

# **Studienplan**

## **Wintersemester 2010/11**

**Studiengang**  
**Internationales Handelsmanagement**

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

# **Inhaltsverzeichnis**

## **Grundlagenstudium (1. – 3. Semester)**

### Ausbildungsplan (Übersicht)

#### Pflichtmodule des 1. bis 3. Semesters (Übersicht)

##### 1.1 Modul Betriebs- und volkswirtschaftliche Grundlagen

1.1.1 Betriebswirtschaftliche Lern- und Arbeitstechniken (Einführungswoche)

1.1.2 Betriebswirtschaftliche Grundlagen

1.1.3 Volkswirtschaftliche Grundlagen

1.1.4 Projektmanagement

##### 1.2 Modul Wirtschaftssprachen

1.2.1 Wirtschaftsenglisch I

1.2.2 Wirtschaftsenglisch II

1.2.3 Wirtschaftsenglisch III oder -französisch oder -spanisch

##### 1.3 Modul Quantitative Methoden und Informationsverarbeitung

1.3.1 Quantitative Methoden

1.3.2 Informationsverarbeitung

##### 1.4 Modul Wirtschaftsprivatrecht

1.4.1 Wirtschaftsprivatrecht I

1.4.2 Wirtschaftsprivatrecht II

##### 1.5 Modul Rechnungswesen, Finanzierung & Steuern

1.5.1 Buchführung

1.5.2 Bilanzierung und Jahresabschluss

1.5.3 Investitions- und Finanzierungsentscheidungen

1.5.4 Steuerlehre

1.5.5 Kostenrechnung und Kostenmanagement

## 1.6 Modul Marketing, Logistik & Personal

1.6.1 Einkaufs- und Beschaffungsmanagement

1.6.2 Personal- und Organisationsmanagement

1.6.3 Marketing

## **2. Vertiefungsstudium (4. – 7. Semester)**

### 2.1 Modul Handelsmanagement

2.1.1 Strategisches Handelsmanagement

2.1.2 Wahlpflichtfächer Handelsmanagement

2.1.3 Projekt im Handelsmarketing & Handelsmanagement

2.1.4 Internationalisierung im Handel

### 2.2 Modul Handelsmarketing & E-Commerce

2.2.1 Brand- und Kommunikationsmanagement

2.2.2 Sortiments-, Service- und Preismanagement

2.2.3 E-Commerce & Versandhandel

### 2.3 Modul Handelslogistik & Controlling

2.3.1 Logistikmanagement

2.3.2 Handelscontrolling

2.3.3 Standort- und Immobilienmanagement

### 2.4 Modul Schlüsselkompetenzen

2.4.1 Methoden wissenschaftlichen Arbeitens

2.4.2 Wahlpflichtfächer Schlüsselkompetenzen

2.4.3 Führungs- und Umsetzungskompetenz

2.4.4 Intercultural Communication

### 2.5 Unternehmensplanspiel

### 2.6 Vertiefungsseminar zum Handelsmanagement

## 2.7 Modul Bachelorarbeit

### 2.7.1 Seminar zur Bachelorarbeit

### 2.7.2 Bachelorarbeit

### 1. Semester

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

### 2. Semester

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

### 3. Semester

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

### 4. und 5. Semester

1	2	3	4	5	6	8
Lfd. Nr.	Fach	SWS	Art der Lehrveranstaltung	Zulassungsvoraussetzung	Punkte in ECTS	Angebot im
H 2.1.1	Strategisches Handelsmanagement	4	SU/Ü		5	WS/SS
H 2.1.2	Wahlpflichtfächer Handelsmanagement <sup>[3]</sup>					
H 2.1.2.1	Einführung in SAP ERP	2	SU/Ü		3	WS
H 2.1.2.2	Business Planning	2	SU/Ü		3	WS
H 2.1.2.3	Planungs- und Kontrollsysteme	2	SU/Ü		3	WS
H 2.1.2.4	International Brand Management	2	SU/Ü		3	WS
H 2.1.2.5	Integrales M&A Management	2	SU/Ü		3	WS
H 2.1.2.6	Grundlagen der Wirtschaftspsychologie	2	SU/Ü		3	WS
H 2.1.2.7	Corporate Responsibility	2	SU/Ü		3	WS
H 2.1.2.8	Projektmarketing	2	SU/Ü		3	WS
H 2.1.2.9	Business in Latin America	2	SU/Ü		3	WS
H 2.1.2.10	Prozessmanagement und Supply Chain Management	2	SU/Ü		3	WS
H 2.1.2.11	Ressourcenwirtschaft	2	SU/Ü		3	WS
H 2.1.2.12	Softwareanwendungen im Controlling	2	SU/Ü		3	WS
H 2.1.2.13	Geschäftsberichtsanalyse anhand von Fallbeispielen	2	SU/Ü		3	WS

**4. und 5. Semester (Forts.)**

1	2	3	4	5	6	8
Lfd. Nr.	Fach	SWS	Art der Lehrveranstaltung	Zulasungsvoraussetzung	Punkte in ECTS	Angebot im
H 2.1.3	Projekte im Handelsmanagement	4	SU/Ü		5	WS/SS
H 2.1.4	Internationalisierung im Handel	4	SU/Ü		7	WS/SS
H 2.2.1	Brand- und Kommunikationsmanagement	4	SU/Ü		5	WS/SS
H2.2.2	Sortiments-, Service- und Preismanagement	4	SU/Ü		5	WS/SS
H 2.2.3	E-Commerce und Versandhandel	4	SU/Ü		5	WS/SS
H 2.3.1	Logistikmanagement	4	SU/Ü		5	WS/SS
H 2.3.2	Handelscontrolling	4	SU/Ü		5	WS/SS
H 2.3.3	Standort- und Immobilienmanagement	4	SU/Ü		4	WS/SS
H 2.4.1	Methoden wissenschaftlichen Arbeitens	2	SU/Ü		2	WS/SS
H 2.4.2	Wahlpflichtfächer Schlüsselkompetenz <sup>[3]</sup>					
H 2.4.2.1	Präsentations- und Moderationstechniken	2	SU/Ü		3	WS
H 2.4.2.2	Kommunikation und Interaktion am Arbeitsplatz	2	SU/Ü		3	WS
H 2.4.2.3	Konfliktmanagement	2	SU/Ü		3	WS
H 2.4.2.4	Kooperation, Konfrontation und Kommunikation im Beruf	2	SU/Ü		3	WS
H 2.4.2.5	Talent Center – Instrumente der Personalauswahl und –entwicklung	2	SU/Ü		3	WS
H 2.4.2.6	Rhetorik, Kommunikation und Präsentation	2	SU/Ü		3	WS
H 2.4.2.7	Positive Psychologie, Persönlichkeit und Management	2	SU/Ü		3	WS
H 2.4.2.8	Verkaufpsychologie und Verkaufsgespräch	2	SU/Ü		3	WS
H 2.4.2.9	Projekt zur Sozialkompetenz	2	SU/Ü		3	WS
H 2.4.2.10	European Union	2	SU/Ü		3	WS

**6. Semester**

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

## 7. Semester

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

Fußnoten:

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

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

[3] Aus den Wahlpflichtfächer sind je zwei zu wählen

*Abkürzungen:*

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



## **Ausbildungsplan**

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

#### **Praktische Studienabschnitte (im Grundstudium)**

Zeitlicher Umfang: 12 Wochen

Zeitliche Lage: während der vorlesungsfreien Zeiten des Grundstudiums sowie in der Vorweihnachtszeit/Jahreswechsel im 3. Semester

#### **I. Praktische Ausbildung 8 ECTS**

*Ausbildungsziel:*

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

*Ausbildungsinhalt:*

Die Studierenden sollen möglichst in zwei kaufmännischen Tätigkeitsbereichen der internationalen Handelsunternehmen eingesetzt und dort an selbstständiges, eigenverantwortliches Handeln herangeführt werden.

