprache</b>	Deutsch					
<b>Art der Lehrveranstaltung</b>	Pflichtfach					
<b>Dauer des Moduls / Häufigkeit des Angebots des Moduls</b>	1 Semester nur Sommersemester					
<b>Lehrveranstaltungen des Moduls</b>	Wirtschaftsprivatrecht					
<b>Lehr- und Lernmethoden des Moduls</b>	1.5: SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung					
<b>Voraussetzungen für die Teilnahme laut SPO</b>	Keine					
<b>Empfohlene Voraussetzungen</b>	Es sind keine über das (Fach-)Abitur hinausgehende Kenntnisse erforderlich. Ein intensives Literaturstudium (s.u. Literaturangaben) ist notwendig.					
<b>Verwendbarkeit des Modules innerhalb des eigenen sowie für andere Studiengänge</b>	Nicht vergleichbar mit dem namensgleichen Fach in BW.					
<b>Gesamtarbeitsaufwand und seine Zusammensetzung</b>	<b>SWS</b>	<b>ECTS</b>	<b>Präsenzzeit</b>	<b>WBT-Aufwand</b>	<b>Selbststudium</b>	<b>Gesamtaufwand</b>
	4	5	47 h	0 h	78 h	125 h
<b>Art der Prüfung / Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten</b>	schrP90 - schriftliche Prüfung, 90 Minuten					
<b>Gewichtung der Einzelnote in der Gesamtnote</b>	Siehe SPO					
<b>Qualifikationsziele des Moduls</b>	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.					
<b>Inhalte des Moduls</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Grundlagen des Rechts, insbesondere des Zivilrechts</li> <li>• Rechtssubjekte und -objekte, Willenserklärung, Rechtsgeschäft</li> <li>• Stellvertretung</li> <li>• Inhalt, Begründung und Erlöschen von Schuldverhältnissen</li> <li>• Leistungsstörungen und Folgen</li> <li>• Vertragsarten – Kauf – Miete – Dienst- und Werkvertrag</li> <li>• Verbrauchsgüterkauf</li> <li>• Recht der unerlaubten Handlung</li> <li>• Einführung ins Sachenrecht, Eigentum, Besitz, Sicherungsrechte</li> <li>Grundzüge des HGB – Kaufmann, Handelsgeschäft, Prokura</li> </ul>					
<b>Hinweis</b>	In die Vorlesung sind BGB und HGB - Textausgaben dtv - mitzubringen.					

<b>Literatur</b>	<p><i>Verpflichtend:</i></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• 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</li></ul> <p><i>Empfohlen:</i></p> <p>Keine</p>
------------------	--

<b>Arbeits- und Wettbewerbsrecht</b>						
<b>Modulbezeichnung</b>	Arbeits- und Wettbewerbsrecht			<b>Modulnummer</b>	1.6	
<b>Dozent/in</b>	Eck, Stefan, Regler, Michaela, Schmidt-Sauerhöfer, Florian					
<b>Lehrsprache</b>	Deutsch					
<b>Art der Lehrveranstaltung</b>	Pflichtfach					
<b>Dauer des Moduls / Häufigkeit des Angebots des Moduls</b>	1 Semester nur Sommersemester					
<b>Lehrveranstaltungen des Moduls</b>	Arbeits- und Wettbewerbsrecht					
<b>Lehr- und Lernmethoden des Moduls</b>	1.6: SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung					
<b>Voraussetzungen für die Teilnahme laut SPO</b>	Keine					
<b>Empfohlene Voraussetzungen</b>	Vorheriger erfolgreicher Besuch der Veranstaltung 1.5 Wirtschaftsprivatrecht empfehlenswert.					
<b>Verwendbarkeit des Modules innerhalb des eigenen sowie für andere Studiengänge</b>	Nicht gegeben.					
<b>Gesamtarbeitsaufwand und seine Zusammensetzung</b>	<b>SWS</b>	<b>ECTS</b>	<b>Präsenzzeit</b>	<b>WBT-Aufwand</b>	<b>Selbststudium</b>	<b>Gesamtaufwand</b>
	4	5	47 h	0 h	78 h	125 h
<b>Art der Prüfung / Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten</b>	schrP90 - schriftliche Prüfung, 90 Minuten					
<b>Gewichtung der Einzelnote in der Gesamtnote</b>	Siehe SPO					
<b>Qualifikationsziele des Moduls</b>	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.					
<b>Inhalte des Moduls</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Einführung in das Individualarbeitsrecht</li> <li>• Begründung des Arbeitsverhältnisses</li> <li>• Rechte und Pflichten aus dem Arbeitsverhältnis</li> <li>• Beendigung des Arbeitsverhältnisses</li> <li>• Überblick über das kollektive Arbeitsrecht</li> <li>• Grundzüge des gewerbliche Rechtsschutzes</li> <li>• Grundlagen und Aufgabe des Wettbewerbsrechts</li> <li>• Verbot unlauterer geschäftlicher Handlungen</li> <li>• Irreführende Werbung</li> <li>• Vergleichende Werbung</li> <li>• Unzumutbare Belästigungen</li> <li>• Rechtsfolgen unlauterer Werbung</li> </ul>					

<b>Hinweis</b>	<p>Zulässiges Hilfsmittel Prüfung: Arbeitsgesetze, Beck-Textausgabe im dtv, aktuellste Auflage.</p> <p>Als Kommentierungen sind in den Gesetzestexten nur Paragraphenhinweise und Unterstreichungen erlaubt, keine Wörter.</p> <p>Ergänzender Hinweis zur Literatur: Die Wettbewerbsgesetze werden vom Dozenten gestellt. Die weiteren Gesetzestexte sind bereits in die erste Vorlesung mitzubringen!</p>
<b>Literatur</b>	<p><i>Verpflichtend:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• PALLASCH, Ulrich, 2014. <i>Arbeitsrecht : ein Lehrbuch für Wirtschaftswissenschaftler</i>. München: Vahlen. ISBN 978-3-8006-2818-6</li> <li>• DÜTZ, Wilhelm, 2015. <i>Arbeitsrecht</i>. 20. Auflage. München: C.H. Beck. ISBN 978-3-406-68024-3</li> <li>• MARSCHOLLEK, Günter, 2016. <i>Arbeitsrecht</i>. 21. Auflage. Münster: Alpmann und Schmidt Juristische Lehrgänge Verlagsges. mbH &amp; Co. KG. ISBN 978-3-86752-431-5 ; 3-86752-431-9</li> <li>• LETTL, Tobias, 2016. <i>Wettbewerbsrecht</i>. 3. Auflage. München: C.H. Beck. ISBN 978-3-406-64648-5 ; 3-406-64648-4</li> <li>• BERLIT, Wolfgang, 2014. <i>Wettbewerbsrecht</i>. 9. Auflage. München: C. H. Beck. ISBN 978-3-406-67164-7</li> <li>• HABERSTUMPF, Helmut und Stephan HUSEMANN, 2015. <i>Wettbewerbs- und Kartellrecht, Gewerblicher Rechtsschutz : Examenskurs für Rechtsreferendare</i>. 6. Auflage. München: C.H. Beck. ISBN 978-3-406-67766-3</li> <li>• SCHWABE/GRAU, , 2016. <i>Arbeitsrecht, Materielles Recht &amp; Klausurenlehre Musterlösung im Gutachtenstil</i>. 7. Auflage.</li> <li>• ABBO, Junker, 2016. <i>Grundkurs Arbeitsrecht</i>. 5. Auflage.</li> <li>• REICHOLD, Hermann, 2016. <i>Arbeitsrecht</i>. 5. Auflage.</li> </ul> <p><i>Empfohlen:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• MARSCHOLLEK, Günter, 2016. <i>Arbeitsrecht</i>. 21. Auflage.</li> <li>• <i>Arbeitsgesetze Beckverlag, aktuelle Auflage.</i></li> </ul>

Marketing						
<b>Modulbezeichnung</b>	Marketing			<b>Modulnummer</b>	1.7	
<b>Dozent/in</b>	Frech, Alexander					
<b>Lehrsprache</b>	Englisch					
<b>Art der Lehrveranstaltung</b>	Pflichtfach					
<b>Dauer des Moduls / Häufigkeit des Angebots des Moduls</b>	1 Semester nur Sommersemester					
<b>Lehrveranstaltungen des Moduls</b>	Marketing					
<b>Lehr- und Lernmethoden des Moduls</b>	1.7: SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung					
<b>Voraussetzungen für die Teilnahme laut SPO</b>	Keine					
<b>Empfohlene Voraussetzungen</b>	Keine					
<b>Verwendbarkeit des Modules innerhalb des eigenen sowie für andere Studiengänge</b>	Inhaltsähnliche Veranstaltung in den Studiengängen Betriebswirtschaft (BW) und International Management (IG).					
<b>Gesamtarbeitsaufwand und seine Zusammensetzung</b>	<b>SWS</b>	<b>ECTS</b>	<b>Präsenzzeit</b>	<b>WBT-Aufwand</b>	<b>Selbststudium</b>	<b>Gesamtaufwand</b>
	4	5	47 h	0 h	78 h	125 h
<b>Art der Prüfung / Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten</b>	schrP90 - schriftliche Prüfung, 90 Minuten					
<b>Gewichtung der Einzelnote in der Gesamtnote</b>	Siehe SPO					
<b>Qualifikationsziele des Moduls</b>	Die Studierenden sind in der Lage, grundlegende Instrumente und Methoden des Marketingmanagement anzuwenden und auf die Besonderheiten im Einzelhandel zu übertragen.					
<b>Inhalte des Moduls</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Marketing and Marketing Process</li> <li>• Developing Marketing Strategies and Plans</li> <li>• Collecting Information and Forecasting Demand</li> <li>• Creating Long-Term Loyalty Relationships</li> <li>• Consumer Market and Consumer Buying Behaviour</li> <li>• Identifying Marketing Segments and Targets</li> <li>• Developing the Brand Strategy and Positioning</li> <li>• Competitive Dynamics</li> <li>• Setting a Product Strategy</li> <li>• Designing and Managing Services</li> <li>• Developing Pricing Strategies and Programs</li> <li>• Developing Communication Strategies and Programs</li> <li>• Marketing for Retail Companies</li> </ul>					
<b>Literatur</b>	<p><i>Verpflichtend:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• KOTLER, Philip and Gary ARMSTRONG , 2016. <i>Principles of Marketing</i>. 16. Auflage. Harlow u.a.: Pearson. ISBN 978-1-292-09248-5 ; 1-292-09248-3</li> </ul> <p><i>Empfohlen:</i> Keine</p>					

<b>Buchführung, Bilanzierung und Jahresabschluss</b>						
<b>Modulbezeichnung</b>	Buchführung, Bilanzierung und Jahresabschluss			<b>Modulnummer</b>	1.8	
<b>Dozent/in</b>	Bilanzierung und Jahresabschluss: Graap, Torsten Buchführung: Habermann, Mandy					
<b>Lehrsprache</b>	Deutsch					
<b>Art der Lehrveranstaltung</b>	Pflichtfach					
<b>Dauer des Moduls / Häufigkeit des Angebots des Moduls</b>	1 Semester nur Wintersemester					
<b>Lehrveranstaltungen des Moduls</b>	Bilanzierung und Jahresabschluss Buchführung					
<b>Lehr- und Lernmethoden des Moduls</b>	1.8: SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung					
<b>Voraussetzungen für die Teilnahme laut SPO</b>	Keine					
<b>Empfohlene Voraussetzungen</b>	Keine					
<b>Verwendbarkeit des Modules innerhalb des eigenen sowie für andere Studiengänge</b>	Anrechenbar für Bilanzierung und Jahresabschluss im Studiengang Betriebswirtschaft, sofern das Modul erfolgreich bestanden wurde.					
<b>Gesamtarbeitsaufwand und seine Zusammensetzung</b>	<b>SWS</b>	<b>ECTS</b>	<b>Präsenzzeit</b>	<b>WBT-Aufwand</b>	<b>Selbststudium</b>	<b>Gesamtaufwand</b>
	6	6	70 h	0 h	80 h	150 h
<b>Art der Prüfung / Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten</b>	schrP120 - schriftliche Prüfung, 120 Minuten					
<b>Gewichtung der Einzelnote in der Gesamtnote</b>	Siehe SPO					
<b>Qualifikationsziele des Moduls</b>	<p>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. Sie sind in der Lage, Buchungen im HKR durchzuführen.</p> <p>Die Studierenden kennen die Grundlagen des deutschen Handelsrechts sowie jene der internationalen IFRS-Rechnungslegung. Sie beherrschen die Bilanzierungsansätze und deren Bewertungsvorschriften. Außerdem verstehen Sie die einzelnen Posten von Bilanz und GuV und können diese eigenständig erstellen. Die Inhalte und Bedeutung weiterer Bestandteile des Jahresabschlusses können sie erfassen, sodass die Studierenden die gesamte Unternehmenslage beurteilen können. Sie erkennen den Unterschied zwischen HGB- und IFRS-Rechnungslegungsstandards und verstehen weitergehend notwendige Tools wie Bilanzanalyse sowie die legale Bilanzpolitik im Jahresabschluss in den Grundzügen.</p>					
<b>Inhalte des Moduls</b>	<p><b>Buchführung:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Historie, Aufgaben und Bedeutung sowie grundlegende Rechengrößen der Finanzbuchhaltung.</li> <li>• Gesetzliche Vorschriften zur Führung von Büchern und zur Aufstellung des Jahresabschlusses.</li> <li>• Grundsätze ordnungsgemäßer Buchführung</li> <li>• Organisation der Buchführung</li> </ul>					

