

Fachhochschule der Wirtschaft

**Modulhandbuch
(Vollzeit)**

**International Business
(Bachelor of Arts)**

Studienjahr 2018/2019

Studiengang: International Business (B. A.)

Sehr geehrte Studierende,
sehr geehrte Kooperationspartner,
sehr geehrte Kolleginnen und Kollegen,

Sie erhalten die Modulübersicht für den Bachelor Studiengang International Business im Studienjahr 2018/2019. Diese Übersicht soll einerseits für die Studierenden eine Vorabinformation über die Studieninhalte sein und andererseits den Partnerunternehmen als Hilfe zur inhaltlichen Vorbereitung der Praxisphasen dienen. Darüber hinaus soll sie von den Dozenten zur modulübergreifenden Abstimmung herangezogen werden.

Mit freundlichen Grüßen

Prof. Dr. VORNAME NACHNAME

Inhaltsverzeichnis

	Seite
Modulaufteilung	4
Semester 1	6
Semester 2	24
Semester 3	41
Semester 4	58
Semester 5	76
Semester 6	88

Studiengang: International Business (B. A.)

Modulübersicht International Business - Bachelor of Arts

Modulgruppe/Modul	Semester	Kontakt- stunden	Selbst- studium	Credit Points (ECTS)	Art und Umfang der Prüfungsleistung
1. Semester					
Grundlagen der BWL	1	56	94	5	KL 90
Externes Rechnungswesen	1	48	102	5	KL 90
Wirtschaftsrecht	1	44	106	5	KL 90
Business English	1	32	58	3	KR 60
Wirtschaftsmathematik	1	56	94	5	KL 90
Communication and Presentation	1	32	28	2	RF
2. Fremdsprache I	1	40	110	5	KR 90
2. Semester					
Internes Rechnungswesen	2	52	68	4	KR 90
Arbeitsmethodik und wissenschaftliches Arbeiten	2	40	20	2	ST
Mikroökonomie	2	44	106	5	KL 90
Einführung in die Wirtschaftsinformatik	2	52	98	5	KR 90
Introduction into International Business	2	44	106	5	KL 90
2. Fremdsprache II	2	32	58	3	KR 60
Praxisphase I	2		180	6	RF
3. Semester					
Projekt- und Teammanagement	3	64	86	5	KRS 90
Operations Management	3	44	76	4	KR 90
Statistik	3	64	86	5	KL 90
International Business Environment	3	40	80	4	KR 90
2. Fremdsprache III	3	32	58	3	KR 60
Praxisphase II	3		270	9	Praxisarbeit
4. Semester					
Praxisphase III	4		90	3	RF
Controlling	4	44	76	4	KR 90
Geschäftsprozesse und betriebliche Informationssysteme	4	76	104	6	KL 120
International Marketing	4	40	110	5	KR 90
Investition und Finanzierung	4	60	90	5	KL 90
International Business Strategy	4	40	80	4	KR 90
2. Fremdsprache IV	4	32	58	3	KR 60

Studiengang: International Business (B. A.)

Modulübersicht International Business - Bachelor of Arts

Modulgruppe/Modul	Semester	Kontakt- stunden	Selbst- studium	Credit Points (ECTS)	Art und Umfang der Prüfungsleistung
5. Semester					
Praxisphase IV	5		150	5	RF
Entrepreneurship und Unternehmensführung	5	68	82	5	KRS 90
Organisation und Human Resource Management	5	44	106	5	KR 90
Makroökonomie und Außenwirtschaft	5	44	106	5	KL 90
International Capital Markets and Finance	5	32	118	5	KL 90
Multinational Enterprise Management	5	32	118	5	KR 90
6. Semester					
Unternehmensethik	6	40	110	5	KRS 90
2. Fremdsprache V	6	32	58	3	KR 60
Praxisphase V	6		210	7	RF
Bachelorthesis	6	-	360	12	Schriftliche Ausarbeitung
Kolloquium	6	-	90	3	Mündliche Prüfung
Summe		1400	4000	180	
<p>KL= Die Prüfung besteht ausschließlich aus einer Klausur; im Fall einer Klausur gibt die Zahl den Umfang der Klausur in Minuten an. RF = Die Prüfung besteht ausschließlich aus einem Referat KR = Die Prüfung ist entweder ein Referat oder eine Klausur; im Fall einer Klausur gibt die Zahl den Umfang der Klausur in Minuten an. RS = Die Prüfung besteht entweder aus einem Referat oder einer Studienarbeit KRS = Die Prüfung besteht entweder aus einer Klausur oder einem Referat oder einer Studienarbeit; im Fall einer Klausur gibt die Zahl den Umfang der Klausur in Minuten</p>					

Studiengang: International Business (B. A.)

Modul: Grundlagen der BWL

Semester: 1

Code der Veranstaltung: BWL

ECTS Punkte: 5

Kontaktstunden: 56

Selbststudium: 94

Dauer des Moduls: 1 Semester

Art des Moduls: Pflicht

Häufigkeit des Angebots: jedes Studienjahr

Gewichtung der Note in der Gesamtnote: 2,91%

Art und Umfang der Prüfungsleistung: KL 90 = Die Prüfung besteht ausschließlich aus einer Klausur; im Fall einer Klausur gibt es die Zahl den Umfang der Klausur in Minuten an.

Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. Klee

Lehrsprache: Deutsch

Dozenten: Prof. Dr. Klee, Prof. Dr. Hammer, Prof. Dr. Langemeyer, Wiese, Prof. Dr. Bergsiek, Prof. Dr. Padberg, Prof. Dr. Hempe, Prof. Dr. Körsgen, Prof. Dr. Peters

Zugangsvoraussetzungen:

keine

Verwendbarkeit des Moduls:

Operations Management, Marketing und Vertrieb, Entrepreneurship und Unternehmensführung, Investition und Finanzierung, Organisation und Human Resource Management, Wirtschaftsrecht

Qualifikations- und Kompetenzziele des Moduls:

Die Studierenden lernen die konstitutiven Entscheidungen und die Grundlagen der Organisation einer Unternehmung kennen. Sie verstehen die Bedeutung des wirtschaftlichen Handelns in Betrieben und entwickeln ein Gesamtmodell des betrieblichen Leistungserstellungsprozesses aus Sicht der Güter- und der Geldwirtschaft. Dabei werden auch die Beziehungen zu Beschaffungs-, Absatz- und Kapitalmärkten herausgearbeitet. Im Sinne einer funktional gegliederten Betriebswirtschaftslehre werden zentrale Unternehmensfunktionen als Vorbereitung auf weiterführende betriebswirtschaftliche Module umrissen, sodass die Studierenden die nachfolgenden Module der Betriebswirtschaftslehre in den betrieblichen Gesamtprozess einordnen und ihr Zusammenwirken erkennen können.

Lehr- und Lernmethoden des Moduls:

Vortrag, intensiver Einsatz von Beispielen und Übungen, Diskussion

Besonderes:

In besonderer Weise soll dieses grundlegende Modul eine Brücke zwischen betriebswirtschaftlicher Theorie und betrieblicher Praxis schlagen und den Studierenden so den Wert eines anwendungsorientierten, betriebswirtschaftlichen Studiums vor Augen führen.

Inhalt des Moduls:

1. Einführung in die Betriebswirtschaftslehre
 - 1.1 Wissenschaftlicher Standort der Betriebswirtschaftslehre
 - 1.2 Begriff des Betriebes und der Unternehmung
 - 1.3 Wirtschaftliches Handeln als Grundlage unternehmerischer Tätigkeit
2. Grundmodelle der Unternehmung
 - 2.1 Zielsystem der Unternehmung
 - 2.2 Betrieblicher Leistungsprozess
 - 2.3 Betriebliche Produktionsfaktoren
 - 2.4 Managementfunktionen

Studiengang: International Business (B. A.)

zu Modul: Grundlagen der BWL

3. Konstitutive Entscheidungen
 - 3.1 Betriebsgrößen und -typen
 - 3.2 Wahl des Standortes
 - 3.3 Rechtsformen von Unternehmen
 - 3.4 Unternehmensverbindungen: Kooperation und Konzentration
4. Organisation der Unternehmung
 - 4.1 Elemente und Strukturierung der Unternehmensorganisation
 - 4.2 Grundlagen der Aufbauorganisation
 - 4.3 Grundlagen der Ablauforganisation
5. Grundlagen zentraler Unternehmensfunktionen
 - 5.1 Grundlagen der Beschaffung (Materialwirtschaft)
 - 5.2 Grundlagen der Produktion
 - 5.3 Grundlagen der Absatzwirtschaft
 - 5.4 Grundlagen der Investition und der Finanzierung

Grundlegende Literatur

- Wöhe, Günther: Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, 25. Auflage, München 2013
- Vahs, Dietmar; Schäfer-Kunz, Jan: Einführung in die Betriebswirtschaftslehre, 7. Auflage, Stuttgart 2015

Ergänzende Literatur:

- Schriftenreihe WRW-Kompaktstudium, wrw-Verlag, Bände:
 - Organisation, 3. Auflage (2015)
 - Produktion, 3. Auflage (2015)
 - Marketing, 6. Auflage (2015)
 - Investitionsrechnung, 6. Auflage (2015)
 - Finanzierung, 8. Auflage (2015)

Studiengang: International Business (B. A.)

Modul: Externes Rechnungswesen

Semester: 1

Code der Veranstaltung: ERE

ECTS Punkte: 5

Kontaktstunden: 48

Selbststudium: 102

Dauer des Moduls: 1 Semester

Art des Moduls: Pflicht

Häufigkeit des Angebots: jedes Studienjahr

Gewichtung der Note in der Gesamtnote: 2,91%

Art und Umfang der Prüfungsleistung: KL 90 = Die Prüfung besteht ausschließlich aus einer Klausur; im Fall einer Klausur gibt es die Zahl den Umfang der Klausur in Minuten an.

Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. Padberg

Lehrsprache: Deutsch

Dozenten: Prof. Dr. Padberg, Prof. Dr. Gasper, Prof. Dr. Röpke, Prof. Dr. Allhoff, Prof. Dr. Hempe

Zugangsvoraussetzungen:

keine

Verwendbarkeit des Moduls:

Internes Rechnungswesen, Controlling, Finanzierung und Investition

Qualifikations- und Kompetenzziele des Moduls:

Die Studierenden verfügen über umfangreiche Kenntnisse der Buchhaltung und Bilanzierung und sehen die Bezüge zu neueren betriebswirtschaftlichen Techniken und Konzepten. Die Studierenden besitzen einen komprimierten Einblick in Buchungstechniken sowie Grundlagen der Bilanzierung und der Bewertungsvorschriften.

Lehr- und Lernmethoden des Moduls:

Klassischer Vortrag, Einsatz von Übungen

Besonderes:

Übungsaufgaben, Literaturstudium, Fallstudien

Inhalt des Moduls:

1. Einführung in das Rechnungswesen: Buchführungspflicht, Inventur, Inventar und Bilanz
 - 1.1 Buchführungspflicht
 - 1.2 Inventur und Inventar
 - 1.3 Bilanz
2. Verbuchung erfolgsneutraler Geschäftsvorfälle
 - 2.1 Kontenarten
 - 2.2 Auflösung der Bilanz in Bestandskonten
 - 2.3 Grundtypen erfolgsneutraler Geschäftsvorfälle
 - 2.4 Verbuchung von Geschäftsvorfällen
 - 2.5 Konteneröffnung und Kontenabschluss
3. Verbuchung erfolgswirksamer Geschäftsvorfälle
 - 3.1 Aufwand und Ertrag als Erfolgskomponenten
 - 3.2 Verbuchung auf den Aufwand- und Ertragskonten
 - 3.3 Gewinn- und Verlustkonto
 - 3.4 Eigenkapital- und Privatkonto

Studiengang: International Business (B. A.)

zu Modul: Externes Rechnungswesen

4. Verbuchung ausgewählter Geschäftsvorfälle
 - 4.1 Planmäßige Abschreibung
 - 4.2 Umsatzsteuer
 - 4.3 Privatkonto
 - 4.4 Rechnungsabgrenzungsposten
5. Grundlagen des Bilanzrechts
 - 5.1 Rechtliche Grundlagen
 - 5.2 Aufgaben und Adressaten der Bilanz
 - 5.3 Bilanztheorien
6. Bestandteile des Jahresabschlusses
 - 6.1 Gliederung der Bilanz
 - 6.2 Gliederung der GuV
 - 6.3 Anhang und weitere Bestandteile
7. Bilanzansatz und Bewertungsvorschriften
 - 7.1 Ansatzvoraussetzungen
 - 7.2 Zugangsbewertung
 - 7.3 GoB und Bewertungsprinzipien
8. (optional) Einführung in die Bilanzanalyse

Grundlegende Literaturhinweise

- Döring, U., Buchholz, R.: Buchhaltung und Jahresabschluss, Berlin, 2013
- Weber, J., Weißenberger, B. E.: Einführung in das Rechnungswesen- Bilanzierung und Kostenrechnung, Stuttgart, 2010

Ergänzende Literaturempfehlungen

- Coenenberg, A.G., Haller, A., Schultze, W.: Jahresabschluss und Jahresabschlussanalyse, Stuttgart, 2014
- Padberg, C; Padberg, T.; Werner, T.: Das neue HGB, Berlin, 2010

Studiengang: International Business (B. A.)

Modul: Wirtschaftsrecht

Semester: 1

Code der Veranstaltung: WRE

ECTS Punkte: 5

Kontaktstunden: 44

Selbststudium: 106

Dauer des Moduls: 1 Semester

Art des Moduls: Pflicht

Häufigkeit des Angebots: jedes Studienjahr

Gewichtung der Note in der Gesamtnote: 2,91%

Art und Umfang der Prüfungsleistung: KL 90 = Die Prüfung besteht ausschließlich aus einer Klausur; im Fall einer Klausur gibt es die Zahl den Umfang der Klausur in Minuten an.

Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. Zacher

Lehrsprache: Deutsch

Dozenten: Prof. Dr. Meyer, Prof. Dr. Zacher, Dr. Laws, Prof. Dr. Brock, Dr. Sonntag

Zugangsvoraussetzungen:

keine

Verwendbarkeit des Moduls:

Verwendbar für alle Studiengänge

Qualifikations- und Kompetenzziele des Moduls:

Die Studierenden können das Wirtschaftsrecht als Teil des Privatrechts in das deutsche- und internationale Rechtssystem einordnen und einfache juristische Fragestellungen aus der Praxis am Gesetzestext orientiert lösen. Dies insbesondere in den Bereichen Anbahnung, Durchführung und Abwicklung von Vertragsverhältnissen und im Falle eventueller Leistungsstörungen. Die erarbeiteten Grundkenntnisse und Methoden führen auch bei komplexeren Fragestellungen des Wirtschaftsrechts zu einem entsprechenden Problembewusstsein und einer Kommunikationsbasis, um in spezielleren Bereichen des Wirtschaftsprivatrechts interne oder externe Fachberater heranziehen zu können bzw. an der Erörterung entsprechender Problemstellungen aus betriebswirtschaftlicher Sicht teilzunehmen.