#### **Praktisches Studiensemester (im Hauptstudium)**

Zeitlicher Umfang: 20 Wochen

Zeitliche Lage: 6. Studiensemester

#### **I. Praktische Ausbildung 30 ECTS**

*Ausbildungsziel:*

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

*Ausbildungsinhalt:*

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

## **PFLICHTMODULE DES 1. BIS 3. SEMESTERS**

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

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

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

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

**Studieninhalt:**

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

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

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

**Sonstiges:** Anwesenheitspflicht

**1.1 Betriebs- und volkswirtschaftliche Grundlagen**  
**1.1.2 Betriebswirtschaftliche Grundlagen**

**Dozent:** Michael Jünger

**Angebot im:**  
WS

**Zulassungsvoraussetzung:**  
keine

**4 SWS/5 ECTS**  
Workload: 150 h

**Lehrform:**  
Vorlesung 4 SWS

**Veranstaltungsform:**  
wöchentlich

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

**Studieninhalt:**

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

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

**Literatur:** Literatur wird in der Vorlesung bekannt gegeben.

**Sonstiges:** Zur Stoffvertiefung wird ein intensives Literaturstudium empfohlen.

**1.1 Betriebs- und volkswirtschaftliche Grundlagen**  
**1.1.3 Volkswirtschaftliche Grundlagen**

**Dozent: Monika Ruschinski**

**Angebot im:**  
WS

**Zulassungsvoraussetzung:**  
keine

**4 SWS/5 ECTS**  
Workload: 150 h

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

**Veranstaltungsform:**  
wöchentlich

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

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

**Studieninhalt:**

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

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

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

**Sonstiges:** Ein intensives Literaturstudium wird empfohlen.

**1.1 Betriebs- und Volkswirtschaftliche Grundlagen**  
**1.1.4 Projektmanagement**

**Dozent:** Marc Knoppe

**Angebot im:**  
SS

**Zulassungsvoraussetzung:**  
keine

**4 SWS/4 ECTS**  
Workload: 120 h

**Lehrform:**  
Übung

**Veranstaltungsform:**  
wöchentlich/ Blockver-  
anstaltung

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

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

- Planung
- Entscheidung
- Realisierung
- Überwachung
- Steuerung

bei der Abwicklung interdisziplinärer Aufgabenstellungen kennen. Die Studenten erlernen zentrale Methoden und Tools zur Unterstützung des PM sowie teamorientiert Inhalte gemeinsam zu erarbeiten. Teamarbeit wird im Rahmen von Praxisprojekten und Fallstudien in verschiedenen Projektteams geübt (Praxisarbeit 1). Darüber hinaus wird der Umgang mit PM-Software anhand eines Tutorials für MS-Project 2002 erarbeitet (Praxisarbeit 2).

**Leistungs-  
nachweis:** Praktische Arbeit (0,2)

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

**Sonstiges:** Selbststudiumsorientiert

**H 1.2.**  
**H.1.2.1**

**Wirtschaftssprachen**  
**Wirtschaftsenglisch I**

**Dozent:** Susan Talke / Sean Kenney

**Angebot im:**  
**WS**

**Zulassungsvoraussetzung:**  
*keine*

**4 SWS/4 ECTS**  
Workload: 120 h

**Lehrform:**  
Übung 4 SWS

**Veranstaltungsform:**  
wöchentlich

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

**Studieninhalt:**

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

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

**Literatur:** Selected Literature, book: to be announced  
Class Handouts will be provided

**Teilnehmer-**  
**begrenzung:** 25 students per course

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

**Dozent:**                    **Hannah Meek / Susan Talke**

**Angebot im:**  
**SS**

**Zulassungsvoraussetzung:**  
*keine*

**4 SWS/4 ECTS**  
Workload: 120 h

**Lehrform:**  
Übung 4 SWS

**Veranstaltungsform:**  
wöchentlich

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

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

**Leistungsnachweis:**    Praktische Arbeit mit Präsentation (0.3)

**Literatur:**                Will be announced in class

**Teilnehmerbegrenzung:** 20 students per course



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

**Dozent:**                    **Anja Rudolph**

**Angebot im:**  
**WS**

**Zulassungsvoraussetzung:**  
*keine*

**4 SWS/4 ECTS**  
Workload: 120 h

**Lehrform:**  
Übung 4 SWS

**Veranstaltungsform:**  
wöchentlich

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

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

**Leistungs-**  
**nachweis:**            Praktische Arbeit (0.3)

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

**Teilnehmer-**  
**begrenzung:**        28 students per course

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

**Dozenten: Anne-Marie Schnackertz**

**Angebot im:**  
WS/SS

**Zulassungsvoraussetzung:**  
keine

**4 SWS/4 ECTS**  
Workload: 120 h

**Lehrform:**  
Übung 2 SWS

**Veranstaltungsform:**  
wöchentlich

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

**Studieninhalt:**

- Les grands groupes industriels français.
- Historique d'une entreprise familiale
- Organigramme, le travail dans les différents services de l'entreprise.
- Différents types de sociétés
- Le CV et la demande de stage
- Une embauche : la candidature traditionnelle, spontanée, par internet, les cabinets de conseil en recrutement
- La couverture sociale des salariés
- Thèmes actuels et discussion en classe. Exposés.
- Les propositions subordonnées, le passif, le futur, le conditionnel.
- La commercialisation d'un produit
- La publicité
- La promotion des ventes
- Les relations publiques
- La distribution
- Les moyens de paiement – les opérations bancaires
- Les crédits à l'entreprise
- La comptabilité
- Le bilan
- La fiscalité
- le subjonctif

**Leistungsnachweis:** Praktische Arbeit (0,3)

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

**Sonstiges:**

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

**Dozent:**                **Georgina Gutierrez-Frei**

**Angebot im**  
WS/SS

**Zulassungsvoraussetzung:**

*Gute Spanischkenntnisse*

**Lehrform:**

Vorlesung 4 SWS

**4 SWS/4 ECTS**

Workload: 120 h

**Veranstaltungsform:**  
wöchentlich

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

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

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

**Leistungs-**  
**nachweis:**

Praktische Arbeit mit Präsentation (0,7)  
(Endnote für Wirtschaftssprachen = 0,3 für Englisch Correspondence + 0,7  
Wirtschaftsspanisch)

**Literatur:**

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

### 1.3. Quantitative Methoden und Informationsverarbeitung

#### 1.3.1 Quantitative Methoden

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

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

**Angebot im:** WS/SS  
**Zulassungsvoraussetzung:** keine  
**3 SWS/6 ECTS**  
Workload: 360 h

**Lehrform:** Vorlesung 1,5 SWS /Übung 1,5 SWS  
**Veranstaltungsform:** Wöchentlich

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

#### Studieninhalt:

*Quantitative Methoden 1:*

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

*Quantitative Methoden 2:*

- Grundzüge der Wahrscheinlichkeitstheorie: Konzeptionen und Wahrscheinlichkeitskalkulationen
- Zufallsvariablen und Verteilungen von Zufallsvariablen
- Parameterschätzungen und Hypothesentests
- Grundlagen multivariater Analysemethoden, insbesondere Regressionsanalyse, Varianzanalyse, Clusteranalyse

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

**Literatur:**

- Backhaus, K., Erichson, B., Plinke, W., Weiber, R. (2005): Multivariate Analysemethoden, 11.A., Berlin 2005.
- Bourier, G. (2003): Beschreibende Statistik: Praxisorientierte Einführung - Mit Aufgaben und Lösungen, 5.A., Wiesbaden 2003.
- Bourier, G. (2006): Wahrscheinlichkeitsrechnung und schließende Statistik, Wiesbaden 2006.
- Buttler, G., Fickel, N. (2002): Einführung in die Statistik, Reinbek/Hamburg 2002.

**Sonstiges:** Ein intensives Literaturstudium wird empfohlen.

## **1.3 Quantitative Methoden und Informationsverarbeitung und Technische Betriebswirtschaft**

### **1.3.2 Informationsverarbeitung (1. Teil ) wird im WS angeboten**

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

**Angebot im  
WS**

**Zulassungsvoraussetzung:**  
*keine*

**3 SWS/3 ECTS**  
Workload: 90 h

**Lehrform:**  
Vorlesung 2 SWS / Übung 1 SWS

**Veranstaltungsform:**  
wöchentl. Vorlesung;  
selbstgesteuertes Lernen  
mit Lernprogramm beim  
Praktikum

**Studienziel:** Die Studierenden können

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

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

**Studieninhalt:**

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

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

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

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

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

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

## 1.3 Quantitative Methoden, Informationsverarbeitung und Technische Betriebswirtschaft

### 1.3.2 Informationsverarbeitung (2. Teil) wird im SS angeboten

**Dozenten:** Vorlesung: Peter Schuderer / Jürgen Hofmann  
Praktikum: Werner Schmidt

**Angebot im SS**

**Zulassungsvoraussetzung:**

keine

**3 SWS/3 ECTS**

Workload: 90 h

**Lehrform:**

Vorlesung 2 SWS / Übung 1 SWS

**Veranstaltungsform:**

Vorlesung wöchentlich  
Selbstgesteuertes Lernen mit  
Lernprogramm beim Praktikum

**Studienziel:**

Aufbauend auf den Grundlagen der Informationsverarbeitung erfahren die Studierenden den querschnittlichen und prozessorientierten Charakter der betrieblichen Informationsverarbeitung. Die Studierenden können

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

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

**Studieninhalt:**

- Geschäftsprozessmanagement
- IT-Management
- Betriebliche Anwendungssysteme
- Praktikum „Datenbanken“

**Leistungsnachweis:**

Vorlesung: Schriftliche Prüfung, 90 min.