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Buchführungs- und Jahresabschlusstechnik</li> <li>• Verrechnungstechnische Grundlagen und Verbuchung ausgewählter Geschäftsvorfälle in Handelsunternehmen.</li> </ul> <p><b>Bilanzierung und Jahresabschluss:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Rechtliche Grundlagen der deutschen HGB-Rechnungslegung</li> <li>• Ansatz-, Ausweis- und Bewertungsvorschriften</li> <li>• Bilanzspezifische Positionen: Anlage- und Umlaufvermögen, Eigenkapital, Fremdkapital (Rückstellungen und Verbindlichkeiten)</li> <li>• Gewinn- und Verlustrechnung</li> <li>• Weitere Bestandteile des Jahresabschlusses bzw. der Rechnungslegung</li> <li>• Grundzüge von: Konzernrechnungslegung, Bilanzpolitik, Bilanzanalyse, IFRS-Rechnungslegung</li> </ul>
Literatur	<p><i>Verpflichtend:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• DÖRING, Ulrich und Rainer BUCHHOLZ, 2015. Buchhaltung und Jahresabschluss : mit Aufgaben und Lösungen. 14. Auflage. Berlin: Erich Schmidt. ISBN 978-3-503-16327-4 ; 3-503-16327-1</li> <li>• BORNHOFEN, Manfred, Ernst BUSCH und Martin BORNHOFEN, 2016. Buchführung : mit EDV-Kontierung ; nach dem Bilanzrichtlinien-Gesetz / 1,[1]. DATEV-Kontenrahmen 2016 : Grundlagen der Buchführung für Industrie- und Handelsbetriebe. 28. Auflage. Wiesbaden: Gabler. ISBN 978-3-658-11439-8</li> <li>• BUCHHOLZ, Rainer, 2013. Grundzüge des Jahresabschlusses nach HGB und IFRS : mit Aufgaben und Lösungen. 8. Auflage. München: Vahlen. ISBN 978-3-8006-4590-9 ; 3-8006-4590-4 ; 978-3-8006-4591-6</li> <li>• KOLLER, Ingo und andere, 2015. Handelsgesetzbuch : Kommentar. 8. Auflage. München: C.H. Beck. ISBN 978-3-406-66833-3 ; 3-406-66833-X</li> </ul> <p><i>Empfohlen:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• COENENBERG, Adolf G., Axel HALLER und Wolfgang SCHULTZE, 2016. Jahresabschluss und Jahresabschlussanalyse. 16. Auflage. Stuttgart: Schäffer-Poeschel. ISBN 978-3-7910-3550-5 ; 3-7910-3550-9</li> <li>• GRÄFER, Horst und Georg SCHNEIDER, 2009. Rechnungslegung : Bilanzierung und Bewertung nach HGB, IFRS . 4. Auflage. Herne: Neue Wirtschafts-Briefe GmbH &amp; Co KG . ISBN 978-3-482-48134-5 ; 978-3-482-61291-6</li> <li>• GEISMANN, Ulrike, 2017. Basiswissen Buchführung, Kompakter Einstieg in Bilanzierung und Bewertung. 1. Auflage. Wiesbaden: Springer Gabler. ISBN 978-3-658-12993-4</li> <li>• MUMM, Mirja, 2016. Einführung in das betriebliche Rechnungswesen, Buchführung für Industrie- und Handelsbetriebe. 3. Auflage. Wiesbaden: Springer Gabler. ISBN 978-3-662-49810-1</li> </ul>

<b>Handelskostenrechnung und Kostenmanagement</b>						
<b>Modulbezeichnung</b>	Handelskostenrechnung und Kostenmanagement			<b>Modulnummer</b>	1.9	
<b>Dozent/in</b>	Schmidt, Karin					
<b>Lehrsprache</b>	Deutsch					
<b>Art der Lehrveranstaltung</b>	Pflichtfach					
<b>Dauer des Moduls / Häufigkeit des Angebots des Moduls</b>	1 Semester nur Wintersemester					
<b>Lehrveranstaltungen des Moduls</b>	Handelskostenrechnung und Kostenmanagement					
<b>Lehr- und Lernmethoden des Moduls</b>	1.9: SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung					
<b>Voraussetzungen für die Teilnahme laut SPO</b>	Keine					
<b>Empfohlene Voraussetzungen</b>	Keine.					
<b>Verwendbarkeit des Modules innerhalb des eigenen sowie für andere Studiengänge</b>	Aufgrund der handelspezifischen Ausrichtung nicht gegeben.					
<b>Gesamtarbeitsaufwand und seine Zusammensetzung</b>	<b>SWS</b>	<b>ECTS</b>	<b>Präsenzzeit</b>	<b>WBT-Aufwand</b>	<b>Selbststudium</b>	<b>Gesamtaufwand</b>
	4	5	47 h	0 h	78 h	125 h
<b>Art der Prüfung / Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten</b>	schrP90 - schriftliche Prüfung, 90 Minuten					
<b>Gewichtung der Einzelnote in der Gesamtnote</b>	Siehe SPO					
<b>Qualifikationsziele des Moduls</b>	<p>Die Studierenden kennen die Aufgaben und Ziele der Kosten- und Leistungsrechnung. Sie sind mit den Instrumenten der Kostenrechnung in Form von Kostenarten-, Kostenstellen- und Kostenträgerrechnung vertraut. Die Studierenden können die Kostenrechnung als Informationsinstrumentarium für die Entscheidungsunterstützung nutzen und erkennen dabei deren Möglichkeiten und Grenzen. Die Studierenden kennen die wesentlichen Kostenarten des Handels und deren Beeinflussungsmöglichkeiten im Rahmen der Controllingprozesse: Planung, Analyse und Handlungsempfehlungen. Sie können die Basiswerkzeuge des Kostenmanagements praxisorientiert einsetzen.</p>					
<b>Inhalte des Moduls</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Grundlagen und Systeme der Kosten- und Leistungsrechnung</li> <li>• Instrumentarien der Kostenrechnung (Kostenarten-, Kostenstellen- und Kostenträgerrechnung)</li> <li>• Kostenverantwortung (innerbetriebliche Leistungsverrechnung)</li> <li>• Handelskostenkalkulation</li> <li>• Teil- und Vollkostenrechnungssysteme (DB-Rechnung, Break-Even-Analyse)</li> <li>• Kostenplanung und Budgetierung im Rahmen der Unternehmensteuerung</li> <li>• Einstieg in das Kostenmanagement</li> <li>• Entscheidungsunterstützung und Kostenmanagement mit Prozesskosten und Target Costing und deren Anwendung im Handel</li> <li>• Efficient Consumer Response</li> </ul>					

<b>Literatur</b>	<p><i>Verpflichtend:</i></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• SCHMIDT, Andreas, 2014. <i>Kostenrechnung : Grundlagen der Vollkosten-, Deckungsbeitrags- und Plankostenrechnung sowie des Kostenmanagements</i>. 7. Auflage. Stuttgart: Kohlhammer. ISBN 978-3-17-024889-2 ; 3-17-022100-0</li><li>• COENENBERG, Adolf Gerhard, Thomas M. FISCHER und Thomas GÜNTHER, 2016. <i>Kostenrechnung und Kostenanalyse</i>. 9. Auflage. Stuttgart: Schäffer-Poeschel. ISBN 978-3-7910-3612-0 ; 978-3-7910-3613-7</li></ul> <p><i>Empfohlen:</i></p> <p>Keine</p>
------------------	---

<b>Investition, Finanzierung und Steuern</b>						
<b>Modulbezeichnung</b>	Investition, Finanzierung und Steuern			<b>Modulnummer</b>	1.10	
<b>Dozent/in</b>	Investition und Finanzierung: Graap, Torsten; Sinha, Tanja Steuern: Zellner, Elisabeth					
<b>Lehrsprache</b>	Deutsch					
<b>Art der Lehrveranstaltung</b>	Pflichtfach					
<b>Dauer des Moduls / Häufigkeit des Angebots des Moduls</b>	2 Semester Investition und Finanzierung, 1 Semester, nur Sommersemester Steuern, 1 Semester, nur Wintersemester					
<b>Lehrveranstaltungen des Moduls</b>	Investition und Finanzierung Steuern					
<b>Lehr- und Lernmethoden des Moduls</b>	1.10: SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung					
<b>Voraussetzungen für die Teilnahme laut SPO</b>	Keine					
<b>Empfohlene Voraussetzungen</b>	Keine.					
<b>Verwendbarkeit des Modules innerhalb des eigenen sowie für andere Studiengänge</b>	Nicht gegeben.					
<b>Gesamtarbeitsaufwand und seine Zusammensetzung</b>	<b>SWS</b>	<b>ECTS</b>	<b>Präsenzzeit</b>	<b>WBT-Aufwand</b>	<b>Selbststudium</b>	<b>Gesamtaufwand</b>
	6	8	70 h	0 h	130 h	200 h
<b>Art der Prüfung / Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten</b>	schrP120 - schriftliche Prüfung, 120 Minuten					
<b>Gewichtung der Einzelnote in der Gesamtnote</b>	Siehe SPO					
<b>Qualifikationsziele des Moduls</b>	<p>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> <p>Die Studierenden haben einen Überblick über das System der Besteuerung in Deutschland und Grundkenntnisse in den wichtigsten Steuerarten einschließlich der Bezüge zum Handels- und Steuerbilanzrecht. Sie können in ausgewählten Bereichen Steuerfälle bearbeiten.</p>					
<b>Inhalte des Moduls</b>	<p><b>Investition und Finanzierung:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Definition und Grundbegriffe der Finanzierungs- und Investitionslehre</li> <li>• Ziele und Aufgaben des Finanzmanagements</li> <li>• Überblick über Finanzierungsinstrumente und deren Funktion</li> <li>• Aussage und Interpretation der wichtigsten Finanzkennzahlen</li> <li>• Zur Bedeutung von Kapitalstrukturentscheidungen: Leverage-Effekt</li> <li>• Verfahren der Investitionsrechnung</li> </ul>					

	<p><b>Steuern:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Einführung in das System der Besteuerung</li> <li>• Grundbegriffe des Besteuerungsverfahrens einschließlich der Steuerermittlung, -festsetzung, -erhebung und Rechtsschutz</li> <li>• Grundlagen der Einkommensteuer</li> <li>• Grundlagen des Bilanzsteuerrechts</li> <li>• Grundlagen der Körperschaftsteuer</li> <li>• Grundlagen der Gewerbesteuer</li> <li>• Grundlagen der Umsatzsteuer</li> </ul>
Literatur	<p><b>Investition und Finanzierung:</b></p> <p><i>Verpflichtend:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• BREALEY, Richard A., Stewart C. MYERS und Alan J. MARCUS, 2015. <i>Fundamentals of corporate finance</i>. New York: McGraw-Hill Education. ISBN 978-981-4670-94-4 ; 981-4670-94-4</li> <li>• 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</li> <li>• PERRIDON, Louis, Manfred STEINER und Andreas W. RATHGEBER, 2012. <i>Finanzwirtschaft der Unternehmung</i>. 16. Auflage. München: Vahlen. ISBN 978-3-8006-3991-5 ; 978-3-8006-3679-2</li> <li>• 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</li> </ul> <p><i>Empfohlen:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 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</li> <li>• 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</li> <li>• BIEG, Hartmut, Heinz KUSSMAUL und Gerd WASCHBUSCH, 2016. <i>Finanzierung</i>. 3. Auflage. München, Germany: Verlag Franz Vahlen. ISBN 978-3-8006-5053-8, 978-3-8006-5054-5</li> <li>• 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</li> </ul> <p><b>Steuern:</b></p> <p><i>Verpflichtend:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• BORNHOFEN, Manfred und Ernst BUSCH, 2016. <i>Steuerlehre : für Auszubildende in steuer- und wirtschaftsberatenden Berufen / 2 - Rechtslage 2015</i>. 36. Auflage. Wiesbaden: Gabler. ISBN 978-3658114299</li> <li>• HABERSTOCK, Lothar und Volker BREITHECKER, 2016. <i>Einführung in die betriebswirtschaftliche Steuerlehre: mit Fallbeispielen, Übungsaufgaben und Lösungen</i>. 17. Auflage. Berlin: Schmidt. ISBN 978-3-503-16730-2</li> </ul> <p><i>Empfohlen:</i></p> <p>Keine</p>