Lehr- und Lernmethoden des Moduls:

Unterschiedliche Lehr-/Lernumgebungen: Präsenzveranstaltungen, Eigenstudium; wechselnde Lehr-/Lehrmethoden: Individuelles und kooperatives Lernen, problem-orientiertes und integratives Lernen, Fallstudienarbeit und Übungen

Besonderes:

Inhalt des Moduls:

1. Überblick über die Rechtsordnung und Einführung in das Privatrecht
 - 1.1 Normenhierarchie/Unterscheidung formelles/materielles Recht
 - 1.2 Einteilung in die 3 Hauptrechtsgebiete und wichtige Untergruppen
 - 1.3 Unterteilung des Privatrechts und des Wirtschaftsrechts
2. Bürgerliches Recht – Einführung
 - 2.1 Grundgedanken des Privatrechts
 - 2.2 BGB – Allgemeiner Teil einschl. Überblick über die Rechtssubjekte des Wirtschaftsrechts
 - 2.3 Schuldrecht – Einführung und Rechtsgeschäftslehre

Studiengang: International Business (B. A.)

zu Modul: Wirtschaftsrecht

3. Vertragsrecht, Deliktsrecht und Produkthaftung
 - 3.1 Kaufverträge
 - 3.2 Dienstverträge
 - 3.3 Werkverträge
 - 3.4 Darlehens- bzw. Kreditverträge und Kreditsicherheiten
 - 3.5 Weitere Vertragstypen
 - 3.6 Deliktsrecht, Produkt- und Gefährdungshaftung

4. Einführung in das Gesellschaftsrecht
 - 4.1 Grundzüge des Gesellschaftsrechts
 - 4.2 Personengesellschaften
 - 4.3 Kapitalgesellschaften

Grundlegende Literaturhinweise

- Mehrings, J.: Grundzüge des Wirtschaftsprivatrechts, 3. Auflage, München 2015
- Müssig, P.: Wirtschaftsprivatrecht, 18., neu bearbeitete Auflage, Heidelberg 2015

Ergänzende Literaturempfehlungen

- Ullrich, N.: Wirtschaftsrecht für Betriebswirte, 7., vollständig überarbeitete und erweiterte Auflage, Herne 2012
- Schönemann, Wolfgang: Wirtschaftsprivatrecht, 6., neu bearb., Auflage, Stuttgart 2011,
- Gesetzestexte: BGB, Produkthaftungsgesetz, HGB, GmbHG, AktG jeweils in aktueller Fassung

Studiengang: International Business (B. A.)

Modul: Business English

Semester: 1

Code der Veranstaltung: BE

ECTS Punkte: 3

Kontaktstunden: 32

Selbststudium: 58

Dauer des Moduls: 1 Semester

Art des Moduls: Pflicht

Häufigkeit des Angebots des Moduls: jedes Studienjahr

Gewichtung der Note in der Gesamtnote:

Art und Umfang der Prüfungsleistung: KR 60 = Die Prüfung ist **entweder** ein Referat **oder** eine Klausur; im Fall einer Klausur gibt die Zahl den Umfang der Klausur in Minuten an.

Modulverantwortlicher : Carroll-Scott

Unterrichts-/Lehrsprache: Englisch

Dozent: Carroll-Scott, Kress

Zugangsvoraussetzungen:

Schulische Vorbildung

Verwendbarkeit des Moduls:

In allen Fachmodule der FHDW, die auf Englisch unterrichtet werden

Qualifikations- und Kompetenzziele des Moduls:

Die Studierenden erlangen Kenntnisse in der Terminologie und Grammatik sowie Sprechfertigkeiten, die sie befähigen, sich in sprachlich korrekter Form zu Grundthemen der Wirtschaft mündlich und schriftlich zu äußern.

Lehr- und Lernmethoden des Moduls:

Ausrichtung an den Methoden der modernen Fremdsprachenvermittlung. Im Vordergrund steht der funktional instrumentale Gesichtspunkt der Sprache in interaktiven Handlungsabläufen. Die rezeptiven und produktiven Kompetenzen werden geschult durch Rollenspiele, Partner- und Gruppenarbeit, Übungen, Fallstudien, Audio- und DVD Sequenzen und Internet Recherche.

Besonderes:

Inhalte des Moduls:

1. General Business Topics
 - 1.1 Company Organisations
 - 1.2 Products & Production
 - 1.3 Marketing & Advertising
2. Case Studies: White Collar Crime
3. Writing
 - 3.1 Intercultural Differences in Application Processes
 - 3.2 Applications: Curriculum Vitae & Cover Letters

Studiengang: International Business (B. A.)

zu Modul: Business English

Grundlegende Literaturhinweise:

- Cotton, D.: Market Leader, Harlow, 2010
- Trappe, T.: Intelligent Business, Harlow, 2011

Ergänzende Literaturempfehlungen:

- Peng, M.; Meyer, K.: International Business, Singapore, 2011
- McLean, B; Elkind, P.: The Smartest Guys in the Room, New York, 2013

Studiengang: International Business (B. A.)