Praktikum: Testat (m.E./o.E.)

**Literatur:**

Hofmann, J. und Schmidt, W., Masterkurs IT-Management, Wiesbaden 2010.

Schmelzer, H.J. und Sesselmann, W., Geschäftsprozessmanagement in der Praxis, München 2008.

Laudon, K.C., Laudon, J.P. und Schoder, D., Wirtschaftsinformatik – eine Einführung, München 2006.

Mertens, P. (2004/2009): Integrierte Informationsverarbeitung 1 – Operative Systeme in der Industrie, 14./15./16./17. Aufl.,

Mertens, P. und Griese, J. (2008), Integrierte Informationsverarbeitung 2, 10. Aufl., Wiesbaden  
Lernprogrammunterlagen zu MS Access

**Teilnehmerbegrenzt:**

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

**Sonstiges:**

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



**1.4                   Wirtschaftsprivatrecht**  
**1.4.2                 Wirtschaftsprivatrecht II**

**Dozent:**               **Michaela Regler / Hans-Günther Stock**

**Angebot im:**  
SS

**Zulassungsvoraussetzung:**  
*keine*

**4 SWS/4 ECTS**  
Workload: 120 h

**Lehrform:**  
Vorlesung 4 SWS

**Veranstaltungsform:**  
wöchentlich

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

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

**Leistungs-  
nachweis:**

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

**Literatur:**

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



## 1.5                    **Rechnungswesen, Finanzierung und Steuern**

### 1.5.1                **Buchführung IHM**

**Dozent:**                **Oliver Horwath**

**Angebot im:**  
WS

**Zulassungsvoraussetzung:**  
*keine*

**2 SWS/3 ECTS**  
Workload: 120 h

**Lehrform:**  
Vorlesung 2 SWS

**Veranstaltungsform:**  
wöchentlich

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

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

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

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

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

**1.5**                    **Rechnungswesen, Finanzierung und Steuern**  
**1.5.2**                  **Bilanzierung und Jahresabschluss**

**Dozent:**                **Thomas Vogler**

**Angebot im:**  
SS

**Zulassungsvoraussetzung:**  
*keine*

**4 SWS/5 ECTS**  
Workload: 150 h

**Lehrform:**  
Vorlesung 4 SWS

**Veranstaltungsform:**  
wöchentlich

**Studienziel:**        Die Studierenden können die Aufgaben und Ziele der handels- und steuerrechtlichen sowie der IAS-Rechnungslegung definieren. Sie werden mit den gesetzlichen Grundlagen vertraut und beherrschen die Basiselemente der Bilanzierung und Bewertung. Die Studierenden erkennen den Inhalt, Aufbau und die Bewertungsmaßstäbe des Jahresabschlusses. Sie können einzelne Bilanzposten nach HGB bilanzieren und bewerten, ebenso unter Berücksichtigung des IAS-Rechnungslegungsstandards. Sie verstehen die grundlegenden Instrumente der Bilanzanalyse.

**Studieninhalt:**     - Informationsaufgaben und gesetzliche Grundlagen der deutschen und internationalen Bilanzierung  
- Basiselemente der Bilanzierung nach HGB und IAS  
- Bilanzierung des Anlagevermögens  
- Bilanzierung des Umlaufvermögens  
- Bilanzierung des Fremdkapitals und Rechnungsabgrenzung  
- Gewinn- und Verlustrechnung  
- Grundzüge der internationalen Rechnungslegung  
- Grundzüge der Bilanzanalyse

**Leistungsnachweis:**    Schriftliche Prüfung, 90-min (0,25)  
Hilfsmittel: Taschenrechner; HGB, AktG/GmbHG

**Literatur:**            Literatur wird in der Vorlesung bekannt gegeben.

**Sonstiges:**            Vom Dozenten wird ein Foliensatz sowie eine Aufgabensammlung im Intranet angeboten.

**1.5**  
**1.5.3**                      **Rechnungswesen, Finanzierung und Steuern**  
**Investitions- und Finanzierungsentscheidungen**

**Dozent:**                      **Stefan May**

**Angebot im:**                      **Zulassungsvoraussetzung:**                      **4 SWS/5 ECTS**  
SS                                      *keine*    Workload: 150 h

**Lehrform:**                                      **Veranstaltungsform:**  
Vorlesung    wöchentlich

**Studienziel:**                      Die Studierenden

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

**Studieninhalt:**

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

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

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

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



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

**Dozent:**                    **Karin Schmidt**

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

**Lehrform:**    **Veranstaltungsform:**  
Vorlesung    wöchentlich

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

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

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

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

**Sonstiges:**

**1.6 Marketing, Logistik & Personal**  
**1.6.1 Einkaufs- und Beschaffungsmanagement**

**Dozent:** Stefan Rock / Sebastian Wild

**Angebot im:**  
WS

**Zulassungsvoraussetzung:**  
keine

**4 SWS/4 ECTS**  
Workload: 120 h

**Lehrform:**  
Vorlesung/ Übung

**Veranstaltungsform:**  
wöchentlich

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

**Studieninhalt:**

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

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

**Literatur:** Literatur wird in der Veranstaltung bekannt gegeben.

**Sonstiges:** Ein intensives Literaturstudium wird empfohlen.

**1.6 Marketing, Logistik & Personal**  
**1.6.2 Personal- und Organisationsmanagement**

**Dozent:** Oliver Hackl

**Angebot im:**  
WS

**Zulassungsvoraussetzung:**  
keine

**4 SWS/4 ECTS**  
Workload: 120 h

**Lehrform:**  
Vorlesung 4 SWS

**Veranstaltungsform:**  
wöchentlich

**Studienziel:** Die Studierenden kennen die hohe Bedeutung der Personalarbeit in Handelsunternehmen. Sie gewinnen einen Überblick über die allgemeinen Grundlagen des Personal- und Organisationsmanagements sowie vor allem über unterschiedliche theoretische Ansätze der Motivation und Führung von Personal. Die Studierenden kennen die relevanten Aufgabenfelder und Instrumente der Personalarbeit und können diese in einen idealtypischen Managementprozess einordnen. Zudem verfügen die Studierenden über Grundlagenwissen zur Aufbau-, Ablauf- und Projektorganisation in Unternehmen. Mit Fallbeispielen, Gastvorträgen und Diskussionsrunden werden ausgewählte Studieninhalte praxisorientiert vermittelt, was die Studierenden in die Lage versetzt das erlernte Wissen in die Praxis zu transferieren.

**Studieninhalt:**

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

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

**Literatur:** Aktuelle Literaturhinweise werden in der Lehrveranstaltung bekannt gegeben.

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

**Lecturer:**                    **Natarajan Chandrasekhar**

**Offered in:**                    **prerequisites:**                    **4 SWS/5 ECTS**  
SS                                    *none*                                    Workload: 150 h

**Course type:**                    **Meeting time:**  
Lecture/discussions/case studies                    weekly

**Objective:**                    The primary objective of this course is to examine how Marketing and operational strategies can be utilized by retailers to improve performance in highly competitive, challenging and dynamic environment besides providing a conceptual and “how-to”-understanding of key strategic issues in retailing involving different departments.