Personal und Organisation						
<b>Modulbezeichnung</b>	Personal und Organisation			<b>Modulnummer</b>	1.11	
<b>Dozent/in</b>	Hackl, Oliver					
<b>Lehrsprache</b>	Deutsch					
<b>Art der Lehrveranstaltung</b>	Pflichtfach					
<b>Dauer des Moduls / Häufigkeit des Angebots des Moduls</b>	1 Semester nur Wintersemester					
<b>Lehrveranstaltungen des Moduls</b>	Personal und Organisation					
<b>Lehr- und Lernmethoden des Moduls</b>	1.11: SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung					
<b>Voraussetzungen für die Teilnahme laut SPO</b>	Keine					
<b>Empfohlene Voraussetzungen</b>	Keine					
<b>Verwendbarkeit des Modules innerhalb des eigenen sowie für andere Studiengänge</b>	Inhaltsähnliche Veranstaltung in BW.					
<b>Gesamtarbeitsaufwand und seine Zusammensetzung</b>	<b>SWS</b>	<b>ECTS</b>	<b>Präsenzzeit</b>	<b>WBT-Aufwand</b>	<b>Selbststudium</b>	<b>Gesamtaufwand</b>
	4	5	47 h	0 h	78 h	125 h
<b>Art der Prüfung / Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten</b>	schrP90 - schriftliche Prüfung, 90 Minuten					
<b>Gewichtung der Einzelnote in der Gesamtnote</b>	Siehe SPO					
<b>Qualifikationsziele des Moduls</b>	<p>Die Studierenden verinnerlichen die hohe Bedeutung von Personalarbeit in Handelsunternehmen. Mit Hilfe ausgewählter theoretischer Grundlagen können sie das Verhalten von Mitarbeitern und Führungskräften in Organisationen besser verstehen und beurteilen. Die Teilnehmer können ausgewählte Quellen der Motivation als Grundlage von effektivem Führungsverhalten einsetzen. Sie sind in der Lage, Mitarbeiterführung und Unternehmenskultur zu beurteilen und erste Führungsaufgaben zu übernehmen. Hierzu können sie auch die Grundlagen einer effektiven Führungskommunikation praktisch anwenden. Die Studierenden kennen die wichtigsten Funktionen des Personalmanagement, beherrschen Grundlagen zur Aufbau-, Ablauf- und Projektorganisation in Handelsunternehmen und verfügen über Grundkenntnisse im Diversity Management, Talent Management sowie zu den Besonderheiten des Personalmanagements im Zeitalter der Digitalisierung. Sie sind befähigt, im Personalmanagement von Organisationen zu unterstützen.</p>					
<b>Inhalte des Moduls</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Einführung in das Personalmanagement</li> <li>• Individuelles und Teamverhalten in Organisationen</li> <li>• Motivationstheorie</li> <li>• Führungskommunikation</li> <li>• Unternehmenskultur</li> <li>• Basisfunktionen des Personalmanagement</li> <li>• Personalentwicklung</li> <li>• Anreizsysteme und Führungskonzepte</li> </ul>					

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Grundlagen der Organisation</li> <li>• Diversity und Talent Management</li> <li>• Personal im digitalen Zeitalter</li> </ul> <p>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.</p>
<b>Literatur</b>	<p><i>Verpflichtend:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• RINGLSTETTER, Max J. und Stephan KAISER, 2008. <i>Humanressourcen-Management</i>,. München: Oldenbourg. ISBN 978-3-486-58415-8 ; 3-486-58415-4</li> <li>• BERTHEL, Jürgen und Fred G. BECKER, 2013. <i>Personal-Management : Grundzüge für Konzeptionen betrieblicher Personalarbeit</i>. 10. Auflage. Stuttgart: Schäffer-Poeschel. ISBN 978-3-7910-3231-3 ; 3-7910-3231-3 ; 978-3-7992-6810-3</li> <li>• VAHS, Dietmar, 2015. <i>Organisation : ein Lehr- und Managementbuch</i>. 9. Auflage. Stuttgart: Schäffer-Poeschel. ISBN 978-3-7910-3437-9 ; 978-3-7992-6980-3</li> </ul> <p><i>Empfohlen:</i> Keine</p>

<b>Projektmanagement</b>						
<b>Modulbezeichnung</b>	Projektmanagement			<b>Modulnummer</b>	1.12	
<b>Dozent/in</b>	1.12.1 Interkulturelles Einführungsprojekt (Einführungswoche): Hackl, Oliver; Knoppe, Marc 1.12.2 Projektmanagement: Arnold, Daniel; Piotrowski, Natalie; Sangl, Anita; Taspinar, Bahar					
<b>Lehrsprache</b>	1.12.1 Englisch 1.12.2 Deutsch					
<b>Art der Lehrveranstaltung</b>	Pflichtfach					
<b>Dauer des Moduls / Häufigkeit des Angebots des Moduls</b>	2 Semester 1.12.1 Interkulturelles Einführungsprojekt (Einführungswoche), 1 Semester, nur Wintersemester 1.12.2 Projektmanagement, 1 Semester, nur Sommersemester					
<b>Lehrveranstaltungen des Moduls</b>	1.12.1 Interkulturelles Einführungsprojekt (Einführungswoche) 1.12.2 Projektmanagement					
<b>Lehr- und Lernmethoden des Moduls</b>	1.12.1: Ü - Übung 1.12.2: Pr - Praktikum					
<b>Voraussetzungen für die Teilnahme laut SPO</b>	Der Teilnahmenachweis (mit Erfolg) von 1.12.1 ist Voraussetzung für 1.12.2.					
<b>Empfohlene Voraussetzungen</b>	Keine					
<b>Verwendbarkeit des Modules innerhalb des eigenen sowie für andere Studiengänge</b>	Aufgrund der handelsspezifischen Ausrichtung nicht gegeben.					
<b>Gesamtarbeitsaufwand und seine Zusammensetzung</b>	<b>SWS</b>	<b>ECTS</b>	<b>Präsenzzeit</b>	<b>WBT-Aufwand</b>	<b>Selbststudium</b>	<b>Gesamtaufwand</b>
	6	6	70 h	0 h	80 h	150 h
<b>Art der Prüfung / Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten</b>	1.12.1: LN – Leistungsnachweis ohne/mit Erfolg teilgenommen 1.12.2: SA/P – Seminararbeit mit Präsentation					
<b>Gewichtung der Einzelnote in der Gesamtnote</b>	Siehe SPO					
<b>Qualifikationsziele des Moduls</b>	<p><b>1.12.1 Interkulturelles Einführungsprojekt (Einführungswoche):</b> Die Studierenden können betriebswirtschaftliche Recherchetechniken anwenden und sind mit betriebswirtschaftlichen Recherchetechniken und Ansatzpunkten vertraut. Sie sind in der Lage neue Handelsthemen einzeln oder in Gruppen zu bearbeiten und zu präsentieren (in englischer Sprache).</p> <p><b>1.12.2 Projektmanagement:</b> Die Studierenden können Projekte definieren und strukturieren sowie die Instrumente des Projektmanagements situationsgerecht einsetzen. Damit wird die Befähigung erreicht, dass Projekte selbstständig und eigenverantwortlich durchgeführt und erfolgreich abgeschlossen werden.</p>					

<p><b>Inhalte des Moduls</b></p>	<p><b>1.12.1 Interkulturelles Einführungsprojekt (Einführungswoche):</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Einführung in betriebswirtschaftliche Recherchetechniken</li> <li>• Einführung in betriebswirtschaftliche Lern- und Arbeitstechniken International Retail Project (in englischer Sprache)</li> <li>• Best Practice International Development of a Retailer (in englischer Sprache)</li> </ul> <p><b>1.12.2 Projektmanagement:</b></p> <p>Die Studierenden erhalten einen Überblick über Methoden und Anwendungsfelder des Projektmanagements vor dem Hintergrund handelsorientierter Fragestellungen. Sie lernen das Projektmanagement als eine Führungskonzeption für die direkte fachübergreifende Koordination von</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Planung</li> <li>• Entscheidung</li> <li>• Realisierung</li> <li>• Überwachung</li> <li>• Steuerung</li> </ul> <p>bei der Abwicklung interdisziplinärer Aufgabenstellungen kennen.</p> <p>Die Studenten erlernen zentrale Methoden und Tools zur Unterstützung des PM sowie teamorientiert Inhalte gemeinsam zu erarbeiten. Sie üben Projektmanagement praxisnah im Rahmen von Praxisprojekten und Fallstudien in verschiedenen Projektteams.</p>
<p><b>Literatur</b></p>	<p><b>1.12.1 Interkulturelles Einführungsprojekt (Einführungswoche):</b></p> <p><i>Verpflichtend:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• SCHELLE, Heinz und Roland OTTMANN, 2014. <i>Projekte zum Erfolg führen: Projektmanagement systematisch und kompakt</i>. 7. Auflage. München: Deutscher Taschenbuch Verlag. ISBN 978-3-423-50937-4 ; 3-423-50937-6 ; 978-3-406-65508-1</li> </ul> <p><i>Empfohlen:</i></p> <p>Keine</p>

Wirtschaftsenglisch I						
<b>Modulbezeichnung</b>	Wirtschaftsenglisch I			<b>Modulnummer</b>	1.13	
<b>Dozent/in</b>	Talke, Susan; Kotowich, Timothy					
<b>Lehrsprache</b>	Englisch					
<b>Art der Lehrveranstaltung</b>	Pflichtfach					
<b>Dauer des Moduls / Häufigkeit des Angebots des Moduls</b>	1 Semester nur Wintersemester					
<b>Lehrveranstaltungen des Moduls</b>	Wirtschaftsenglisch I					
<b>Lehr- und Lernmethoden des Moduls</b>	1.13: SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung					
<b>Voraussetzungen für die Teilnahme laut SPO</b>	Keine					
<b>Empfohlene Voraussetzungen</b>	Keine					
<b>Verwendbarkeit des Modules innerhalb des eigenen sowie für andere Studiengänge</b>	Inhaltsähnliche Veranstaltung in BW.					
<b>Gesamtarbeitsaufwand und seine Zusammensetzung</b>	<b>SWS</b>	<b>ECTS</b>	<b>Präsenzzeit</b>	<b>WBT-Aufwand</b>	<b>Selbststudium</b>	<b>Gesamtaufwand</b>
	4	4	47 h	0 h	53 h	100 h
<b>Art der Prüfung / Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten</b>	schrP90 - schriftliche Prüfung, 90 Minuten					
<b>Gewichtung der Einzelnote in der Gesamtnote</b>	Siehe SPO					
<b>Qualifikationsziele des Moduls</b>	<p>The students know the various basic aspects of the business world, with a special focus on international retailing, and they will be able to write business correspondence.</p> <p>The students have improved their English language skills while increasing their knowledge of various current topics in the international business world.</p>					
<b>Inhalte des Moduls</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Business correspondence: enquiry, offer, order, complaint</li> <li>• Selected business and retailing topics, for example: <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Retailing Outlets</li> <li>○ Marketing</li> <li>○ International Trade</li> <li>○ Forms of Business</li> </ul> </li> <li>• The application process: CV, cover letter</li> </ul>					
<b>Literatur</b>	<p><i>Verpflichtend:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• ABEGG, Birgit, Michael BENFORD and Ulrike ARNOLD, 2008. <i>Communication for Business: Short course : Kurzlehrgang englische Handelskorrespondenz und Bürokommunikation</i>. 1. Auflage. Ismaning: Hueber. ISBN 978-3-19-002695-1 ; 3-19-002695-5</li> <li>• COTTON, David, David FALVEY and Simon KENT, 2011. <i>Market Leader Upper-Intermediate. Business English Course Book</i>. 3. Auflage. Harlow: Person Longman. ISBN 978-1-4479-2229-2</li> </ul> <p><i>Empfohlen: Keine</i></p>					

<b>Wirtschaftsenglisch II</b>						
<b>Modulbezeichnung</b>	Wirtschaftsenglisch II			<b>Modulnummer</b>	1.14	
<b>Dozent/in</b>	Ridley-Skrozki, Leslie, Belinda; Talke, Susan; Talke, Stefan					
<b>Lehrsprache</b>	Englisch					
<b>Art der Lehrveranstaltung</b>	Pflichtfach					
<b>Dauer des Moduls / Häufigkeit des Angebots des Moduls</b>	1 Semester nur Sommersemester					
<b>Lehrveranstaltungen des Moduls</b>	Wirtschaftsenglisch II					
<b>Lehr- und Lernmethoden des Moduls</b>	1.14: SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung					
<b>Voraussetzungen für die Teilnahme laut SPO</b>	Keine					
<b>Empfohlene Voraussetzungen</b>	Vorheriger erfolgreicher Besuch der Veranstaltung 1.14 Wirtschaftsenglisch I empfehlenswert.					
<b>Verwendbarkeit des Modules innerhalb des eigenen sowie für andere Studiengänge</b>	Inhaltsähnliche Veranstaltung in BW.					
<b>Gesamtarbeitsaufwand und seine Zusammensetzung</b>	<b>SWS</b>	<b>ECTS</b>	<b>Präsenzzeit</b>	<b>WBT-Aufwand</b>	<b>Selbststudium</b>	<b>Gesamtaufwand</b>
	4	4	47 h	0 h	53 h	100 h
<b>Art der Prüfung / Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten</b>	schrP90 - schriftliche Prüfung, 90 Minuten					
<b>Gewichtung der Einzelnote in der Gesamtnote</b>	Siehe SPO					
<b>Qualifikationsziele des Moduls</b>	The students know the various basic aspects of the business world, with a special focus on international retailing. They are able to use selected business communication skills. Each student is able to hold a presentation and lead a discussion of the topic.					
<b>Inhalte des Moduls</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Selected business skills (conducting negotiations, interviewing, telephoning, etc.)</li> <li>Selected current business topics and current events</li> <li>Student presentations</li> </ul>					
<b>Literatur</b>	<p><i>Verpflichtend:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>ABEGG, Birgit and Michael BENFORD, 2008. <i>Communication for Business: Short course: Kurzlehrgang englische Handelskorrespondenz und Bürokommunikation</i>. 1. Auflage. Ismaning: Hueber. ISBN 978-3-19-002695-1 ; 3-19-002695-5</li> <li>COTTON, David, David FALVEY and Simon KENT, 2011. <i>Market Leader Upper-Intermediate. Business English Course Book</i>. 3. Auflage. Harlow: Pearson Longman. ISBN 978-1-4479-2229-2</li> <li>SWEENEY, Simon, 2012. <i>English for Business Communication: Student's Book</i>. 2. Auflage. Cambridge: Cambridge University Press. ISBN 978-3-12-539135-2 ; 978-0-521-75449-1</li> </ul> <p><i>Empfohlen:</i> Keine</p>					