Modul: Wirtschaftsmathematik

Semester: 1

Code der Veranstaltung: WIM

ECTS Punkte: 5

Kontaktstunden: 56

Selbststudium: 94

Dauer des Moduls: 1 Semester

Art des Moduls: Pflicht

Häufigkeit des Angebots: jedes Studienjahr

Gewichtung der Note in der Gesamtnote: 2,91%

Art und Umfang der Prüfungsleistung: KL 90 = Die Prüfung besteht ausschließlich aus einer Klausur; im Fall einer Klausur gibt es die Zahl den Umfang der Klausur in Minuten an.

Modulverantwortliche/r:

Prof. Dr. Peter Baeumle-Courth

Lehrsprache: Deutsch

Dozenten: Prof. Dr. Weigand, Prof. Dr. Baeumle-Courth, Prof. Dr. Kahnert, Prof. Dr. Malzkorn, Prof. Dr. Seifert, Prof. Dr. Bergsiek

Zugangsvoraussetzungen:

Schulische Vorbildung in Mathematik

Verwendbarkeit des Moduls:

Verwendbar für die Module Statistik, Internes Rechnungswesen, Mikroökonomie (nur Studiengänge BW und IB), Investition und Finanzierung, Makroökonomie und Außenwirtschaft (nur Studiengänge BW und IB)

Qualifikations- und Kompetenzziele des Moduls:

Die Studierenden besitzen grundlegende mathematische Kenntnisse aus den Bereichen der Mengenlehre, der Finanzmathematik, der Differentialrechnung einer und mehrerer Variablen, der Linearen Algebra sowie der Integralrechnung.

Sie können diese Kenntnisse und Fähigkeiten nutzen, um die volks- und betriebswirtschaftlichen Theorien, Modelle, Verfahren und Berechnungen zu verstehen und anzuwenden.

Lehr- und Lernmethoden des Moduls:

Methodische Mittel sind der klassischer Vortrag, Einsatz von Übungen sowie Fallbeispiele

Besonderes:

Übungsaufgaben, Literaturstudium

Inhalt des Moduls:

1. Grundlagen
 - 1.1 Aussagenlogik
 - 1.2 Mengen, Relationen, Funktionen
 - 1.3 Folgen, Reihen, Grenzwerte
2. Finanzmathematik
 - 2.1 Abschreibungen
 - 2.2 Investitions- und Finanzierungsentscheidungen
 - 2.3 Rentenrechnung
 - 2.4 Tilgungsrechnung
3. Differentialrechnung für Funktionen mit einer unabhängigen Variablen
 - 3.1 Grundlagen der Differentialrechnung
 - 3.2 Differentiationsregeln
 - 3.3 Kurvendiskussion mit ökonomischen Anwendungen
 - 3.4 Elastizität ökonomischer Funktionen

Studiengang: International Business (B. A.)

zu Modul: Wirtschaftsmathematik

4. Lineare Algebra
 - 4.1 Vektoren und Matrizen
 - 4.2 Lineare Gleichungssysteme
5. Differentialrechnung für Funktionen mit mehreren unabhängigen Variablen
 - 5.1 Funktionen mehrerer Variablen
 - 5.2 Partielle Ableitungen
 - 5.3 Extremwerte mit ökonomischen Anwendungen
6. Integralrechnung
 - 6.1 Grundzüge der Integralrechnung
 - 6.2 Partielle Integration und Substitution
 - 6.3 Ökonomische Anwendungen der Integralrechnung
 - 6.4 Interpolation und numerische Integration

Grundlegende Literaturhinweise:

- Schwarze, J.: Mathematik für Wirtschaftswissenschaftler, 1. Grundlagen, Herne 2015
- Schwarze, J.: Mathematik für Wirtschaftswissenschaftler, 2. Differential- und Integralrechnung, Herne 2010
- Schwarze, J.: Mathematik für Wirtschaftswissenschaftler, 3. Lineare Algebra, Lineare Optimierung und Graphentheorie. Herne 2010

Ergänzende Literaturempfehlungen:

- Arrenberg, J.: Finanzmathematik – Lehrbuch mit Übungen, Berlin 2013
- Senger, J.: Mathematik, Grundlagen für Ökonomen, Oldenbourg 2009

Studiengang: International Business (B. A.)

Modul: Communication and Presentation

Semester: 1

Code der Veranstaltung: KUP

ECTS Punkte: 2

Kontaktstunden: 32

Selbststudium: 28

Dauer des Moduls: 1 Semester

Art des Moduls: Pflicht

Häufigkeit des Angebots: Every year

Gewichtung der Note in der Gesamtnote: 1,16%

Art und Umfang der Prüfungsleistung: RF = The exam consists of a presentation.

Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. Eckrich

Lehrsprache: Englisch

Dozenten: Prof. Dr. Eckrich, Prof. Dr. Körs-
gen, Prof. Dr. Neschen

Zugangsvoraussetzungen:

None

Verwendbarkeit des Moduls:

Useful in all courses

Qualifikations- und Kompetenzziele des Moduls:

The students understand and use the basic principles and rules of groups oriented communication. They know how to communicate in a daily situation in business. This could be in meetings, presentations and informal discussions. The student learn the chances of a deliberate communication and know the risks of neglecting this area of expertise.

The students are introduced in communication, moderation and presentation skills. They learn how they are able to improve these skills and methods. They are able to reflect their own communication behaviour and know how they have to behave in different situations.