**Content:**                    - An introduction to retailing  
- Building and sustaining relationships in retailing  
- Strategic planning in retailing  
- Retail institutions by ownership and store-based strategy mix  
- Web-, non-store based and other forms of non-traditional retailing  
- Identifying and understanding consumers  
- Information gathering and processing in retailing  
- Trade and analysis  
- Site selection  
- Retail organisation and human resource management  
- Operation Management – financial and operational dimensions  
- Developing and implementing merchandise plans  
- Financial merchandise plans  
- Pricing in retailing  
- Establishing and maintaining a retail image  
- Integrating and controlling the retail strategy  
- Promotional strategy

**exam:**                    Written exam, 90 minutes (0.4)

**Literature**                    Retail Management: A strategic approach, (9<sup>th</sup> edition Berman and Evans)  
Retailing – Dunne (Cengage Learning 2007)  
Retailing Management (Levy & Weitz, McGraw Hill 2007)  
Case studies available on the Intranet of UAS Ingolstadt

**Miscellaneous:**                    This course will be taught in English



## **PFLICHTMODULE DES 4. und 5. SEMESTERS**

## **Modul 2.1 Handelsmanagement**

## 2.1.1 Strategisches Handelsmanagement

**Dozent:** Lars Fend / Natarajan Chandrasekhar

**Angebot im:**  
SS/WS

**Zulassungsvoraussetzung:**  
*keine*

**4 SWS/5 ECTS**  
Workload: 150 h

**Lehrform:**  
Übung 4 SWS

**Veranstaltungsform:**  
wöchentlich,  
Blockveranstaltung

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

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

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

**Studieninhalt:**

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

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

**Literatur:** Fend, L. (2000): Tiefgreifende Veränderungsprozesse in Handelsunternehmen. München 2000.  
Rudolph, R. (2009): Modernes Handelsmanagement. 2.A., Stuttgart 2009.  
Weitere Fallstudien und Literatur werden in der Veranstaltung angegeben bzw. zur Verfügung gestellt.

Ein intensives Literaturstudium wird empfohlen.

## **2.1.2 WAHLPFLICHTFÄCHER** **HANDELSMANAGEMENT**

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

### 2.1.2.1 Einführung in SAP ERP

**Dozent:** Udo Rimmelspacher

**Angebot im  
WS/SS**

**Zulassungsvoraussetzung:**

*keine*

**Lehrform:**

Übung 2 SWS

**2 SWS/3 ECTS**

Workload: 90 h

**Veranstaltungsform:**

wöchentlich

**Studienziel:**

Die Studierenden lernen die Grundlagen von SAP ERP als führende Software zum Enterprise Resource Planning kennen. Sie lernen in SAP ERP zu navigieren und sich gezielt Informationen aus den einzelnen Komponenten, welche Grundlage für die verschiedenen betriebswirtschaftlichen Unternehmensbereiche darstellen, zu suchen. Sie können betriebswirtschaftliche Sachverhalte bzw. Geschäftsprozesse aus verschiedenen Unternehmensbereichen in SAP ERP abbilden und haben ein Verständnis für Inhalte und das Zusammenspiel von Anwendungs- und Customizing-Menü von SAP ERP entwickelt.

**Studieninhalt:**

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

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

**Leistungs-  
nachweis:**

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

**Literatur:**

Skript und Übungsaufgaben; ein weiteres Literaturstudium ist nicht notwendig.

**Sonstiges:**

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

## 2.1.2.2 Business Planning

**Lecturer:** Marc Knoppe

**Offered in**  
WS/SS

**Prerequisites:**  
*none*

**Course type:**  
Lecture

**2 SWS/3 ECTS**  
Workload: 90 h

**Meeting time:**  
Block

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

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

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

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

Case studies, practical exercises and presentations

**Exam:** Seminar paper

**Literature:** References will be provided in class/can be found on the FH intranet

**Miscellaneous:** This course will be taught in English

### 2.1.2.3 Planungs- und Kontrollsysteme

**Dozent:** Peter Schuderer

**Angebot im  
WS/SS**

**Zulassungsvoraussetzung:**

*keine*

**Lehrform:**

Vorlesung 2 SWS

**2 SWS/3 ECTS**

Workload: 90 h

**Veranstaltungsform:**  
wöchentlich

**Studienziel:**

Die Studierenden kennen das Wesen und die Funktion moderner Planungs- und Kontrollsysteme bzw. von Führungsinformationssystemen im engeren Sinn (Management / Executive Information Systems). Sie kennen Typen von Planungs- und Kontrollsystemen, deren Bestandteile (Daten-, Methoden- und Modellbanken etc.) sowie spezifische Techniken der Berichtsgestaltung. Anhand ausgewählter inner- und zwischenbetrieblicher Problemstellungen können die Studierenden die Anwendungsmöglichkeiten der Informations- und Kommunikationstechnologie zur Unterstützung der in der Regel schlechter strukturierten Entscheidungen auf den höheren Ebenen der Führungshierarchie in Unternehmen einschätzen. Zur Integration aktueller Entwicklungen finden Praxis-Präsentationen und Gastvorträge statt.

**Studieninhalt:**

- Was sind Planungs- und Kontrollsysteme?
- Komponenten von Planungs- und Kontrollsystemen
  - Datenbeschaffung (z.B. Interne/externe Datenquellen, ETL-Systeme)
  - Datenintegration/-speicherung (z.B. Data Warehouse)
  - Datenanalyse (z.B. ABC-Analyse, Data Mining)
- Instrumente zur Datenanalyse und Informationsdarstellung
  - Wissensmanagement
  - Benutzermodellierung
  - Information Retrieval
  - Geographische Informationssysteme
  - Techniken der Berichtsgestaltung
- PuK-Systeme in den betrieblichen Funktionsbereichen (z.B. Vorstellen diverser Unternehmens- und Finanzplanungssysteme)

**Leistungs-  
nachweis:**

Klausur, 90-min.

**Literatur:**

Mertens, P./Meier, J., Integrierte Informationsverarbeitung 2 – Planungs- und Kontrollsysteme in der Industrie, 10. Auflage, Wiesbaden 2009  
Weiter aktuelle Literaturhinweise und Links werden in der Vorlesung bekannt gegeben.

## 2.1.2.4 International Brand Management

**Lecturer:** Natarajan Chandrasekhar

**Offered in**  
WS/SS

**Prerequisites:**

*none*

**Course type:**

Mix of lectures and discussions and case studies

**2 SWS/3 ECTS**

Workload: 90 h

**Meeting time:**

weekly

**Objective:** To develop a basic understanding of Product/Brand management by examining the analytical decision making and planning concepts and tools available to the Product/Brand Management.

**Content:**

- Introduction to Product Management
- Role and function of product management in the organization
- New product development process and strategy
- Understanding a product/brand
- Brand identity/brand extension
- Brand equity
- Brand building strategies
- Brand valuation models – basics
- Why Brand?

**Exam:** Written examination, 90 minutes

**Literature:**

Case studies will be provided on the HI-intranet  
Product Management – Lehmann  
Strategic Brand Management – David Aaker  
Kotler, P.; Keller, K. L.: Marketing Management, 13. ed., Upper Saddle River (NJ) 2008

**Miscellaneous:** This course will be taught in English



## 2.1.2.5 Integrales M&A- Management

**Dozent:** Kai Lucks

**Offered in:**  
WS/SS

**Prerequisites:**  
*keine*  
**Course type:**  
lecture

**2 SWS/ 3 ECTS**  
Workload: 90 h

**Meeting time:**  
blocked  
(4 days)

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

**Content:**

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

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

**Literature:**

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

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

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

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

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

**Miscellaneous:**

## 2.1.2.6 Grundlagen der Wirtschaftspsychologie

**Dozent:** Torsten Graap

**Angebot im  
WS/SS**

**Zulassungsvoraussetzung:**

**2 SWS/ 3 ECTS**

Workload: 90 h

**Lehrform:**

**Veranstaltungsform:**

wöchentlich

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

**Studien-  
inhalte:**

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

**Leistungs-  
nachweise:**

Hausarbeit in Abgleich mit den Studieninhalten (15-20 Seiten)  
Kurzvortrag der Hausarbeit in den wesentlichen Aspekten (15Min.)

**Literatur:**

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

**Sonstiges:**

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

## 2.1.2.7 Corporate Responsibility

**Lecturer:** René Schmidpeter

**Offered in**  
WS/SS

**Prerequisites:**  
*none*

**2 SWS/3 ECTS**  
Workload: 90 h

**Course type:**  
Lecture and group work

**Meeting time:**  
block

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

**Content:**

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

**Exam:** Group work with presentation

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

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

**Miscellaneous:** This course will be taught in English

## 2.1.2.8 Projektmarketing

**Dozent:** Bernd Scheed

**Angebot im  
WS**

**Zulassungsvoraussetzung:**

*keine*

**Lehrform:**

Projekt

**2 SWS/ 3 ECTS**

Workload: 90 h

**Veranstaltungsform:**

Projektarbeit

**Studienziele:**

„Learning by doing“: Systematische Erarbeitung eines vollständigen Kommunikationskonzepts für ein Bildungsprodukt im Rahmen eines strukturierten Projektmanagements, verbunden mit der Einbringung neuer kreativer Gestaltungsideen.