<b>Grundpraktikum (10 Wochen)</b>						
<b>Modulbezeichnung</b>	Grundpraktikum (10 Wochen)			<b>Modulnummer</b>	1.15	
<b>Dozent/in</b>						
<b>Lehrsprache</b>	Deutsch					
<b>Art der Lehrveranstaltung</b>	Pflichtfach					
<b>Dauer des Moduls / Häufigkeit des Angebots des Moduls</b>	1 Semester Winter- und Sommersemester					
<b>Lehrveranstaltungen des Moduls</b>	Grundpraktikum (10 Wochen)					
<b>Lehr- und Lernmethoden des Moduls</b>	1.15: Pr - Praktikum					
<b>Voraussetzungen für die Teilnahme laut SPO</b>	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.					
<b>Empfohlene Voraussetzungen</b>	Keine					
<b>Verwendbarkeit des Modules innerhalb des eigenen sowie für andere Studiengänge</b>	Aufgrund der handelsspezifischen Ausrichtung nicht gegeben.					
<b>Gesamtarbeitsaufwand und seine Zusammensetzung</b>	<b>SWS</b>	<b>ECTS</b>	<b>Präsenzzeit</b>	<b>WBT-Aufwand</b>	<b>Selbststudium</b>	<b>Gesamtaufwand</b>
	0	10	0 h	0 h	250 h	250 h
<b>Art der Prüfung / Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten</b>	PrB - Praktikumsbericht					
<b>Gewichtung der Einzelnote in der Gesamtnote</b>	Siehe SPO					
<b>Qualifikationsziele des Moduls</b>	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.					
<b>Inhalte des Moduls</b>	Die Studierenden werden bei konkreten Aufgabenstellungen verantwortungsorientiert integriert, erste Führungsaufgaben, Teilaufgaben und/ oder Projekte selbständig und selbstverantwortlich übernehmen oder an einer vakanten Position mit gestalten, 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.					

<b>Strategisches Handelsmanagement</b>						
<b>Modulbezeichnung</b>	Strategisches Handelsmanagement		<b>Modulnummer</b>	2.1		
<b>Dozent/in</b>	Fend, Lars					
<b>Lehrsprache</b>	Deutsch					
<b>Art der Lehrveranstaltung</b>	Pflichtfach					
<b>Dauer des Moduls / Häufigkeit des Angebots des Moduls</b>	1 Semester Winter- und Sommersemester					
<b>Lehrveranstaltungen des Moduls</b>	Strategisches Handelsmanagement					
<b>Lehr- und Lernmethoden des Moduls</b>	2.1: SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung					
<b>Voraussetzungen für die Teilnahme laut SPO</b>	Zum Eintritt in den zweiten Studienabschnitt ist nur berechtigt, wer mindestens 63 ECTS-Leistungspunkte aus den Modulen des ersten Studienabschnittes erbracht hat.					
<b>Empfohlene Voraussetzungen</b>	Keine					
<b>Verwendbarkeit des Modules innerhalb des eigenen sowie für andere Studiengänge</b>	Keine					
<b>Gesamtarbeitsaufwand und seine Zusammensetzung</b>	<b>SWS</b>	<b>ECTS</b>	<b>Präsenzzeit</b>	<b>WBT-Aufwand</b>	<b>Selbststudium</b>	<b>Gesamtaufwand</b>
	4	5	47 h	0 h	78 h	125 h
<b>Art der Prüfung / Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten</b>	mdIP 15 – mündliche Prüfung, 15 Minuten					
<b>Gewichtung der Einzelnote in der Gesamtnote</b>	Siehe SPO					
<b>Qualifikationsziele des Moduls</b>	<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>					
<b>Inhalte des Moduls</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Strategischer Planungsprozess</li> <li>• Strategische Grundkonzepte: Market Based View versus Resourced Based View</li> <li>• Instrumente Umweltanalyse (v.a., Determinanten des Branchenwettbewerbs, Pestl-Analyse)</li> <li>• Instrumente der Unternehmensanalyse (v.a. Wertschöpfungskette, Stärken-/Schwächenanalyse)</li> <li>• Modelle zur Ableitung von Geschäftsstrategien</li> <li>• Internationalisierungsstrategien</li> <li>• Managementkonzepte</li> <li>• Aktuelle Themen zu strategischen Fragestellungen</li> </ul>					

<b>Literatur</b>	Literaturempfehlungen werden in der Veranstaltung bekannt gegeben.
------------------	--

International Retailing						
<b>Modulbezeichnung</b>	International Retailing			<b>Modulnummer</b>	2.2	
<b>Dozent/in</b>	Hackl, Oliver; Calhan, Can Ali; Ruschinski, Monika; Sinner, Martin; Stock, Kurt					
<b>Lehrsprache</b>	Deutsch/Englisch					
<b>Art der Lehrveranstaltung</b>	Pflichtfach					
<b>Dauer des Moduls / Häufigkeit des Angebots des Moduls</b>	1 Semester Winter- und Sommersemester					
<b>Lehrveranstaltungen des Moduls</b>	International Retailing					
<b>Lehr- und Lernmethoden des Moduls</b>	2.2: SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung					
<b>Voraussetzungen für die Teilnahme laut SPO</b>	Zum Eintritt in den zweiten Studienabschnitt ist nur berechtigt, wer mindestens 63 ECTS-Leistungspunkte aus den Modulen des ersten Studienabschnittes erbracht hat.					
<b>Empfohlene Voraussetzungen</b>	Keine					
<b>Verwendbarkeit des Moduls innerhalb des eigenen sowie für andere Studiengänge</b>	Keine					
<b>Gesamtarbeitsaufwand und seine Zusammensetzung</b>	<b>SWS</b>	<b>ECTS</b>	<b>Präsenzzeit</b>	<b>WBT-Aufwand</b>	<b>Selbststudium</b>	<b>Gesamtaufwand</b>
	6	6	70 h	0 h	80 h	150 h
<b>Art der Prüfung / Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten</b>	schrP120 - schriftliche Prüfung, 120 Minuten					
<b>Gewichtung der Einzelnote in der Gesamtnote</b>	Siehe SPO					
<b>Qualifikationsziele des Moduls</b>	<p><b>Volkswirtschaftlicher Teil (in Deutsch):</b>  Nach dem Besuch des Moduls sind die Studierenden in der Lage:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• die Merkmale wichtiger Konjunkturindikatoren beschreiben</li> <li>• die Bestimmungsfaktoren der wirtschaftlichen Entwicklung erkennen</li> <li>• die Konsequenzen volkswirtschaftlicher Instabilitäten beurteilen</li> <li>• die Wirkungsweise der Geldpolitik und Fiskalpolitik nachvollziehen</li> <li>• die Konsequenzen aus Wechselkursänderungen herleiten</li> <li>• aktuelle Probleme der Wirtschaftspolitik erläutern</li> <li>• empirische Daten in Berichten internationaler Organisationen und Gutachten von Forschungsinstituten zur Beurteilung aktueller wirtschaftlicher Entwicklungen auszuwerten.</li> </ul> <p><b>Betriebswirtschaftlicher Teil Grundlagen und Case Studies (in Englisch):</b>  Students are familiar with the reasons for, objectives, forms, chances and threats of going and being international in retail business. They will know how to deal theoretically and practically with various factors that impact the process of retailers' internationalizing and measures which could be used to handle the same. Case studies will help and be used to exercise contents learned.</p>					

<b>Inhalte des Moduls</b>	<p><b>Volkswirtschaftlicher Teil:</b></p> <p>Themen mit aktueller internationaler Ausrichtung</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Konjunktur - Diagnose, Prognose, Indikatoren</li> <li>• Instrumente der Stabilisierung</li> <li>• Wechselkursanalyse</li> <li>• Zahlungsbilanzanalyse</li> <li>• Länderbeurteilungen</li> </ul> <p><b>Betriebswirtschaftlicher Teil Grundlagen und Case Studies:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Development, relevance &amp; dimensions of internationalization in retail business</li> <li>• Strategies and instruments</li> <li>• Chances and threats</li> <li>• Case studies</li> </ul>
<b>Literatur</b>	<p><i>Verpflichtend:</i></p> <p><b>Volkswirtschaftlicher Teil:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• MANKIW, Nicholas Gregory und Mark P. TAYLOR , 2016. <i>Grundzüge der Volkswirtschaftslehre</i>. 6. Auflage. Stuttgart: Schäffer-Poeschel. ISBN 978-3-7910-3519-2 ; 3-7910-3519-3</li> <li>• KRUGMANN, Paul R., Maurice OBSTFELD und Marc J. MELITZ, 2015. <i>Internationale Wirtschaft : Theorie und Politik der Außenwirtschaft</i>. 1. Auflage. Hallbergmoos: Pearson. ISBN 978-3-86894-264-4 ; 978-3-86326-761-2</li> </ul> <p><b>Betriebswirtschaftlicher Teil Grundlagen und Case Studies:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 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</li> <li>• ZENTES, Joachim, 2011. <i>Fallstudien zum Internationalen Management : Grundlagen - Praxiserfahrungen - Perspektiven</i>. 4. Auflage. Wiesbaden: Gabler. ISBN 978-3-8349-2967-9 ; 3-8349-2967-0</li> <li>• RUDOLPH, Thomas, Moritz LOOCK und Anne KLEINSCHRODT, 2008. <i>Strategisches Handelsmanagement : Grundlagen für den Erfolg auf internationalen Handelsmärkten</i> . Aachen: Shaker. ISBN 978-3-8322-7518-1</li> <li>• BERMAN, Barry und Joel R. EVANS, 2013. <i>Retail management : a strategic approach</i>. 1. Auflage. Boston, München u.a.: Pearson. ISBN 0-273-76856-5 ; 978-0-273-76856-2</li> <li>• DANIELS, John Day, Lee H. RADEBAUGH und Daniel P. SULLIVAN, 2015. <i>International business : environments and operations</i>. 1. Auflage. Boston, Maas u.a.: Pearson. ISBN 1-292-01679-5 ; 978-1-292-01679-5</li> </ul> <p><i>Empfohlen:</i> Keine</p>

<b>Brand und Communication Management</b>						
<b>Modulbezeichnung</b>	Brand und Communication Management			<b>Modulnummer</b>	2.3	
<b>Dozent/in</b>	Hackl, Oliver; Reuter, Bernd; Schmelter, Boris					
<b>Lehrsprache</b>	Deutsch/Englisch					
<b>Art der Lehrveranstaltung</b>	Pflichtfach					
<b>Dauer des Moduls / Häufigkeit des Angebots des Moduls</b>	1 Semester Winter- und Sommersemester					
<b>Lehrveranstaltungen des Moduls</b>	Brand und Communication Management					
<b>Lehr- und Lernmethoden des Moduls</b>	2.3: SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung					
<b>Voraussetzungen für die Teilnahme laut SPO</b>	Zum Eintritt in den zweiten Studienabschnitt ist nur berechtigt, wer mindestens 63 ECTS-Leistungspunkte aus den Modulen des ersten Studienabschnittes erbracht hat.					
<b>Empfohlene Voraussetzungen</b>	Keine.					
<b>Verwendbarkeit des Modules innerhalb des eigenen sowie für andere Studiengänge</b>	Aufgrund der handelsspezifischen Ausrichtung nicht gegeben.					
<b>Gesamtarbeitsaufwand und seine Zusammensetzung</b>	<b>SWS</b>	<b>ECTS</b>	<b>Präsenzzeit</b>	<b>WBT-Aufwand</b>	<b>Selbststudium</b>	<b>Gesamtaufwand</b>
	4	5	47 h	0 h	78 h	125 h
<b>Art der Prüfung / Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten</b>	SA/P – Seminararbeit mit Präsentation					
<b>Gewichtung der Einzelnote in der Gesamtnote</b>	Siehe SPO					
<b>Qualifikationsziele des Moduls</b>	Die Studierenden haben ein Grundverständnis zum Thema Brandmanagement, theoretische Grundlagen und Methoden sowie einen Überblick über den Prozess des Markenmanagements. Aufbauend können die Studierenden die Formen und Instrumente einer integrierten Markenkommunikation anwenden. Sie kennen Corporate Identity als Kern der Markenkommunikation und verfügen über Kenntnisse aus dem Bereich der Mediaplanung.					
<b>Inhalte des Moduls</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Brand Management</li> <li>• Entwicklung einer Markenstrategie</li> <li>• Definition von Markenelementen</li> <li>• Design eines Marketingprogramms</li> <li>• Kommunikation von Markenwert</li> <li>• Media Planung im Zeitalter der digitalen Revolution</li> </ul>					
<b>Literatur</b>	<p><i>Verpflichtend:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• KELLER, Kevin Lane, 2013. <i>Strategic brand management: building, measuring, and managing brand equity</i>. 4. Auflage. Boston, München, u.a.: Pearson. ISBN 978-0-13-266425-7 ; 978-0-273-77941-4 ; 0-273-77941-9</li> <li>• ESCH, Franz-Rudolf, 2005. <i>Moderne Markenführung : Grundlagen, innovative Ansätze, praktische Umsetzungen</i>. 4. Auflage. Wiesbaden: Gabler. ISBN 3-409-53642-6</li> </ul> <p><i>Empfohlen:</i> Keine</p>					