Lehr- und Lernmethoden des Moduls:

Lectures, presentations, role play and group work, self studies, exercises, case studies, literature review

Besonderes:

Inhalt des Moduls:

1. Introduction: Communication as a key element of social competence
2. Basic knowledge of communication
 - 2.1. The importance of communication in an average work day
 - 2.2. Models of communication
 - 2.3. The organisation and disorganisation of communication
3. Basic competences of personal communication
 - 3.1. Listening and interviewing technique
 - 3.2. Feedback instruments and their appliance
 - 3.3. nonverbal communication
4. Effective communication in groups
 - 4.1. Presentation and Reflectation
 - 4.2. Techniques of Visualisation
 - 4.3. Leading and moderate a meeting

Studiengang: International Business (B. A.)

zu Modul: Communication and Presentation

Basic Literature:

- Seifert, J.W.: Visualisieren, Präsentieren, Moderieren, Gabal-Verlag, 35. Aufl. 2015
- Simon, W. (2009): Der Große Methodenkoffer. Grundlagen der Kommunikation. Gabal, Offenbach, 5. Auflage

Additional Literature:

- Bischoff, I. (2007), Körpersprache und Gestik trainieren - Auftreten in Beruflichen Situationen – Ein Arbeitshandbuch, Weinheim Basel, 2007
- Crisand, E.; Crisand, M. (2010): Psychologie der Gesprächsführung, 9. Auflage, Hamburg
- Ernacher, C. (2008): Grundzüge der Verhandlungsführung, 2. Auflage, Vdf Hochschulverlag
- Kiesling-Sonntag, J. (2008): Zielvereinbarungsgespräche, 3. Auflage, Berlin
- Motte, P. (2009): Moderieren, Präsentieren, Faszinieren, Herdecke
- Molcho, S. (2001), Alles über Körpersprache, 4. Auflage, München, 2001
- Rosenberg, M.B. (2009): Gewaltfreie Kommunikation. 8. Auflage, Paderborn 2009
- Schöneberger, H. (2006): Kommunikationsmodell von Schulz v. Thun, in: Kommunikation von Unternehmertum, München
- Watzlawick, P. et al (2007): Menschliche Kommunikation – Formen, Störungen, Paradoxien, Bern

Studiengang: International Business (B. A.)

Modul: 2. Fremdsprache I - Spanisch

Semester: 1

Code der Veranstaltung: SPA I

ECTS Punkte: 5

Kontaktstunden: 40

Selbststudium: 110

Dauer des Moduls: 1 Semester

Art des Moduls: Pflicht

Häufigkeit des Angebots des Moduls: jedes Studienjahr

Gewichtung der Note in der Gesamtnote: 2,91%

Art und Umfang der Prüfungsleistung: KR 90 = Die Prüfung ist **entweder** ein Referat **oder** eine Klausur; im Fall einer Klausur gibt die Zahl den Umfang der Klausur in Minuten an.

Modulverantwortlicher : Carroll-Scott

Unterrichts-/Lehrsprache: Spanisch

Dozent: Ricken, Arones

Zugangsvoraussetzungen: Keine

Verwendbarkeit des Moduls:

Die Studierenden können sich auf einfache Art verständigen, wenn die Gesprächspartnerinnen oder Gesprächspartner langsam und deutlich sprechen und bereit sind zu helfen.

Qualifikations- und Kompetenzziele des Moduls:

Die Studierenden erlangen Grundkenntnisse in den vier Fertigkeiten Hören, Sprechen, Lesen und Schreiben in Alltagssituationen und im soziokulturellen Bereich Spaniens und Lateinamerikas und können diese einsetzen.

Lehr- und Lernmethoden des Moduls:

Die rezeptiven und produktiven Fertigkeiten werden in Anlehnung an die Bedürfnisse der jeweiligen Gruppe mündlich und schriftlich unter Einsatz von Übungen, aktuellen Zeitungsartikeln, Büchern, audiovisuellen Hilfsmitteln intensiv geschult, wobei diese die Möglichkeit zu Gesprächen, Debatten und praktischer Anwendung bieten und die aktive Mitarbeit aller Studierenden fordern.

Besonderes:

Inhalte des Moduls:

- 1 Personalpronomen
- 2 Das Substantiv und der Artikel
- 3 Das Adjektiv
- 4 Pluralbildung
- 5 Präsens der Verben
- 6 Ser/estar I
- 7 Die Verneinung
- 8 Die Fragewörter
- 9 Die Grundzahlen
- 10 Hay / estar
- 11 Die Betonung
- 12 Demonstrativa
- 13 Muy und mucho

Studiengang: International Business (B. A.)