**Studien-  
inhalte:**

Die Hochschule Ingolstadt startet zum WS 2011/12 gemeinsam mit der Hochschule Augsburg einen neuen Masterstudiengang „Marketing, Vertrieb, Medien“.

Im Rahmen dieses Projekts werden durch die Arbeitsteams wesentliche Bausteine des Marketingkonzept für diesen neuen Studiengang entwickelt:

- Markt-/Wettbewerbs-/Zielgruppenanalyse
- Online Kommunikation und Social Media Marketing
- Offline Kommunikation und Printed Material
- Optionen for Low-Budget Werbung und Promotions

Der Projektauftrag umfasst auch Vorschläge für das Creative Design des Kommunikationsauftritts sowie erste Prototypen für Social Media Marketing (z.B. kurze Youtube Videos).

**Leistungs-  
nachweise:**

Projektarbeit.

**Literatur:**

Wird im Rahmen des Kurses bekanntgegeben.

**Sonstiges:**

Projektkoordination mit Hilfe der E-Learning Plattform Moodle.

## 2.1.2.9 Business in Latin America

**Lecturer:** Roxana Orozco

**Offered in**  
WS

**prerequisites:**

*none*

**Course type:**

2 SWS

**2 SWS/3 ECTS**

Workload: 90 h

**Meeting time:**

blocked

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

**Content:**

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

**Exam:** Written examination, 90 minutes

**Literature:**

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

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

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

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

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

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

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

[www.cepal.org](http://www.cepal.org)

[www.youtube.com](http://www.youtube.com)

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

## 2.1.2.10 Prozessmanagement und Supply Chain Management

**Dozent:** Stefan Rock

**Angebot im  
WS/SS**

**Zulassungsvoraussetzung:**

*keine*

**Lehrform:**

Vorlesung/ Übung

**2 SWS/ 3 ECTS**

Workload: 90 h

**Veranstaltungsform:**

wöchentlich

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

**Studieninhalte:**

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

**Leistungsnachweise:**

Schriftliche Prüfung 90 min.

**Literatur:**

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

## 2.1.2.11 Ressourcenwirtschaft

**Dozent:** Jürgen Schröder

**Angebot im  
WS/SS**

**Zulassungsvoraussetzung:**

*keine*

**2 SWS/3 ECTS**

Workload: 90 h

**Lehrform:**

1 SWS Vorlesung/1 SWS Projektarbeit

**Veranstaltungsform:**

14-tägig

**Studienziel:** Der Student soll die wesentlichen Grundlagen der Ressourcenwirtschaft in der Entsorgung in produzierenden Unternehmen kennen lernen. Die Prozesse der Entsorgungslogistik und deren individuelle Rahmenbedingungen sollen verstanden werden. Anhand von konkreten Praxisfällen werden die Prozesse der Entsorgungslogistik aufgenommen, analysiert und auf Potenziale untersucht.

**Studieninhalt:**

- Grundlagen der Entsorgungswirtschaft und der Entsorgungslogistik
- Prozessanalyse
- Potenzialanalyse
- Projektarbeit in Kleingruppen
- Interview
- Präsentation der Ergebnisse vor Unternehmensvertretern
- Exkursion

**Leistungs-  
nachweis:**

Referat

**Literatur:**

Schulte, C.: Logistik, 4. Erw. Aufl., Vahlen, München 2005

Zeitschrift Logistik heute, aktuelle Ausgaben

Weitere Literatur wird in der Veranstaltung bekannt gegeben.

**Sonstiges:**

Die Veranstaltung wird durch die Büchl Entsorgungswirtschaft GmbH sowie die Büchl Consult GmbH durch Fachbeiträge und Praxisfälle unterstützt.

## 2.1.2.12      **Softwareanwendungen im Controlling**

**Dozent:**            **Michael Mayr**

**Angebot im  
SS/WS**

**Zulassungsvoraussetzung:**

*keine*

**Lehrform:**

Vorlesung / Übung

**2 SWS/ 3 ECTS**

Workload: 90 h

**Veranstaltungsform:**

wöchentlich

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

**Studien-  
inhalte:**

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

**Leistungs-  
nachweise:**

Seminararbeit mit Präsentation

**Literatur:**

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

**Sonstiges:**



## 2.1.2.13      **Geschäftsberichtsanalyse anhand von Fallbeispielen**

**Dozent:**            **Karin Schmidt**

**Angebot im WS**

**Zulassungsvoraussetzung:**

*keine*

**Lehrform:**

Übung

**2 SWS/ 3 ECTS**

Workload: 90 h

**Veranstaltungsform:**  
wöchentlich

**Studienziele:**      Die Studierenden lernen das Ziel und den Inhalt von Geschäftsberichten kennen. Darüber hinaus ist es das Ziel, anhand von praktischen Beispielen die wesentlichen Bestandteile von Geschäftsberichten zu analysieren und Rückschlüsse auf die Liquiditäts- und Ertragslage des Unternehmens ziehen zu können. Durch Quervergleiche zwischen Unternehmen werden die Studierenden befähigt, Spezifika hinsichtlich Branche und Rechnungslegungsstandard zu erkennen und zu bewerten.

**Studieninhalte:**

- Ziele und Inhalte von Geschäftsberichten
- Bestandteile des Konzernabschlusses
- Rechnungslegungsspezifische Besonderheiten in den Abschlüssen
- Grundlagen der Abschlussanalyse
- Strategische Analyse
- Erfolgswirtschaftliche Analyse
- Finanzwirtschaftliche Analyse
- Branchenanalyse mithilfe von Geschäftsberichten

**Leistungsnachweise:**

Schriftliche Prüfung, 90-min.

Hilfsmittel: Taschenrechner

**Literatur:**

Coenenberg, A./Haller, A./Schulze, W., Jahresabschluss und Jahresabschlussanalyse, 21. Aufl., Stuttgart 2009

**Sonstiges:**

Behandelte Geschäftsberichte werden zu Veranstaltungsbeginn bekanntgegeben und können kostenfrei aus dem Internet geladen werden.

## 2.1.3 Projekt im Handelsmarketing & Handelsmanagement

**Dozent:** Oliver Hackl / Stefan Rock

**Angebot im:**  
WS/SS

**Zulassungsvoraussetzung:**  
keine

**4 SWS/5 ECTS**  
Workload: 150 h

**Lehrform:**  
Projektarbeit mit begleitender Lehrveranstaltung  
4 SWS

**Veranstaltungsform:**  
Wöchentlich

**Studienziel:** Anhand einer konkreten Problemstellung aus dem Umfeld des Handels wenden die Studierenden ihre in den vorherigen Veranstaltungen erworbenen Kenntnisse und Fähigkeiten zielorientiert an. In Kleingruppen werden ausgewählte Themen oder Praxisprojekte behandelt und die hieraus entstehenden Aufgabenstellungen durch die Studierenden selbstständig gelöst. Die sehr praxisnahe Veranstaltung ermöglicht den Studenten eine signifikante Vertiefung der fachlichen Kompetenz in ausgewählten Bereichen. Sie erhalten durch die Möglichkeit, ihre methodischen als auch sozialen Kompetenzen zu erleben und zu festigen.

**Studieninhalt:**

- Handelsorientiertes Projektmanagement
- Projektarbeit
- Präsentation der Ergebnisse

Die Themen werden in den ersten Veranstaltungen bekanntgegeben und detailliert.

**Leistungsnachweis:** Seminararbeit mit Präsentation

**Literatur:** Literatur wird in der Veranstaltung bekannt gegeben.

**Sonstiges:** Ein intensives Literaturstudium wird themenspezifisch empfohlen.

## 2.1.4 Internationalisierung im Handel

**Dozent:** Jörg Clostermann / Natarajan Chandrasekhar/  
Marc Knoppe

**Angebot im:**  
WS/SS

**Zulassungsvoraussetzung:**  
keine

**6 SWS/7 ECTS**  
Workload: 210 h

**Lehrform: Vorlesung**

**Veranstaltungsform:**  
Wöchentlich

**Studienziel:**

**Betriebswirtschaftlicher Teil:**

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

**Volkswirtschaftlicher Teil:**

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

**Fallstudien (in Englisch):**

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

**Studieninhalt:**

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

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

**Volkswirtschaftlicher Teil (Prof. Dr. Jörg Clostermann):**

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

**Fallstudien (Prof. Dr. Natarajan Chandrasekhar)**

- Internationale Praxisbeispiele ausschließlich in Englisch

**Leistungs-**  
**nachweis:**

Referat (0,4)  
Schriftliche Prüfung 90 Minuten (0,6)

**Literatur:**

Literatur und Fallstudien werden in der Vorlesung bekanntgegeben. Ein intensives Literaturstudium wird empfohlen.