<b>Sortiments- und Servicemanagement</b>						
<b>Modulbezeichnung</b>	Sortiments- und Servicemanagement		<b>Modulnummer</b>	2.4		
<b>Dozent/in</b>	Rock, Stefan; Heinisch, Stefan					
<b>Lehrsprache</b>	Deutsch					
<b>Art der Lehrveranstaltung</b>	Pflichtfach					
<b>Dauer des Moduls / Häufigkeit des Angebots des Moduls</b>	1 Semester Winter- und Sommersemester					
<b>Lehrveranstaltungen des Moduls</b>	Sortiments- und Servicemanagement					
<b>Lehr- und Lernmethoden des Moduls</b>	2.4: SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung					
<b>Voraussetzungen für die Teilnahme laut SPO</b>	Zum Eintritt in den zweiten Studienabschnitt ist nur berechtigt, wer mindestens 63 ECTS-Leistungspunkte aus den Modulen des ersten Studienabschnittes erbracht hat.					
<b>Empfohlene Voraussetzungen</b>	Keine.					
<b>Verwendbarkeit des Modules innerhalb des eigenen sowie für andere Studiengänge</b>	Aufgrund der handelsspezifischen Ausrichtung nicht gegeben.					
<b>Gesamtarbeitsaufwand und seine Zusammensetzung</b>	<b>SWS</b>	<b>ECTS</b>	<b>Präsenzzeit</b>	<b>WBT-Aufwand</b>	<b>Selbststudium</b>	<b>Gesamtaufwand</b>
	4	5	47 h	0 h	78 h	125 h
<b>Art der Prüfung / Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten</b>	mdIP - mündliche Prüfung, 15 Minuten					
<b>Gewichtung der Einzelnote in der Gesamtnote</b>	Siehe SPO					
<b>Qualifikationsziele des Moduls</b>	<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>					
<b>Inhalte des Moduls</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Grundlagen der Sortimentspolitik und des Sortimentsmanagements internationaler Handelsunternehmen</li> <li>• Grundlagen des Sortimentscontrolling</li> <li>• Sortimentsgestaltung, -optimierung und Storelayout</li> <li>• Produkt- und Category Management im internationalen Kontext</li> <li>• Innovationen im Flächenmanagement</li> <li>• Digitalisierung im Sortiments- und Flächenmanagement</li> </ul>					

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bedeutung des Servicemanagements für internationale Handelsunternehmen</li> <li>• Methoden im Servicemanagement / Quantifizierung des Kundennutzens</li> <li>• Mitarbeitermotivation, Mitarbeiterqualifikation und Wissensmanagement</li> <li>• Entwicklung und Gestaltung von Serviceleistungen / Service Design Thinking</li> <li>• Beschwerdemanagement und dessen Bedeutung / Controlling im Service</li> <li>• Organisatorische Verankerung von Service / Strategien für die erfolgreiche Implementierung eines Servicekonzepts</li> <li>• Angewandtes Servicemanagement und Best Practices in internationalen Handelsunternehmen</li> <li>• Fallbeispiele</li> </ul>
Literatur	<p><i>Verpflichtend:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• CZECH-WINKELMANN, Susanne, 2010. <i>Lexikon Sortimentspolitik : Gestaltung - Schnittstellen - Management - Kennzahlen</i>. Frankfurt am Main : Deutscher Fachverlag. ISBN 978-3-86641-040-4</li> <li>• 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</li> <li>• 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</li> <li>• ZENTES, Joachim, Bernhard SWOBODA und Thomas FOSCHT, 2012. <i>Handelsmanagement</i>. 3. Auflage. München: Vahlen.</li> </ul> <p><i>Empfohlen:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• AHLERT , Dieter und andere, 2009. <i>Sortimentsstrategien in Industrie und Handel</i> . Frankfurt am Main: Deutscher Fachverlag. ISBN 978-3-86641-211-8</li> <li>• AHLERT, Dieter und Peter KENNING, 2007. <i>Handelsmarketing : Grundlagen der marktorientierten Führung von Handelsbetrieben</i> . 2007. Auflage. Berlin, u.a.: Springer. ISBN 978-3-540-40871-0</li> <li>• HALLER, Sabine und Hans Christian WEIS (HRSG.), 2008. <i>Handelsmarketing</i>,. 3. Auflage. Ludwigshafen (Rhein): Kiehl. ISBN 978-3-470-47873-9</li> <li>• MÜLLER-HAGEDORN, Lothar und Martin NATTER, 2011. <i>Handelsmarketing</i>. 5. Auflage. Stuttgart: Kohlhammer. ISBN 978-3-17-021123-0</li> <li>• 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>. <b>23</b>(2), S.2-7. ISSN 1865-6544 (Print) 1865-7516 (Online)</li> <li>• RUDOLPH, Thomas, KOTOUC, Alexander J., 2005. Das optimale Sortiment aus Kundensicht. In: <i>Harvard Business</i>. <b>27</b>(8), S.64-74. ISSN 0174-335X</li> <li>• SCHRÖDER, Hendrik, 2006. Sortimentscontrolling im Lebensmittel-Einzelhandel — 10 Thesen zu einer besseren Managementunterstützung. In: <i>Marketing Review St. Gallen, Fachzeitschrift für Marketing (Thexis)</i>. <b>23</b>(2), S.22-25. ISSN 1865-6544 (Print) 1865-7516 (Online)</li> </ul> <p>Das Studium weiterführender Literatur wird dringend empfohlen!</p>

E-Commerce						
<b>Modulbezeichnung</b>	E-Commerce			<b>Modulnummer</b>	2.5	
<b>Dozent/in</b>	Fend, Lars; Altmeyer, Tobias					
<b>Lehrsprache</b>	Deutsch					
<b>Art der Lehrveranstaltung</b>	Pflichtfach					
<b>Dauer des Moduls / Häufigkeit des Angebots des Moduls</b>	1 Semester Winter- und Sommersemester					
<b>Lehrveranstaltungen des Moduls</b>	E-Commerce					
<b>Lehr- und Lernmethoden des Moduls</b>	2.5: SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung					
<b>Voraussetzungen für die Teilnahme laut SPO</b>	Zum Eintritt in den zweiten Studienabschnitt ist nur berechtigt, wer mindestens 63 ECTS-Leistungspunkte aus den Modulen des ersten Studienabschnittes erbracht hat.					
<b>Empfohlene Voraussetzungen</b>	Keine.					
<b>Verwendbarkeit des Modules innerhalb des eigenen sowie für andere Studiengänge</b>	Aufgrund der handelsspezifischen Ausrichtung nicht gegeben.					
<b>Gesamtarbeitsaufwand und seine Zusammensetzung</b>	<b>SWS</b>	<b>ECTS</b>	<b>Präsenzzeit</b>	<b>WBT-Aufwand</b>	<b>Selbststudium</b>	<b>Gesamtaufwand</b>
	4	5	47 h	0 h	78 h	125 h
<b>Art der Prüfung / Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten</b>	SA/P - Seminararbeit mit Präsentation					
<b>Gewichtung der Einzelnote in der Gesamtnote</b>	Siehe SPO					
<b>Qualifikationsziele des Moduls</b>	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.					
<b>Inhalte des Moduls</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Stakeholder im E-Commerce und Versandhandel</li> <li>• Betriebswirtschaftliche Aspekte in E-Commerce und Versandhandel</li> <li>• Geschäftsmodelle im E-Commerce und Versandhandel</li> <li>• Marktforschung und Marketing im E-Commerce und Versandhandel</li> <li>• Customer Relationship Management im E-Commerce und Versandhandel</li> <li>• Case Studies</li> </ul>					
<b>Literatur</b>	<p><i>Verpflichtend:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• CHAFFEY, Dave, 2010. <i>E-business and e-commerce management : strategy, implementation and practice</i>. 4. Auflage. Harlow, u.a.: FT Prentice Hall. ISBN 9780273719601 ; 0273719602</li> <li>• HEINEMANN, Gerrit, 2013. <i>No-Line-Handel : höchste Evolutionsstufe im Multi-Channeling</i> [online]. Wiesbaden: Springer Gabler PDF e-Book. ISBN 978-3-658-00850-5 (Print) 978-3-658-00851-2 (Online) . Verfügbar unter: <a href="http://link.springer.com/book/10.1007%2F978-3-658-00851-2">http://link.springer.com/book/10.1007%2F978-3-658-00851-2</a>.</li> </ul>					

	<i>Empfohlen:</i> Keine
--	----------------------------

<b>International Sales, Multi-Channel und Price Management</b>						
<b>Modulbezeichnung</b>	International Sales, Multi-Channel und Price Management			<b>Modulnummer</b>	2.6	
<b>Dozent/in</b>	Knoppe, Marc; Schleicher, Anna					
<b>Lehrsprache</b>	Deutsch/Englisch					
<b>Art der Lehrveranstaltung</b>	Pflichtfach					
<b>Dauer des Moduls / Häufigkeit des Angebots des Moduls</b>	1 Semester Winter- und Sommersemester					
<b>Lehrveranstaltungen des Moduls</b>	International Sales, Multi-Channel and Price Management					
<b>Lehr- und Lernmethoden des Moduls</b>	2.6: SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung					
<b>Voraussetzungen für die Teilnahme laut SPO</b>	Zum Eintritt in den zweiten Studienabschnitt ist nur berechtigt, wer mindestens 63 ECTS-Leistungspunkte aus den Modulen des ersten Studienabschnittes erbracht hat.					
<b>Empfohlene Voraussetzungen</b>	Keine.					
<b>Verwendbarkeit des Modules innerhalb des eigenen sowie für andere Studiengänge</b>	Aufgrund der handelspezifischen Ausrichtung nicht gegeben.					
<b>Gesamtarbeitsaufwand und seine Zusammensetzung</b>	<b>SWS</b>	<b>ECTS</b>	<b>Präsenzzeit</b>	<b>WBT-Aufwand</b>	<b>Selbststudium</b>	<b>Gesamtaufwand</b>
	4	5	47 h	0 h	78 h	125 h
<b>Art der Prüfung / Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten</b>	SA/P - Seminararbeit mit Präsentation					
<b>Gewichtung der Einzelnote in der Gesamtnote</b>	Siehe SPO					
<b>Qualifikationsziele des Moduls</b>	<p>Die Studierenden kennen die theoretischen und praktischen Methoden sowie Strategien im Multi-Channel-Management &amp; Pricing und können anhand von aktuellen Beispielen aus dem Multichannel Handel Ziele, Aufgaben, Umfeld, Methoden und Erfolgsfaktoren in diesem Umfeld erkennen. Sie haben die Fähigkeit, die Thematiken praxisorientiert anzuwenden. Im Mittelpunkt steht die markt- und lösungsorientierte Gestaltung anhand strategischer Prämissen.</p> <p>Ebenso kennen die Studierenden die neusten Entwicklungen in diesen Managementbereichen. Sie sind in der Lage, Defizite zu erkennen, um hierauf aufbauend das Multi-Channel-Management &amp; Pricing eines Handelsunternehmens in der Art zu optimieren und das Unternehmen langfristig auszurichten.</p>					
<b>Inhalte des Moduls</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Methoden und Konzepte Vertrieb, Multi-Channel-Management</li> <li>• Strategische Rahmenmodelle</li> <li>• Kernaufgaben des Preismanagements im internationalen Kontext</li> <li>• klassische und aktuelle Strategien im Preismanagement (stationär, online und Multichannel), deren praktische Anwendung/ Umsetzung, rechtliche Rahmenbedingungen</li> <li>• Fallbeispiele</li> <li>• Gruppenarbeiten: erheben von Preisvergleichen (online oder "C-Gänge"), deren Vorbereitung, Durchführung sowie die Vorstellung und Diskussion der Ergebnisse</li> </ul>					

<b>Literatur</b>	<p><i>Verpflichtend:</i></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• HEINEMANN, Gerrit, 2008. <i>Multi-Channel-Handel: Erfolgsfaktoren und Best Practices</i>. 1. Auflage. Wiesbaden: Gabler. ISBN 978-3-8349-0789-9 ; 3-8349-0789-8</li><li>• SIMON, Hermann, 2009. <i>Preismanagement: Strategie, Analyse, Entscheidung, Umsetzung</i>. 3. Auflage.</li></ul> <p><i>Empfohlen:</i></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• MÜLLER-HAGEDORN, Lothar, Waldemar TOPOROWSKI and Stephan ZIELKE, 2012. <i>Der Handel</i>. 2. Auflage. Stuttgart : Kohlhammer.</li><li>• ZENTES, Joachim, Bernhard SWOBODA and Thomas FOSCHT, 2012. <i>Handelsmanagement</i>. 3. Auflage. München: Vahlen.</li></ul>
------------------	--