Zu Modul: 2. Fremdsprache I – Spanisch

- 14 Para + Infinitiv
- 15 Direktes Objekt mit a
- 16 Die Tageszeiten, die Uhrzeit
- 17 Unbetonte und betonte Possessivpronomen
- 18 Tener que / hay que + Infinitiv
- 19 Indirekte Rede
- 20 Das Perfekt
- 21 Nahe Zukunft und nahe Vergangenheit
- 22 Reflexive Verben
- 23 Unregelmäßige Verben
- 24 Relativpronomina
- 25 Ordnungszahlen
- 26 Objektpronomina
- 27 Der bejahte Imperativ
- 28 Der Komparativ
- 29 Der Superlativ
- 30 Das Subjuntivo Präsens

Grundlegende Literaturhinweise

- Lalana Lac, F.: Tramontana Intensivkurs Spanisch, Stuttgart, 2003
- Castro, F.: Uso de la gramática española, elemental, Stuttgart, 2012

Ergänzende Literaturempfehlungen

- Ediciones, SM.: Preparación DELE A1, Madrid, 2011
- Ediciones, SM.: Preparación DELE A2, Madrid, 2011

Studiengang: International Business (B. A.)

Modul: 2. Fremdsprache I – Französisch

Semester: 1

Code der Veranstaltung: FRA I

ECTS Punkte: 5

Kontaktstunden: 40

Selbststudium: 110

Dauer des Moduls: 1 Semester

Art des Moduls: Pflicht

Häufigkeit des Angebots des Moduls: jedes Studienjahr

Gewichtung der Note in der Gesamtnote: 2,91%

Art und Umfang der Prüfungsleistung: KR 90 = Die Prüfung ist **entweder** ein Referat **oder** eine Klausur; im Fall einer Klausur gibt die Zahl den Umfang der Klausur in Minuten an.

Modulverantwortlicher: Carroll-Scott

Unterrichts-/Lehrsprache: Französisch

Dozent: Croisier-Schulte, Houdus

Zugangsvoraussetzungen: Schulische Vorbildung

Verwendbarkeit des Moduls:

Qualifikations- und Kompetenzziele des Moduls:

Die Studierenden erweitern ihre sprach- und landeskundlichen Kenntnisse, um die Entwicklungstendenzen der französischen Gesellschaft und des Arbeitsmarktes zu verstehen.

Lehr- und Lernmethoden des Moduls:

Multimediale Fremdsprachendidaktik

Lernen im Kontext eines aufgaben- und handlungsorientierten Fremdsprachenunterrichtes

Allgemein wird auf die umfassende Nutzung der Ressourcen (große Auswahl der unterschiedlichsten Materialien), die Abstimmung der Lernaufgaben auf die Bedürfnisse der Lerngruppe und die Förderung der Autonomie viel Wert gelegt. Die inhaltliche Arbeit erfolgt ausschließlich anhand authentischer Materialien. Die Wortschatzerweiterung und die notwendige Grammatik erfolgen im Kontext. Die Erarbeitung der Lern- und Redemittel ist in realitätsnahe kommunikative Situationen eingebettet. Die Studenten beschaffen sich die geforderten Informationen mit Hilfe moderner Kommunikations- und Informationsmedien selbstständig, werten sie aus und stellen sie in einer abschließenden Präsentation vor.

Besonderes:

Inhalte des Moduls:

- 1 Die französische Arbeitswelt
 - 1.1 Einführung in die Terminologie zu dieser Thematik
 - 1.2 Die erwerbstätige Bevölkerung
 - 1.3 Verschiedene Berufskategorien
 - 1.4 Neue Arbeitsformen (Telearbeit, flexible Arbeitszeiten; Zeitarbeit)
 - 1.5 Das Arbeitsverhältnis (Arbeitsvertrag, CDD, CDI, Mindestlohn / Kündigung)
 - 1.6 Die Arbeitslosigkeit
 - 1.7 Die sozialen Errungenschaften
- 2 Bewerbungen
 - 2.1 Stellenanzeigen
 - 2.2 Lebenslauf
 - 2.3 Bewerbungsunterlagen
 - 2.4 Vorstellungsgespräch

Grammatik:

Studiengang: International Business (B. A.)

Angleichung des Partizips im 'passé composé' mit 'avoir'
Das 'passé composé' der Pronominalverben
Gegenüberstellung von 'imparfait' und 'passé composé'
Der irrealer Bedingungssatz mit „si“
Style indirect

Konditional I und II: Bildung, unregelmäßige Verben
und Anwendungsmöglichkeiten

Grundlegende Literaturhinweise

- Cherifi, S; Girardeau, B.: Travailler en français en entreprise 2, Berlin, 2009
- Danilo, M.; Tauzin, B.: Le français de l'entreprise, Stuttgart, 1991

Ergänzende Literaturempfehlungen

- Jöckel S.: Training Wirtschaftsfranzösisch, München, 2001
- Penfornis, J.: Vocabulaire progressif du français des affaires, Stuttgart 2013

Studiengang: International Business (B. A.)

Modul: 2. Fremdsprache I – Chinesisch

Semester: 1

Code der Veranstaltung: CHIN I

ECTS Punkte: 5

Kontaktstunden: 40

Selbststudium: 110

Dauer des Moduls: 1 Semester

Art des Moduls: Pflicht

Häufigkeit des Angebots des Moduls:

jedes Studienjahr

Gewichtung der Note in der Gesamtnote: 2,91%

Art und Umfang der Prüfungsleistung: KR 90 = Die Prüfung ist **entweder** ein Referat **oder** eine Klausur; im Fall einer Klausur gibt die Zahl den Umfang der Klausur in Minuten an.