**Sonstiges:**

Koordination Prof. Dr. Marc Knoppe

## **2.2. Modul Handelsmarketing & E-Commerce**

## 2.2.1 Brand- und Kommunikationsmanagement

**Dozent:** Oliver Hackl / Marc Knoppe / Matthias Lötzer / Bernd Reuter

**Angebot im:**  
WS/SS

**Zulassungsvoraussetzung:**  
keine

**4 SWS/5 ECTS**  
Workload: 150 h

**Lehrform:**

**Veranstaltungsform:**  
Wöchentlich

**Studienziel:**

Die Studierenden erlangen ein Grundverständnis zur Bedeutung und den Aufgabenstellungen des Brandmanagement. Theoretische Grundlagen und Methoden sowie ein Überblick über den Prozess des Markenmanagements in Retailunternehmen werden hierzu vermittelt. Zudem sind die Studierenden in der Lage, den Markenauftritt eines Handelsunternehmens zu analysieren und geeignete Maßnahmen der Markenführung eines Handelsunternehmens abzuleiten.

Passend zu den Kompetenzen des Markenmanagements lernen die Studierenden die Formen und Instrumente einer ganzheitlichen Unternehmenskommunikation kennen. Corporate Identity als Kern der Unternehmenskommunikation liefert die Grundlage zur Umsetzung eines erfolgreichen Kommunikationsmanagements.

Anhand ausgewählter Fallstudien lernen die Studierenden ihr Wissen über Aufgaben, Instrumente und Wechselwirkungen von Brand- und Kommunikationsmanagement in einen praktischen Kontext zu übertragen.

Im letzten Teil der Veranstaltung wird die Entwicklung einer Kommunikationsstrategie anhand von Praxisbeispielen aus der Markenwelt des Handels verdeutlicht. Die Studenten erhalten zudem Einblicke in die Welt der Mediaplanung. Dieser abschließende Teil der Veranstaltung ist in Englisch.

**Studieninhalt:**

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

**Leistungsnachweis:**

Schriftliche Prüfung, 90 Minuten

**Literatur:**

Hofbauer, G./Schmidt, J.: Identitätsorientiertes Markenmanagement, Regensburg, Berlin 2007.  
Weitere Literaturhinweise werden in der Vorlesung bekannt gegeben

## 2.2.2. Sortiments-, Service- und Preismanagement

**Dozent:** Marc Knoppe

**Angebot im:**  
WS

**Zulassungsvoraussetzung:**  
*keine*

**4 SWS/5 ECTS**  
Workload: 150 h

**Lehrform:**  
Vorlesung / Übung 4 SWS

**Veranstaltungsform:**  
wöchentliche Veranstaltung

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

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

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

Die Inhalte werden mit Übungsaufgaben und Fallstudien vertieft.

**Studieninhalt:**

- Grundlagen der Sortimentspolitik und des Sortimentmanagements internationaler Handelsunternehmen
- Produkt- und Category Management im internationalen Kontext
- Exkurs: Strategisches Supply Chain Management
- Absatzfunktion des Servicemanagements für internationale Handelsunternehmen
- Kernaufgaben des Preismanagements im internationalen Kontext
- Strategien im Preismanagement, Rechtliche Rahmenbedingungen
- Fallbeispiele

**Leistungsnachweis:**

Schriftliche Prüfung 90 Minuten

**Literatur:**

Literatur und Fallstudien werden in der Vorlesung bekanntgegeben.

**Sonstiges:**

Ein intensives Literaturstudium wird empfohlen.

## 2.2.3 E-Commerce & Versandhandel

**Dozent:** Lars Fend

**Angebot im:**  
WS/SS

**Zulassungsvoraussetzung:**  
keine

**4 SWS/5 ECTS**  
Workload: 150 h

**Lehrform:** SU/Ü  
4 SWS

**Veranstaltungsform:**  
Wöchentlich,  
geblockt

**Studienziel:**

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

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

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

**Studieninhalt:**

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

**Leistungsnachweis:**

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

**Literatur:**

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

**Sonstiges:**

Ein intensives Literaturstudium wird empfohlen.



## **2.3 Modul Handelslogistik und Controlling**

## 2.3.1 Logistikmanagement

**Dozent:** Stefan Rock

**Angebot im:**  
WS/SS

**Zulassungsvoraussetzung:**  
*keine*

**4 SWS/5 ECTS**  
Workload: 150 h

**Lehrform:**  
Vorlesung/ Übung 4 SWS

**Veranstaltungsform:**  
wöchentliche Veranstaltung

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

**Studieninhalt:**

- Grundlagen der Logistik
- Einordnung der Handelslogistik in die Logistik
- Strategien in der Handelslogistik
- Beschaffungslogistik im Umfeld internationaler Handelsunternehmen
- Distributionsstrategien und –logistik
- Planung von Touren
- Entsorgungslogistik im Handel
- Innerbetriebliche Logistik, Prozesselemente und deren Inhalte
- Logistik – Controlling im Handel

**Leistungsnachweis:**

schriftliche Prüfung, 90-min.

**Literatur:**

Wird in der Veranstaltung bekannt gegeben

**Sonstiges:**

Ein intensives Literaturstudium wird DRINGEND empfohlen.

## 2.3.2 Handelscontrolling

**Dozent:** Thomas Vogler

**Angebot im:**  
WS/SS

**Zulassungsvoraussetzung:**  
*keine*

**4 SWS/5 ECTS**  
Workload: 180 h

**Lehrform:**  
Vorlesung 4 SWS

**Veranstaltungsform:**  
wöchentlich

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

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

**Studieninhalt:**

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

**Leistungsnachweis:** Schriftliche Prüfung, 90 Minuten

**Literatur:** Literatur wird in der Vorlesung bekannt gegeben.

### **2.3.3 Standort- und Immobilienmanagement**

**Dozent:** Michael Kuhn

**Angebot im:**  
WS/SS

**Zulassungsvoraussetzung:**  
keine

**4 SWS/4 ECTS**  
Workload: 120 h

**Lehrform:**  
Vorlesung / Case studies / Exkursion

**Veranstaltungsform:**  
Wöchentlich

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

**Studieninhalt:**

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

**Leistungsnachweis:** Schriftliche Prüfung, 90 Minuten

**Literatur:** Wird in der ersten Vorlesung bekanntgegeben

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

## **2.4 Modul Schlüsselkompetenzen**

## 2.4.1 Methoden Wissenschaftlichen Arbeitens

**Dozent:** Lars Fend

**Angebot im:**  
WS

**Zulassungsvoraussetzung:**  
keine

**2 SWS/2 ECTS**  
Workload: 60 h

**Lehrform:** SU/Ü  
2 SWS

**Veranstaltungsform:**  
wöchentlich,  
geblockt

**Studienziel:**

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

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

**Studieninhalt:**

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

**Leistungs-**  
**nachweis:**

Referat

**Literatur:**

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

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

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

## **2.4.2.**

## **WAHLPFLICHTFÄCHER SCHLÜSSELKOMPETENZEN**

## 2.4.2.1 Präsentations- und Moderationstechnik

**Dozent:** Elke Seifert

**Angebot im  
WS**

**Zulassungsvoraussetzung:**

*keine*

**Lehrform:**

Vorlesung 2 SWS

**2 SWS/ 3 ECTS**

Workload: 90 h

**Veranstaltungsform:**

2 x 2 Tage (Block)

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

**Studieninhalt:**

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

**Leistungsnachweis:** Referat

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

**Sonstiges:**



## 2.4.2.2 Kommunikation und Interaktion am Arbeitsplatz

**Dozent:** Karin Lattner

**Angebot im  
WS**

**Zulassungsvoraussetzung:**

*keine*

**Lehrform:**

theoretischer Unterricht/praktische Übungen

**2 SWS/ 3 ECTS**

Workload: 90 h

**Veranstaltungsform:**

Blockseminar

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

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

**Leistungs-  
nachweis:**

Seminararbeit/ Präsentation

**Literatur:**

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

**Sonstiges:**

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

### 2.4.2.3 Konfliktmanagement

**Dozent:** Bettina Habel

**Angebot im  
WS**

**Zulassungsvoraussetzung:**

*keine*

**Lehrform:**

Seminar

**2 SWS/ 3 ECTS**

Workload: 90 h

**Veranstaltungsform:**

Blockveranstaltung

**Studienziel:** Die Studenten/innen kennen nach dem Besuch des Seminars Modelle zur Entstehung und zur Lösung von Konflikten. Sie unterscheiden verschiedene Typen von Konflikten und können entscheiden, auf welcher Eskalationsstufe sich diese befinden. Eigene Konfliktmuster und Wertesysteme werden analysiert und reflektiert.