Projekt im Handelsmanagement						
<b>Modulbezeichnung</b>	Projekt im Handelsmanagement		<b>Modulnummer</b>	2.7		
<b>Dozent/in</b>	Hackl, Oliver; Rock, Stefan					
<b>Lehrsprache</b>	Deutsch					
<b>Art der Lehrveranstaltung</b>	Pflichtfach					
<b>Dauer des Moduls / Häufigkeit des Angebots des Moduls</b>	1 Semester Winter- und Sommersemester					
<b>Lehrveranstaltungen des Moduls</b>	Projekt im Handelsmanagement					
<b>Lehr- und Lernmethoden des Moduls</b>	2.7: Ü - Übung					
<b>Voraussetzungen für die Teilnahme laut SPO</b>	Zum Eintritt in den zweiten Studienabschnitt ist nur berechtigt, wer mindestens 63 ECTS-Leistungspunkte aus den Modulen des ersten Studienabschnittes erbracht hat.					
<b>Empfohlene Voraussetzungen</b>	Erfolgreicher Besuch der Veranstaltung "Projektmanagement"					
<b>Verwendbarkeit des Modules innerhalb des eigenen sowie für andere Studiengänge</b>	Aufgrund der handelspezifischen Ausrichtung nicht gegeben.					
<b>Gesamtarbeitsaufwand und seine Zusammensetzung</b>	<b>SWS</b>	<b>ECTS</b>	<b>Präsenzzeit</b>	<b>WBT-Aufwand</b>	<b>Selbststudium</b>	<b>Gesamtaufwand</b>
	4	6	47 h	0 h	103 h	150 h
<b>Art der Prüfung / Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten</b>	SA/P - Seminararbeit mit Präsentation					
<b>Gewichtung der Einzelnote in der Gesamtnote</b>	Siehe SPO					
<b>Qualifikationsziele des Moduls</b>	<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>					
<b>Inhalte des Moduls</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Handelsorientiertes Projektmanagement</li> <li>• Projektarbeit anhand konkreter handelsbetrieblicher Fragestellungen</li> <li>• Präsentation der Ergebnisse</li> </ul> <p>Die zu bearbeitenden Themen sowie die personenspezifische Zuordnung der Themen werden in der ersten Veranstaltung vorgenommen.</p>					
<b>Literatur</b>	Projektthemenabhängige Literaturempfehlungen erhalten die Studierenden in der Veranstaltung.					

<b>Handelslogistik</b>						
<b>Modulbezeichnung</b>	Handelslogistik			<b>Modulnummer</b>	2.8	
<b>Dozent/in</b>	Handelslogistik als vorbereitendes Fach: Rock, Stefan Handelslogistik: Rock, Stefan					
<b>Lehrsprache</b>	Deutsch					
<b>Art der Lehrveranstaltung</b>	Pflichtfach					
<b>Dauer des Moduls / Häufigkeit des Angebots des Moduls</b>	2 Semester Handelslogistik als vorbereitendes Fach, 1 Semester, nur Wintersemester Handelslogistik, 1 Semester, Winter- und Sommersemester					
<b>Lehrveranstaltungen des Moduls</b>	Handelslogistik					
<b>Lehr- und Lernmethoden des Moduls</b>	2.8: SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung					
<b>Voraussetzungen für die Teilnahme laut SPO</b>	Zum Eintritt in den zweiten Studienabschnitt ist nur berechtigt, wer mindestens 63 ECTS-Leistungspunkte aus den Modulen des ersten Studienabschnittes erbracht hat.					
<b>Empfohlene Voraussetzungen</b>	Vorheriger erfolgreicher Besuch der Veranstaltung Handelslogistik als vorbereitendes Fach empfehlenswert.					
<b>Verwendbarkeit des Modules innerhalb des eigenen sowie für andere Studiengänge</b>	Keine					
<b>Gesamtarbeitsaufwand und seine Zusammensetzung</b>	<b>SWS</b>	<b>ECTS</b>	<b>Präsenzzeit</b>	<b>WBT-Aufwand</b>	<b>Selbststudium</b>	<b>Gesamtaufwand</b>
	6	6	70 h	0 h	80 h	150 h
<b>Art der Prüfung / Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten</b>	schrP90 - schriftliche Prüfung, 90 Minuten					
<b>Gewichtung der Einzelnote in der Gesamtnote</b>	Siehe SPO					
<b>Qualifikationsziele des Moduls</b>	Die Studierenden sind in der Lage, eine umfassende und systematische Darstellung über den aktuellen Stand der Logistik von nationalen und internationalen Handelsunternehmen, insbesondere vor dem Hintergrund der zunehmenden Einflüsse der Digitalisierung, von Innovationen und des Multichannel Handels zu geben. Neben den Grundlagen der Logistik und Logistikstrategien beherrschen die Studierenden elementare Gestaltungselemente der physischen Handelslogistik und des Informationsflusses in der Logistik. Innovative Methoden der handelslogistischen Prozesse können die Studierenden durch das Studium der Logistik international erfolgreicher Handelsunternehmen beispielhaft darstellen und anwenden. Die Studierenden kennen die Erfolgsfaktoren in der internationalen Handelslogistik.					
<b>Inhalte des Moduls</b>	<b>Handelslogistik als vorbereitendes Fach:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Grundlagen der Logistik</li> <li>• Einordnung der Handelslogistik in die Logistik</li> <li>• Strategien in der Handelslogistik</li> <li>• Institutionelle und funktionale Handelslogistik</li> <li>• Wesentliche theoretische Aspekte zur Handelslogistik, insbesondere Transaktionskosten- und Systemtheorie</li> </ul>					

	<p><b>Handelslogistik:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Fortführung und Vertiefung der funktionalen Handelslogistik, insb.:</li> <li>• Elemente der handelsorientierten Beschaffungslogistik, insbesondere der Lagerlogistik</li> <li>• Distributionsstrategien und –logistik</li> <li>• Formen der Verschwendung in der innerbetrieblichen Handelslogistik</li> <li>• Digitalisierung und Logistik</li> <li>• Innovationen in der Logistik</li> <li>• Einflüsse durch den Online- und Multichannel Handel</li> <li>• Herausforderungen der Reparatur-, Retouren- und Entsorgungslogistik unter besonderer Berücksichtigung des internationalen Umfelds</li> <li>• Leuchttürme der internationalen Handelslogistik</li> <li>• Logistik – Controlling im Handel</li> </ul>
Literatur	<p><u>Verpflichtend:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• LIEBMANN, H. P, und T. FOSCHT, 2000. Grundlagen und Aufgaben der Handelslogistik. In: , H. BAUMGARTEN, Hrsg. <i>Logistik Management</i>.</li> <li>• PFOHL, Hans-Christian, 2010. <i>Logistiksysteme : betriebswirtschaftliche Grundlagen</i>. 8. Auflage. Heidelberg, u.a.: Springer. ISBN 978-3-642-04161-7 ; 3-642-04161-2 ; 978-3-642-04162-4</li> <li>• PICOT, Arnold, 2008. Transaktionskosten im Handel. Zur Notwendigkeit einer flexiblen Strukturentwicklung in der Distribution. In: <i>Der Betriebsberater</i>. 41(27), S.1-16. ISSN 0340-7918</li> <li>• SCHULTE, Christopf, 2013. <i>Logistik : Wege zur Optimierung der Supply Chain</i> . 6. Auflage. München: Vahlen. ISBN 978-3-8006-3995-3</li> <li>• VAHRENKAMP, Richard, 2012. <i>Logistik: Management und Strategien</i>. 7. Auflage. München: Vahlen.</li> <li>• PFOHL, Hans Christian, 2016. <i>Logistikmanagement : Konzeption und Funktionen</i> [online]. PDF e-Book.</li> <li>• MÜLLER-HAGEDORN, Lothar, Waldemar TOPOROWSKI und Stephan ZIELKE, 2012. <i>Der Handel</i>. 2. Auflage. Stuttgart: Kohlhammer.</li> <li>• ZENTES, Joachim, Bernhard SWOBODA und Thomas FOSCHT, 2012. <i>Handelsmanagement</i>. 3. Auflage. München: Vahlen.</li> </ul> <p><u>Empfohlen:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 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</li> <li>• BITTNER, Katja, 2009. <i>Wertschöpfungsketten im Handel</i> . 1. Auflage. Bremen: Europäischer Hochschulverlag. ISBN 978-3-941482-28-9</li> <li>• GLEIßNER, Harald, 2000. <i>Logistikkooperationen zwischen Industrie und Handel : theoretische Konzepte und Stand der Realisierung</i>. 1. Auflage. Göttingen: Cuvillier. ISBN 3-89712-990-6</li> <li>• KLUCK, Dieter, 2008. <i>Materialwirtschaft und Logistik : Lehrbuch mit Beispielen und Kontrollfragen</i>. 3. Auflage. Stuttgart: Schäffer-Poeschel. ISBN 978-3-7910-2741-8 ; 3-7910-2741-7</li> <li>• POHL, Jörg, 2009. <i>Internationale Handelslogistik : Ergebnisse und Wirkungen alternativer Logistikkonzepte des Handels</i>. Berlin: Logos Verlag. ISBN 978-3-8325-2173-8</li> <li>• SCHRÖDER, Hendrik und andere, 2009. <i>Distribution und Handel in Theorie und Praxis : Festschrift für Prof. Dr. Dieter Ahlert</i>. 1. Auflage. Wiesbaden: Gabler. ISBN 978-3-8349-1457-6</li> <li>• VRY, Wolfgang, 2008. <i>Beschaffung und Logistik im Handelsbetrieb</i>. 1. Auflage. Ludwigshafen (Rhein): Kiehl. ISBN 978-3-470-58921-3</li> </ul>

- |  |  |
|--|--|
|  | <ul style="list-style-type: none"><li>• THONEMANN, Ulrich und andere, 2005. <i>Supply Chain Excellence im Handel : Trends, Erfolgsfaktoren und Best-Practice-Beispiele</i> . 1. Auflage. Wiesbaden: Gabler. ISBN 3-8349-0055-9</li></ul> |
|--|--|

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

<b>Literatur</b>	<p><i>Verpflichtend:</i></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• 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</li><li>• 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</li><li>• KAPLAN, Robert S. und David P. NORTON, 2004. <i>Strategy maps : der Weg von immateriellen Werten zum materiellen Erfolg</i>. Stuttgart: Schäffer-Poeschel. ISBN 3-7910-2239-3</li></ul> <p><i>Empfohlen:</i> Keine</p>
------------------	---

<b>Digital Retailing</b>						
<b>Modulbezeichnung</b>	Digital Retailing			<b>Modulnummer</b>	2.10	
<b>Dozent/in</b>	N.N.					
<b>Lehrsprache</b>	Deutsch					
<b>Art der Lehrveranstaltung</b>	Pflichtfach					
<b>Dauer des Moduls / Häufigkeit des Angebots des Moduls</b>	1 Semester Winter- und Sommersemester					
<b>Lehrveranstaltungen des Moduls</b>	Digital Retailing					
<b>Lehr- und Lernmethoden des Moduls</b>	2.10: SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung					
<b>Voraussetzungen für die Teilnahme laut SPO</b>	Zum Eintritt in den zweiten Studienabschnitt ist nur berechtigt, wer mindestens 63 ECTS-Leistungspunkte aus den Modulen des ersten Studienabschnittes erbracht hat.					
<b>Empfohlene Voraussetzungen</b>	Keine					
<b>Verwendbarkeit des Modules innerhalb des eigenen sowie für andere Studiengänge</b>	Aufgrund der handelsspezifischen Ausrichtung nicht gegeben.					
<b>Gesamtarbeitsaufwand und seine Zusammensetzung</b>	<b>SWS</b>	<b>ECTS</b>	<b>Präsenzzeit</b>	<b>WBT-Aufwand</b>	<b>Selbststudium</b>	<b>Gesamtaufwand</b>
	4	5	47 h	0 h	78 h	125 h
<b>Art der Prüfung / Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten</b>	mdIP - mündliche Prüfung, 15 Minuten					
<b>Gewichtung der Einzelnote in der Gesamtnote</b>	Siehe SPO					
<b>Qualifikationsziele des Moduls</b>	Die Studierenden verstehen die Möglichkeiten, Instrumente und Methoden der Digitalisierung entlang des Wertschöpfungsprozesses im Einzelhandel. Sie können insbesondere moderne Möglichkeiten der (interaktiven) Kommunikation mit Kunden konzipieren. Dies schließt digitale Anwendungen im Bereich Logistik bis hin zu digitalen Anwendungen am Point of Sale mit ein.					
<b>Inhalte des Moduls</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Digitalisierung im Bereich Logistik</li> <li>• Digitalisierung im Einkauf</li> <li>• Digital Sales &amp; Multi-Channel Management</li> <li>• Digitale Services am Point of Sales</li> <li>• Digitale Kundenkommunikation</li> </ul>					
<b>Literatur</b>	<p><i>Verpflichtend:</i> 2015. <i>Mietrecht</i>. 48. Auflage. München: Deutscher Taschenbuch Verlag - Beck Texte. ISBN 978-3406582899</p> <p><i>Empfohlen:</i></p>					

<b>Einkaufs- und Beschaffungsmanagement</b>						
<b>Modulbezeichnung</b>	Einkaufs- und Beschaffungsmanagement		<b>Modulnummer</b>	2.11		
<b>Dozent/in</b>	Rock, Stefan; Ungrade, Carsten					
<b>Lehrsprache</b>	Deutsch					
<b>Art der Lehrveranstaltung</b>	Pflichtfach					
<b>Dauer des Moduls / Häufigkeit des Angebots des Moduls</b>	1 Semester Winter- und Sommersemester					
<b>Lehrveranstaltungen des Moduls</b>	Einkaufs- und Beschaffungsmanagement					
<b>Lehr- und Lernmethoden des Moduls</b>	2.11: SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung					
<b>Voraussetzungen für die Teilnahme laut SPO</b>	Zum Eintritt in den zweiten Studienabschnitt ist nur berechtigt, wer mindestens 63 ECTS-Leistungspunkte aus den Modulen des ersten Studienabschnittes erbracht hat.					
<b>Empfohlene Voraussetzungen</b>	Keine.					
<b>Verwendbarkeit des Modules innerhalb des eigenen sowie für andere Studiengänge</b>	Aufgrund der handelspezifischen Ausrichtung nicht gegeben.					
<b>Gesamtarbeitsaufwand und seine Zusammensetzung</b>	<b>SWS</b>	<b>ECTS</b>	<b>Präsenzzeit</b>	<b>WBT-Aufwand</b>	<b>Selbststudium</b>	<b>Gesamtaufwand</b>
	4	5	47 h	0 h	78 h	125 h
<b>Art der Prüfung / Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten</b>	schrP90 - schriftliche Prüfung, 90 Minuten					
<b>Gewichtung der Einzelnote in der Gesamtnote</b>	Siehe SPO					
<b>Qualifikationsziele des Moduls</b>	„Im Einkauf liegt der Erfolg. Durch die Beschaffung wird der Einkaufserfolg abgesichert“. Die Studierenden erwerben die speziell für den Handel erforderlichen einkaufs- und beschaffungsorientierten Basiskenntnisse. 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.					
<b>Inhalte des Moduls</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Grundlegende Begriffe des Einkaufs</li> <li>• Phasen im Einkaufsprozess</li> <li>• Organisationsformen des Einkaufs im Handel</li> <li>• Aufgaben des Einkaufs und der Beschaffung, insb. der internationalen Beschaffung</li> <li>• Sourcingkonzepte im internationalen Kontext</li> <li>• Elemente und Instrumente des Konditionenmanagements</li> <li>• Phasen und Führung eines Einkaufsgesprächs</li> <li>• Aspekte der Bewertung und Integration von Lieferanten</li> <li>• Disposition als wesentliches Element der Beschaffung</li> </ul>					

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Anforderungen an die Qualifikation der Beschaffungs- und Einkaufsmitarbeiter</li> <li>• Controlling im Einkauf und der Beschaffung</li> <li>• Digitalisierung im Einkauf</li> <li>• Nachhaltigkeit und Einkauf</li> </ul>
Literatur	<p><u>Verpflichtend:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• ARNOLDS, Hans, 2013. <i>Materialwirtschaft und Einkauf : Grundlagen, Spezialthemen, Übungen</i>. 12. Auflage. Wiesbaden: Springer Gabler. ISBN 978-3-8349-3160-3 ; 3-8349-3160-8</li> <li>• HIRSCHSTEINER , Günter, 2006. <i>Einkaufs- und Beschaffungsmanagement : Strategien, Verfahren und moderne Konzepte</i>. 2. Auflage. Ludwigshafen: Kiehl. ISBN 3-470-53852-2</li> <li>• 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</li> <li>• 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</li> <li>• MÜLLER-HAGEDORN, Lothar, Waldemar TOPOROWSKI und Stephan ZIELKE, 2012. <i>Der Handel</i>. 2. Auflage. Stuttgart: Kohlhammer.</li> </ul> <p><u>Empfohlen:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 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</li> <li>• 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</li> <li>• HERTEL, Joachim, Joachim ZENTES und Hanna SCHRAMM-KLEIN, 2011. <i>Supply-Chain-Management und Warenwirtschaftssysteme im Handel</i> . 2. Auflage. Berlin, u.a.: Springer. ISBN 978-3-642-19178-7 ; 978-3-642-19179-4</li> <li>• HOFBAUER, Günter und Christian BAUER, 2004. <i>Integriertes Beschaffungsmarketing : der systematische Ansatz im Wertschöpfungsprozess</i>. München: Vahlen. ISBN 3-8006-3105-9</li> <li>• KLUCK, Dieter, 2008. <i>Materialwirtschaft und Logistik</i> . 3. Auflage. Stuttgart: Schäffer-Poeschel. ISBN 978-3-7910-2741-8 ; 3-7910-2741-7</li> <li>• TIETZ, Bruno, 1993. <i>Der Handelsbetrieb</i> . 2. Auflage. München: Vahlen. ISBN 3-8006-1637-8</li> <li>• 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: <a href="http://link.springer.com/book/10.1007%2F978-3-658-03285-2">http://link.springer.com/book/10.1007%2F978-3-658-03285-2</a>.</li> <li>• LARGE, Rudolf O., 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</li> </ul>

Leadership						
<b>Modulbezeichnung</b>	Leadership			<b>Modulnummer</b>	2.12	
<b>Dozent/in</b>	Leadership and Executing: Vogler, Thomas Intercultural Communication: Ferrel, Beroz					
<b>Lehrsprache</b>	Englisch					
<b>Art der Lehrveranstaltung</b>	Pflichtfach					
<b>Dauer des Moduls / Häufigkeit des Angebots des Moduls</b>	1 Semester nur Wintersemester					
<b>Lehrveranstaltungen des Moduls</b>	Leadership and Executing Intercultural Communication					
<b>Lehr- und Lernmethoden des Moduls</b>	2.12: Ü - Übung					
<b>Voraussetzungen für die Teilnahme laut SPO</b>	Zum Eintritt in den zweiten Studienabschnitt ist nur berechtigt, wer mindestens 63 ECTS-Leistungspunkte aus den Modulen des ersten Studienabschnittes erbracht hat.					
<b>Empfohlene Voraussetzungen</b>	Keine					
<b>Verwendbarkeit des Modules innerhalb des eigenen sowie für andere Studiengänge</b>	Aufgrund der handelsspezifischen Ausrichtung nicht gegeben.					
<b>Gesamtarbeitsaufwand und seine Zusammensetzung</b>	<b>SWS</b>	<b>ECTS</b>	<b>Präsenzzeit</b>	<b>WBT-Aufwand</b>	<b>Selbststudium</b>	<b>Gesamtaufwand</b>
	6	5	70 h	0 h	55 h	125 h
<b>Art der Prüfung / Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten</b>	SA/P - Seminararbeit mit Präsentation					
<b>Gewichtung der Einzelnote in der Gesamtnote</b>	Siehe SPO					
<b>Qualifikationsziele des Moduls</b>	<p><b>Leadership &amp; Executing:</b> 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 vertieft und erprobt.</p> <p><b>Intercultural Communication:</b> The Students have 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 hierarchal and cultural backgrounds for a successful and dynamic organization.</p>					
<b>Inhalte des Moduls</b>	<p><b>Leadership &amp; Executing:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Grundzüge von Führung in Unternehmen</li> <li>• Voraussetzungen für Umsetzungskompetenz in Unternehmen</li> <li>• Die 4 Disziplinen erfolgreicher Umsetzung</li> <li>• Einführung von Executing in Unternehmen</li> </ul>					

	<p><b>Intercultural Communication:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Cultural and leadership</li> <li>• Communications and leaders</li> <li>• Negotiations and alliances</li> <li>• Cultural change and leadership</li> <li>• Cultural synergy</li> <li>• Managing transitions and relocations</li> <li>• Managing diversity in the global culture</li> <li>• Gender status in global business</li> <li>• Performance at the global market place</li> <li>• Doing business with people from different cultural background, look at different continents</li> </ul>
Literatur	<p><b>Leadership &amp; Executing:</b></p> <p><i>Verpflichtend:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• ALTMANN, Alexandra, 2009. <i>Gesagt, getan: Business-Strategien Und Pläne Erfolgreich Umsetzen</i>. München : Redline Verlag. ISBN 978-3868814606</li> <li>• BOSSIDY, Larry, Ram CHARAN and Charles BURCK, 2002. <i>Execution : the discipline of getting things done</i> . London: Random House Business Books. ISBN 0-7126-2598-4 ; 978-0-7126-2598-2</li> </ul> <p><i>Empfohlen:</i></p> <p>Keine</p> <p><b>Intercultral Communication:</b></p> <p>Materials will be provided in class / can be found on Moodle.</p>

<b>Handelsseminar und Planspiel</b>						
<b>Modulbezeichnung</b>	Handelsseminar und Planspiel		<b>Modulnummer</b>	2.13		
<b>Dozent/in</b>	Unternehmensplanspiel IHM: Knoppe, Marc Vertiefungsseminar zum Handelsmanagement: Rock, Stefan; Schleicher, Anna; Vogler, Thomas					
<b>Lehrsprache</b>	Deutsch					
<b>Art der Lehrveranstaltung</b>	Pflichtfach					
<b>Dauer des Moduls / Häufigkeit des Angebots des Moduls</b>	1 Semester nur Wintersemester					
<b>Lehrveranstaltungen des Moduls</b>	Unternehmensplanspiel IHM Vertiefungsseminar zum Handelsmanagement					
<b>Lehr- und Lernmethoden des Moduls</b>	2.13: SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung					
<b>Voraussetzungen für die Teilnahme laut SPO</b>	Zum Eintritt in den zweiten Studienabschnitt ist nur berechtigt, wer mindestens 63 ECTS-Leistungspunkte aus den Modulen des ersten Studienabschnittes erbracht hat.					
<b>Empfohlene Voraussetzungen</b>	Intensives Studium grundlegender handelsspezifischer Literatur.					
<b>Verwendbarkeit des Modules innerhalb des eigenen sowie für andere Studiengänge</b>	Aufgrund der handelsspezifischen Ausrichtung nicht gegeben.					
<b>Gesamtarbeitsaufwand und seine Zusammensetzung</b>	<b>SWS</b>	<b>ECTS</b>	<b>Präsenzzeit</b>	<b>WBT-Aufwand</b>	<b>Selbststudium</b>	<b>Gesamtaufwand</b>
	5	5	59 h	0 h	66 h	125 h
<b>Art der Prüfung / Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten</b>	mdIP - mündliche Prüfung 15 Minuten					
<b>Gewichtung der Einzelnote in der Gesamtnote</b>	Siehe SPO					
<b>Qualifikationsziele des Moduls</b>	<p><b>Unternehmensplanspiel im Handel:</b> Nach der Durchführung des Planspiels sind die Studierenden in der Lage die funktionsübergreifenden Zusammenhänge der Unternehmensführung zu erkennen und das im Grundlagenstudium erworbene handelsspezifische Fachwissen gezielt anzuwenden. Sie haben in gruppendynamischen Prozessen soziale Fähigkeiten und Führungsfähigkeiten erworben.</p> <p><b>Vertiefungsseminar zum Handelsmanagement:</b> Die Studierenden verfügen über ein grundlegendes handelsspezifisches Basiswissen, sowohl theoretischer, als auch praktischer Art. Sie sind in der Lage, Zusammenhänge zu erkennen und die richtigen Schlüsse und Handlungsempfehlungen zu generieren.</p>					
<b>Inhalte des Moduls</b>	<p><b>Unternehmensplanspiel im Handel:</b> Das Planspiel Merchant der Firma TOPSIM wird in mehreren Gruppen durchgeführt. Die Studenten übernehmen dabei die Rolle des Geschäftsleitungsgremiums und konkurrieren in mehreren Teams auf nationalen und internationalen Märkten. Komplexe Entscheidungssituationen werden informationsunterstützt in der Gruppe bearbeitet.</p>					

	<b>Vertiefungsseminar zum Handelsmanagement:</b> Das Vertiefungsseminar dient der Festigung und Abrundung grundlegender handelspezifischer Kenntnisse, basierend auf einem theoretischen Fundament, das i.d.R. in einen praktischen Bezug zu bringen ist.
<b>Literatur</b>	<i>Verpflichtend:</i> <ul style="list-style-type: none"><li>• 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</li></ul> <i>Empfohlen:</i> Keine

## Wahlpflichtmodule Modulnummer 2.14

Im WS 2017/18 werden die unten aufgeführten Wahlpflichtfächer angeboten. Die Modulbeschreibungen dazu können sie im **Modulhandbuch WS 2017/18 Betriebswirtschaft (BW)** einsehen. Das Modulhandbuch BW ist in Moodle hinterlegt.

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

### 2.14.1 Modul zur fachwissenschaftlichen Kompetenz (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* für das Ablegen des Moduls zur fachwissenschaftlichen Kompetenz 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 Modul-/ Fächerbeschreibungen im Modulhandbuch BW (hinterlegt in Moodle).