**Studieninhalt:** Das Modell der Transaktionsanalyse  
Die o.k.-Positionen  
Konflikttypologien nach Glasl  
Persönlichkeitsmodell Nähe-Distanz (Riemann/Thomann)  
Die Black-Box (Subjektive Wahrnehmung)

**Leistungsnachweis:** Kurze Seminararbeit

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

**Sonstiges:**

## 2.4.2.4 Kooperation, Konfrontation und Kommunikation im Beruf

**Dozent:** Alfred Quenzler

**Angebot im WS**

**Zulassungsvoraussetzung:**

*keine*

**Lehrform:**

Seminar

**2 SWS/ 3 ECTS**

Workload: 90 h

**Veranstaltungsform:**

Blockveranstaltung

**Studienziel:**

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

**Studieninhalt:**

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

**Leistungsnachweis:**

Referat (Voraussetzung ist kontinuierliche Mitarbeit).

**Literatur:**

Relevante Literatur wird in der Vorlesung vorgestellt

**Sonstiges:**

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

### 2.4.2.5 Talent Center – Instrumente der Personalauswahl und -entwicklung

**Dozent:** Alfred Leurpendeur

**Angebot im WS**

**Zulassungsvoraussetzung:**

*keine*

**Lehrform:**

Seminar

**2 SWS/ 3 ECTS**

Workload: 90 h

**Veranstaltungsform:**

Blockveranstaltung

**Studienziel:**

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

**Studieninhalt:**

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

**Leistungsnachweis:**

Praktische Arbeit

**Literatur:**

Wird zu Beginn der Veranstaltung bekannt gegeben

**Sonstiges:**

auf 20 Teilnehmer begrenzt

## 2.4.2.6 Rhetorik, Kommunikation und Präsentation

**Dozent:** Günter Hofbauer

**Angebot im  
WS**

**Zulassungsvoraussetzung:**

*keine*

**Lehrform:**

Übung 2 SWS

**2 SWS/ 3 ECTS**

Workload: 90 h

**Veranstaltungsform:**

Blockveranstaltung

**Studienziel:**

Die Studenten beherrschen verschiedene Instrumente und Regeln effektiver Kommunikation. Sie sind in der Lage geeignete Fragetechniken anzuwenden, aktiv Zuzuhören, Verhandlungen erfolgreich zu führen und auch in Konflikten lösungsorientiert zu kommunizieren.

Die Studenten verfügen schließlich ein erweitertes Repertoire an Instrumenten erfolgreicher Kommunikation in den verschiedensten Geschäftssituationen.

**Studieninhalt:**

- Grundlegende Kommunikationskonzepte (v.a. Watzlawick, Schulz von Thun)
- Fragetechniken
- Aktives Zuhören
- Feedback geben und nehmen
- Argumentationstechniken für:
  - Verhandlungen
  - Meetings und Konferenzen
- Behandlung von:
  - Einwände
  - Kritik
  - Störungen
- Instrumente und Regeln für konstruktive Verständigung und Konfliktlösung

**Leistungs-  
nachweis:**

Projektarbeit (0,4) und Präsentation (0,6)

Beide Teilleistungen sind zu bestehen.

**Sonstiges:**

Eine aktive Teilnahme am Seminar und die intensive Auseinandersetzung mit den Arbeitsmaterialien wird empfohlen.

## 2.4.2.7 Positive Psychologie, Persönlichkeit und Management

**Dozent:** Lars Fend

**Angebot im  
WS/SS**

**Zulassungsvoraussetzung:**

*keine*

**Lehrform:**

Übung 2 SWS

**2 SWS/ 3 ECTS**

Workload: 90 h

**Veranstaltungsform:**

wöchentlich,  
Blockveranstaltung

**Studienziel:**

Die Studierenden lernen die wissenschaftlich fundierten und empirisch belegten Prinzipien und Instrumente der Positive Psychologie kennen und bewerten.

Die gelernten Inhalte können zur Entwicklung der eigenen Persönlichkeit und insbesondere für das Management und Verhalten in wirtschaftenden Organisationen und Institutionen angewendet werden.

**Studieninhalt:**

- Wissenschaftliche Theorien und Konzepte der Positiven Psychologie
- Glück, Zufriedenheit, Sinnhaftigkeit
- Emotionale Intelligenz
- Flow
- Selbstwert
- Positive Beziehungen
- Selbst-Wirksamkeit
- Hoffnung
- Optimismus & Humor
- Resilienz
- Positive Leadership

**Leistungs-  
nachweis:**

Referat

**Literatur:**

- Boniwell, I. (2006): Positive Psychology in a Nutshell, PWBC London.
- Fend, L. (2009): The Role of Self-Efficacy in Facilitating Well-Functioning. University of East London, Seminar Paper 2009.
- Linley A., & Joseph, S. (2004). Positive Psychology in Practice. John Wiley & Sons 2004.
- Luthans, F., Youssef, C.M., & Avolio, B.J. (2007): Psychological Capital: Developing the Human Competitive Edge, Oxford University Press 2007.
- Snyder, C. R., & Lopez, S.J. (2002): Handbook of Positive Psychology. Oxford University Press 2002.

**Sonstiges**

Englische Sprachkenntnisse werden vorausgesetzt. Eine aktive Teilnahme am Seminar und die intensive Auseinandersetzung mit der angegebenen Literatur wird empfohlen.

## 2.4.2.8 Verkaufspsychologie und Verkaufsgespräch

**Dozent:** Thomas Vogler

**Angebot im  
WS/SS**

**Zulassungsvoraussetzung:**

keine

**Lehrform:**

Übung 2 SWS

**2 SWS/3 ECTS**

Workload: 90 h

**Veranstaltungsform:**

Blockveranstaltung

**Studienziel:**

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

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

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

**Studieninhalt:**

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

**Leistungs-  
nachweis:**

Kolloquium

## 2.4.2.9 Projekt zur Sozialkompetenz

**Dozent:** Robert Wittmann / Jörg Clostermann / Markus Alt

**Angebot im  
WS/SS**

**Zulassungsvoraussetzung:**

*Mit dem Dozenten muss eine Projektvereinbarung getroffen werden*

**2 SWS/ 3 ECTS**

Workload: 90 h

**Lehrform:**

Projektarbeit

**Veranstaltungsform:**

unregelmäßig

**Studienziel:**

Die Studierenden können:

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

**Studieninhalt:**

Gemeinnützige Tätigkeiten und Projekte an der Hochschule

**Leistungs-  
nachweis:**

Seminararbeit mit Präsentation

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

**Literatur:**

Literatur wird bei der Projektvereinbarung bekanntgegeben



## 2.4.2.10 European Union

**Dozent:** Anne-Marie Schnackertz

**Angebot im  
WS/SS**

**Zulassungsvoraussetzung:**  
*keine*

**2 SWS/3 ECTS**  
Workload: 90 h

**Lehrform:**  
Seminar 2 SWS

**Veranstaltungsform:**  
wöchentlich

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

**Contents:**

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

**Exam:** written examination (90 minutes)

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

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

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

## **Pflichtmodule des 7. Semesters**

## 2.4.3 Führungs- und Umsetzungskompetenz

**Dozent:** Thomas Vogler

**Angebot im  
WS/SS**

**Zulassungsvoraussetzung:**

*keine*

**Lehrform:**

Übung 2 SWS

**3 SWS/ 3 ECTS**

Workload: 90 h

**Veranstaltungsform:**

Blockveranstaltung

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

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

**Studieninhalt:**

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

**Leistungs-  
nachweis:**

Referat

## 2.4.4 Intercultural Communication

**Dozent:** Natarajan Chandrasekhar

**Angebot im  
WS/SS**

**Zulassungsvoraussetzung:**

*keine*

**Lehrform:**

seminar

**2 SWS/ 3 ECTS**

Workload: 90 h

**Veranstaltungsform:**

wöchentlich

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

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

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

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

## 2.5 Unternehmensplanspiel

**Dozent:** Marc Knoppe

**Angebot im:**  
WS/SS

**Zulassungsvoraussetzung:**  
keine

**4 SWS/3 ECTS**  
Workload: 90 h

**Lehrform:**  
Seminar

**Veranstaltungsform:**  
Blockveranstaltung

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

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

**Leistungsnachweis:** Planspielergebnis und Präsentation der dazu durchgeführten Einzelschritte und Strategien

**Literatur:** Planspiel-Handbuch

## 2.6 Vertiefungsseminar zum Handelsmanagement

**Dozent:** Oliver Hackl / Thomas Vogler

**Angebot im  
WS/SS**

**Zulassungsvoraussetzung:**  
*keine*  
**Lehrform:**

**4 SWS/ 6 ECTS**  
Workload: 180 h

**Veranstaltungsform:**  
3 Termine

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

**Studieninhalt:**

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

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

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

## 2.7.1 Seminar zur Bachelorarbeit

**Dozent:** Marc Knoppe

**Angebot im  
WS/SS**

**Zulassungsvoraussetzung:**

*keine*

**Lehrform:**

Übung 2 SWS

**3 SWS/ 3 ECTS**

Workload: 90 h

**Veranstaltungsform:**

Blockveranstaltung

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

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

**Leistungs-  
nachweis:**

Präsentation

**Sonstiges:**



## 2.7.2 Bachelorarbeit

**Dozent:** Frei wählbar

**Angebot im  
WS/SS**

**Zulassungsvoraussetzung:**

**12 ECTS**

Workload: 360 h

**Lehrform:**

**Studienziel:** Mit der Bachelorarbeit sollen die Studierenden zeigen, dass sie die Fähigkeiten besitzen, innerhalb einer angemessenen Frist ein Problem aus dem Fachgebiet der Betriebswirtschaftslehre nach wissenschaftlichen Methoden qualifiziert zu bearbeiten. Die Abschlussarbeit soll dabei bevorzugt Problemstellungen der betrieblichen Praxis betreffen. Die Erstellung der Bachelorarbeit wird von einem Professor betreut und von zwei Gutachtern, wovon einer der Betreuer sein soll, bewertet. Die Bachelorarbeit kann nach Absprache mit der/dem betreuenden Professor/in in deutscher oder in englischer Sprache abgefasst werden. Die Abschlussarbeit soll einen Zeitaufwand von ca. 360 Arbeitszeitstunden widerspiegeln. Über die Abschlussarbeit ist eine Dokumentation im Umfang von ca. 40 - 60 Seiten anzufertigen.

**Leistungs-  
nachweis:**

**Sonstiges:**

Einzelheiten zur Anfertigung der Bachelorarbeit können im Intranet unter: [Fakultät W](#) → [SG Internationales Handelsmanagement](#) → Lehrveranstaltungen / Skripten abgefragt werden.

## **WAHLFÄCHER**

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

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

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

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

## **Spanisch 1 (A)**

**2 SWS**

**Dozent:** Ana María Benito Miranda

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

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

**Leistungsnachweis:** Klausur, 60-min.

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

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

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

## Spanisch 2 (A1+)

2 SWS

**Dozent:** Ana María Benito Miranda

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

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

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

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

**Leistungsnachweis:** Klausur, 60-min.

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

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

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

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

## Spanisch 3 (A2)

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

## Wirtschaftsspanisch 1 (Comunicación Oral)

**Dozent:** Georgina Gutierrez-Frei

**Angebot im**  
WS/SS

**Zulassungsvoraussetzung:**

*Gute Spanischkenntnisse*

**Lehrform:**

Vorlesung 2 SWS

**Veranstaltungsform:**

wöchentlich

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

**Studieninhalt:** Este curso tiene dos partes principales :

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

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

2) Desarrollar el idioma hablado.

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

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

**Leistungsnachweis:** Praktische Arbeit mit Präsentation

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

**Sonstiges:** Kann bei zu geringer Teilnahme nicht angeboten werden.

## Wirtschaftsspanisch 2 (Negocios)

**Dozent:** Georgina Gutierrez-Frei

**Angebot im**  
WS/SS

**Zulassungsvoraussetzung:**

*Gute Spanischkenntnisse*

**Lehrform:**

Vorlesung 2 SWS

**Veranstaltungsform:**  
wöchentlich

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

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

**Studieninhalt:** Este curso se enfoca en tres áreas principales :

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

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

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

**Sonstiges:** Kann bei zu geringer Teilnahme nicht angeboten werden.

## **Französisch 1 (A1)**

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

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

**Studieninhalt:**

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

**Leistungsnachweis:** Klausur, 60-min.

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



## **Französisch 2 (A1+)**

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

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

**Studieninhalt:**

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

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

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

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

**Sonstiges:** Eventuell Selbststudium bei zu geringer Teilnehmerzahl

## Wirtschaftsfranzösisch 1

**Dozent:** Anne-Marie Schnackertz

**Angebot im  
WS/SS**

**Zulassungsvoraussetzung:**

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

**Lehrform:**

Seminar

**2 SWS**

**Veranstaltungsform:**  
wöchentlich

**Studienziel:**

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

Ils mettent en pratiques le français des affaires.

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

**Studieninhalt:**

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

**Leistungs-  
nachweis:**

Praktische Arbeit mit Präsentation

**Literatur:**

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

**Sonstiges:**

Eventuell Selbststudium bei zu geringer Teilnehmerzahl

## Wirtschaftsfranzösisch 2

**Dozent:** Anne-Marie Schnackertz

**Angebot im**  
WS/SS

**Zulassungsvoraussetzung:**

*Franz 3 / Wirtschaftsfranzösisch 1. Teil  
oder entsprechende Vorkenntnisse (Grundkurs Gym-  
nasium)*

**2 SWS**

**Lehrform:**

Seminar

**Veranstaltungsform:**

wöchentlich/evtl.  
Selbststudium

**Studienziel:**

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

Ils mettent en pratiques le français des affaires.

Ils approfondissent leurs connaissances dans le domaine du marketing et des finances.

**Studieninhalt:**

- La commercialisation d'un produit
- La publicité
- La promotion des ventes
- Les relations publiques
- La distribution
- Les moyens de paiement – les opérations bancaires
- Les crédits à l'entreprise
- La comptabilité
- Le bilan
- La fiscalité
- Le conditionnel, le subjonctif

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

**Leistungs-  
nachweis:**

Praktische Arbeit mit Präsentation

**Literatur:**

Handout im Intranet unter :

FH Ingolstadt/ Fakultät W/ Dozenten / Schnackertz / Wirtschaftsfranzösisch 2

**Sonstiges:**

Eventuell Selbststudium bei zu geringer Teilnehmerzahl

## Chinesische Sprache 1

**Dozent:** Jing Chen

**Angebot im  
WS/SS**

**Zulassungsvoraussetzung:**

*keine*

**Lehrform:**

**2 SWS**

**Veranstaltungsform:**  
wöchentl. Vorlesung

**Studienziel:** Die Studierenden beherrschen die einfache Kommunikation im Alltag

**Studieninhalt:**

**Chinesische Sprache:**

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

**Chinesische Kultur:**

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

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

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

**Sonstiges:**

## Chinesische Sprache 2

**Dozent:** Jing Chen

**Angebot im  
WS/SS**

**Zulassungsvoraussetzung:**

*keine*

**2 SWS**

**Lehrform:**

**Veranstaltungsform:**  
wöchentl. Vorlesung

**Studienziel:** Die Studierenden beherrschen die einfache Kommunikation im Alltag

**Studieninhalt:** **Chinesische Sprache:**

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

**Chinesische Kultur:**

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

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

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

**Sonstiges:**

## TOEFL Course

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

## Russisch 1

**Dozent:** Anton Golovko

**Angebot im  
WS/SS**

**Zulassungsvoraussetzung:**

*keine*

**2 SWS**

**Lehrform:**

**Veranstaltungsform:**  
wöchentl. Vorlesung

**Studienziel:**

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

**Studieninhalt:**

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

**Leistungs-  
nachweis:**

Schriftliche Prüfung 90 Min.

**Literatur:**

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

**Sonstiges:**