1	Business Planning
2	Corporate Responsibility
3	Einführung in die statistische Datenanalyse mit SPSS
4	Erfolgreiche Verhandlungsführung für die Praxis
5	Existenzgründung und Gründungscoaching
6	Grundlagen der Organisationsentwicklung
7	Grundlagen der Sozialpsychologie
8	Grundlagen der Wirtschaftspsychologie
9	Immobilienmanagement
10	Krisenkommunikation in Führungs- und Change- Situationen
11	Marketing und Recht
12	Retail Lab – floor mapping
13	Successful Management in a Global World

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

### 2.14.2 Modul zur Sprach- und Sozialkompetenz (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 zur Sprach- und Sozialkompetenz 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	Intercultural Business Communication
3	Intercultural Competence
4	Moderationstechniken
5	Projekt zur Sozialkompetenz
6	Selbstmanagement - Potentiale, Chancen und Risiken
7	Successful Negotiations in a Global World
8	TOEFL Course (in englischer Sprache)
9	Zusammenarbeit im Team

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

<b>Wissenschaftliches Arbeiten</b>						
<b>Modulbezeichnung</b>	Wissenschaftliches Arbeiten			<b>Modulnummer</b>	2.15	
<b>Dozent/in</b>	2.15.1 Methoden wissenschaftlichen Arbeitens: Köhler, Antje 2.15.2 Seminar zur Bachelorarbeit: Rock, Stefan					
<b>Lehrsprache</b>	Deutsch					
<b>Art der Lehrveranstaltung</b>	Pflichtfach					
<b>Dauer des Moduls / Häufigkeit des Angebots des Moduls</b>	2 Semester 2.15.1 Methoden wissenschaftlichen Arbeitens, 1 Semester, nur Sommersemester 2.15.2 Seminar zur Bachelorarbeit, 1 Semester, nur Wintersemester					
<b>Lehrveranstaltungen des Moduls</b>	2.15.1 Methoden wissenschaftlichen Arbeitens 2.15.2 Seminar zur Bachelorarbeit					
<b>Lehr- und Lernmethoden des Moduls</b>	2.15: SU/Ü - seminaristischer Unterricht/Übung					
<b>Voraussetzungen für die Teilnahme laut SPO</b>	Zum Eintritt in den zweiten Studienabschnitt ist nur berechtigt, wer mindestens 63 ECTS-Leistungspunkte aus den Modulen des ersten Studienabschnittes erbracht hat.					
<b>Empfohlene Voraussetzungen</b>	Keine.					
<b>Verwendbarkeit des Modules innerhalb des eigenen sowie für andere Studiengänge</b>	Aufgrund der handelsspezifischen Ausrichtung nicht gegeben.					
<b>Gesamtarbeitsaufwand und seine Zusammensetzung</b>	<b>SWS</b>	<b>ECTS</b>	<b>Präsenzzeit</b>	<b>WBT-Aufwand</b>	<b>Selbststudium</b>	<b>Gesamtaufwand</b>
	3	4	35 h	0 h	65 h	100 h
<b>Art der Prüfung / Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten</b>	2.15.1 SA/P - Seminararbeit mit Präsentation 2.15.2 TN –Teilnahmenachweis, ohne/mit Erfolg					
<b>Gewichtung der Einzelnote in der Gesamtnote</b>	Siehe SPO					
<b>Qualifikationsziele des Moduls</b>	<p><b>2.15.1 Methoden wissenschaftlichen Arbeitens:</b> Die Studierenden beherrschen Techniken für das Anfertigen einer wissenschaftlichen Arbeit.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Die Studierenden benennen Arten und Kriterien von wissenschaftlichen Arbeiten.</li> <li>2. Sie können Wissenschaftssystematiken anwenden.</li> <li>3. Die Studierenden nutzen die wichtigsten Recherchertools in ihrer Wissenschaftsdisziplin und führen eine strategische Informationsrecherche für eine wissenschaftliche Arbeit durch.</li> <li>4. Ferner evaluieren sie Informationen kritisch, hinterfragen ihre Qualität und gehen verantwortungsbewusst mit Informationen um.</li> <li>5. Die Studierenden können Inhalte wissenschaftlicher Texte zusammenfassen und exzerpieren und logische Argumentationslinien herstellen.</li> <li>6. Sie können wissenschaftlich korrekt zitieren, ein Literaturverzeichnis für eine wissenschaftliche Arbeit erstellen und Literaturzitate interpretieren.</li> </ol> <p><b>2.15.2 Seminar zur Bachelorarbeit:</b> Die Studierenden können die Methoden des wissenschaftlichen Arbeitens in den Wirtschaftswissenschaften anwenden und werden zur Erstellung einer qualifizierten wissenschaftlichen (Bachelor-)Arbeit befähigt.</p>					

<b>Inhalte des Moduls</b>	<p><b>2.15.1 Methoden wissenschaftlichen Arbeitens:</b> Anfertigen wissenschaftlicher Arbeiten und wissenschaftliches Schreiben</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Arten wissenschaftlicher Arbeiten</li> <li>• Wissenschaftssystematik</li> <li>• Wissenschaftsethik: Qualitätskriterien</li> <li>• Recherchetechniken</li> <li>• Evaluation von Informationsquellen</li> <li>• Umgang mit wissenschaftlichen Texten, Schreiben wissenschaftlicher Texte</li> <li>• Zitieren, Literaturverzeichnis, Plagiate, Urheberrecht</li> </ul> <p><b>2.15.2 Seminar zur Bachelorarbeit:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Grundlagen des wissenschaftlichen Arbeitens</li> <li>• Rechtliche Aspekte zur Bachelorarbeit (Amt für Studienangelegenheiten)</li> <li>• Erstellung eines Exposés für die eigene Bachelorarbeit, Präsentation und Diskussion der Ergebnisse in Kleingruppen</li> <li>• Recherchetechnik Bibliothek/ Kataloge zur Informationsbeschaffung</li> <li>• Gruppenarbeit: Erarbeitung und Vorstellung wesentlicher Theorien oder wissenschaftlicher Modelle als Rahmen oder Argumentationsbasis für die BA (z.B. Transaktionskostentheorie, Systemtheorie, SOR - Modell etc.)</li> <li>• Gruppenarbeit: Recherche von aktuellen handelsorientierten Studien in verschiedenen Informationsquellen und deren Charakterisierung, Präsentation der Ergebnisse</li> <li>• Gruppenarbeit: Bewertung von Abschlussarbeiten, Erstellung eines Gutachtens, dessen Präsentation und Diskussion der Ergebnisse</li> </ul>
<b>Hinweis</b>	Das <b>Seminar zur Bachelorarbeit</b> wird im Wintersemester als Blockveranstaltung zum Semesterbeginn angeboten.
<b>Literatur</b>	<p><b>2.15.1 Methoden wissenschaftlichen Arbeitens:</b> <i>Verpflichtend:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• BALZERT, Helmut, Marion SCHRÖDER und Christian SCHÄFER, 2011. <i>Wissenschaftliches Arbeiten : Ethik, Inhalt &amp; Form wiss. Arbeiten ; Handwerkszeug, Quellen, Projektmanagement, Präsentation.</i> 2. Auflage. Herdecke, u.a.: W3L GmbH. ISBN 978-3-86834-034-1</li> <li>• SANDBERG, Berit, 2013. <i>Wissenschaftlich Arbeiten von Abbildung bis Zitat: Lehr- und Übungsbuch für Bachelor, Master und Promotion.</i> 2. Auflage. München: Oldenbourg. ISBN 9783486741865</li> </ul> <p><i>Empfohlen:</i> Keine</p> <p><b>2.15.2 Seminar zur Bachelorarbeit:</b> <i>Verpflichtend:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• BERGER-GRABNER, Doris, 2013. <i>Wissenschaftliches Arbeiten in den Wirtschafts- und Sozialwissenschaften : hilfreiche Tipps und praktische Beispiele.</i> 2. Auflage. Wiesbaden: Springer Gabler. ISBN 978-3-8349-3254-9 ; 978-3-8349-3765-0</li> <li>• STICKEL-WOLF, Christine und Joachim WOLF, 2013. <i>Wissenschaftliches Arbeiten und Lerntechniken : Erfolgreich studieren - gewusst wie!.</i> 7. Auflage. Wiesbaden : Springer Gabler. ISBN 978-3-658-01714-9 ; 978-3-658-01713-2</li> <li>• KOLLMANN, Tobias, Andreas KUCKERTZ und Stefanie VOEGE, 2012. <i>Das 1 x 1 des wissenschaftlichen Arbeitens : von der Idee bis zur Abgabe.</i> Wiesbaden: Springer Gabler. ISBN 978-3-8349-2466-7 ; 3-8349-2466-0 ; 978-3-8349-6641-4</li> </ul> <p><i>Empfohlen:</i> Keine</p>

<b>Bachelorarbeit</b>						
<b>Modulbezeichnung</b>	Bachelorarbeit			<b>Modulnummer</b>	2.16	
<b>Dozent/in</b>						
<b>Lehrsprache</b>	Deutsch/Englisch					
<b>Art der Lehrveranstaltung</b>	Pflichtfach					
<b>Dauer des Moduls / Häufigkeit des Angebots des Moduls</b>	1 Semester Winter- und Sommersemester					
<b>Lehrveranstaltungen des Moduls</b>	Bachelorarbeit					
<b>Lehr- und Lernmethoden des Moduls</b>	Selbständiges Arbeiten.					
<b>Voraussetzungen für die Teilnahme laut SPO</b>	Zum Eintritt in den zweiten Studienabschnitt ist nur berechtigt, wer mindestens 63 ECTS-Leistungspunkte aus den Modulen des ersten Studienabschnittes erbracht hat. Abgabe des Praxisberichts aus dem Hauptpraktikum.					
<b>Empfohlene Voraussetzungen</b>	Erfolgreiche Teilnahme am Seminar zur Bachelorarbeit.					
<b>Verwendbarkeit des Modules innerhalb des eigenen sowie für andere Studiengänge</b>	Aufgrund der empfohlenen handelspezifischen Ausrichtung nicht gegeben.					
<b>Gesamtarbeitsaufwand und seine Zusammensetzung</b>	<b>SWS</b>	<b>ECTS</b>	<b>Präsenzzeit</b>	<b>WBT-Aufwand</b>	<b>Selbststudium</b>	<b>Gesamtaufwand</b>
	0	12	0 h	0 h	300 h	300 h
<b>Art der Prüfung / Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten</b>	BA - Bachelorarbeit					
<b>Gewichtung der Einzelnote in der Gesamtnote</b>	Siehe SPO					
<b>Qualifikationsziele des Moduls</b>	Mit der Bachelorarbeit zeigen die Studierenden, dass sie die Fähigkeiten besitzen, innerhalb einer angemessenen Frist eine herausfordernde Fragestellung aus dem Handelsmanagement nach wissenschaftlichen Methoden qualifiziert zu bearbeiten.					
<b>Inhalte des Moduls</b>	Die Abschlussarbeit soll bevorzugt praktische Problemstellungen aus dem Handel betreffen. Die Erstellung der Bachelorarbeit wird von einem Professor betreut und auch von diesem 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. 300 Arbeitszeitstunden widerspiegeln. Der übliche Umfang einer Bachelorarbeit beträgt ca. 60.000 Zeichen inkl. Leerzeichen (einseitig, +/-10%), dies entspricht einem Textteil (ohne Inhalts-, Abbildungs-, Literaturverzeichnis etc., inklusive Grafiken und Tabellen) von ca. 40 Seiten.					
<b>Hinweis</b>	Weitere Einzelheiten zur Anfertigung der Bachelorarbeit finden sich in Moodle.					
<b>Literatur</b>	<p><i>Verpflichtend:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• HIENERTH, Claudia, Beate HUBER and Daniela SÜSSENBACHER, 2009. <i>Wissenschaftliches Arbeiten kompakt: Bachelor- und Masterarbeiten erfolgreich erstellen</i>. Wien: Linde. ISBN 978-3-7143-0162-5</li> <li>• HEESEN, Bernd, 2010. <i>Wissenschaftliches Arbeiten : Vorlagen und Techniken für das Bachelor-, Master- und Promotionsstudium</i>. Heidelberg, u.a.: Springer. ISBN 978-3-642-03375-9</li> </ul>					

	<i>Empfohlen: Keine</i>
--	-------------------------

<b>Praktisches Studiensemester (20 Wochen)</b>						
<b>Modulbezeichnung</b>	Praktisches Studiensemester (20 Wochen)			<b>Modulnummer</b>	3.1	
<b>Dozent/in</b>						
<b>Lehrsprache</b>	Deutsch					
<b>Art der Lehrveranstaltung</b>	Pflichtfach					
<b>Dauer des Moduls / Häufigkeit des Angebots des Moduls</b>	1 Semester Winter- und Sommersemester					
<b>Lehrveranstaltungen des Moduls</b>	Praktisches Studiensemester (20 Wochen)					
<b>Lehr- und Lernmethoden des Moduls</b>	3.1: Pr - Praktikum					
<b>Voraussetzungen für die Teilnahme laut SPO</b>	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.					
<b>Empfohlene Voraussetzungen</b>	Keine.					
<b>Verwendbarkeit des Moduls innerhalb des eigenen sowie für andere Studiengänge</b>	Aufgrund der handelsspezifischen Ausrichtung nicht gegeben.					
<b>Gesamtarbeitsaufwand und seine Zusammensetzung</b>	<b>SWS</b>	<b>ECTS</b>	<b>Präsenzzeit</b>	<b>WBT-Aufwand</b>	<b>Selbststudium</b>	<b>Gesamtaufwand</b>
	0	30	0 h	0 h	750 h	750 h
<b>Art der Prüfung / Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten</b>	PrB - Praktikumsbericht					
<b>Gewichtung der Einzelnote in der Gesamtnote</b>	Siehe SPO					
<b>Qualifikationsziele des Moduls</b>	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.					
<b>Inhalte des Moduls</b>	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.					