Modulverantwortlicher : Carroll-Scott

Unterrichts-/Lehrsprache: Chinesisch

Dozenten: Yang, Wang, Li

Zugangsvoraussetzungen: keine

Verwendbarkeit des Moduls:

Die Studierenden können vertraute, alltägliche Ausdrücke und ganz einfache Sätze verstehen und verwenden, die auf die Befriedigung konkreter Bedürfnisse zielen. (GER: Niveau A1)

Qualifikations- und Kompetenzziele des Moduls:

Den Studierenden wird eine möglichst umfangreiche kommunikative Kompetenz vermittelt. Diese soll sich auf den rezeptiven und produktiven Sektor erstrecken. Chinesische Denke- und Verhaltensweisen sollen verständlich gemacht werden und aus der chinesischen Kultur und deren historischen und weltanschaulichen Hintergründen erklärt werden. Die Absolventen sollen bei Aufenthalten in China, bei Gesprächen und bei Verhandlungen eine tragfähige sprachliche Handlungsfähigkeit besitzen, die sich auf das Sprechen, das (Hör)verstehen, das Lesen von Schriftzeichen und Texten und in Ansätzen auch das Schreiben erstrecken. Die im chinesischen Alltag und Berufsleben häufigsten 1000 Wörter sollen den Teilnehmer geläufig sein.

Lehr- und Lernmethoden des Moduls:

Die rezeptiven und produktiven Fertigkeiten werden anhand aufgaben- und handlungsorientierten Texte unter Einsatz von Lehrbüchern, einfachen authentischen Materialien, audiovisuellen Hilfsmitteln geschult. Die aktive Mitarbeit der Studenten bei den Übungen, Partnerarbeiten, Rollenspielen, Diskussionen ist erforderlich.

Besonderes:

Inhalte des Moduls:

1. Themen - Das Alltagsleben (I)
 - 1.1 Einführung der Sprach und Kultur
 - 1.2 Begrüßung
 - 1.3 Sich und andere Vorstellen
 - 1.4 Über die Familie
 - 1.5 Fragen stellen
 - 1.6 Sich bedanken; Lernen von Zahlwörtern
 - 1.7 Einfach Small Talk führen

Studiengang: International Business (B. A.)

Zu Modul: 2. Fremdsprache I - Chinesisch

2. Grammatik
 - 2.1 Wortfolge im chinesischen Satz
 - 2.2 Sätze mit Adjektiv-Prädikat
 - 2.3 Personalpronomen
 - 2.4 Interrogativpronomen, Bildung der Fragesätze
 - 2.5 Sätze mit Verbal-Prädikat
3. Phonetik
 - 3.1 Anlaute und Auslaute
 - 3.2 Ausspracheregeln

Grundlegende Literaturhinweise

- Beijing Fremdsprachen Institut: Praktisches Chinesisch I, Beijing 2013
- Chabbi, T.: Liao, Liao. Kursbuch & Arbeitsbuch, München 2009

Ergänzende Literaturempfehlungen

- Deng S.; Zhang X.: Chinesisch für Deutsche, Dragon, 2009
- Hernig, M.: China: Ein Länderporträt, Berlin 2014

Studiengang: International Business (B. A.)

Modul: Internes Rechnungswesen

Semester: 2

Code der Veranstaltung: IRE

ECTS Punkte: 4

Kontaktstunden: 52

Selbststudium: 68

Dauer des Moduls: 1 Semester

Art des Moduls: Pflicht

Häufigkeit des Angebots: jedes Studienjahr

Gewichtung der Note in der Gesamtnote: 2,33%

Art und Umfang der Prüfungsleistung: KR 90 = Die Prüfung ist **entweder** ein Referat **oder** eine Klausur; im Fall einer Klausur gibt die Zahl den Umfang der Klausur in Minuten an.

Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. Gasper

Lehrsprache: Deutsch

Dozenten: Prof. Dr. Gasper, Prof. Dr. Röpke, Prof. Dr. Padberg, Prof. Dr. Langemeyer, Prof. Dr. Hempe

Zugangsvoraussetzungen:

Externes Rechnungswesen

Verwendbarkeit des Moduls:

Controlling, Vertriebscontrolling

Qualifikations- und Kompetenzziele des Moduls:

Die Studierenden erhalten einen umfassenden Einblick in Kosten- und Erfolgsrechnungssysteme. Sie sind in der Lage, die verschiedenen Systeme in der Praxis anzuwenden und mit anderen betriebswirtschaftlichen Fragestellungen zu verknüpfen. Beispiele hierfür sind die Herleitung der Kosten und Leistungen aus dem externen Rechnungswesen und verschiedene Kalkulationsschemata.

Lehr- und Lernmethoden des Moduls:

Klassischer Vortrag, Einsatz von Beispielen und Übungen, Fallstudienarbeit, Gruppenarbeit

Besonderes:

Übungsaufgaben, Literaturstudium, Fallstudien

Inhalt des Moduls:

1. Grundlagen der Kosten- und Leistungsrechnung
 - 1.1 Teilgebiete des Rechnungswesens
 - 1.2 Abgrenzung der Grundbegriffe des Rechnungswesens
 - 1.3 Hauptaufgaben der Kostenrechnung
 - 1.4 Teilbereiche der Kostenrechnung
 - 1.5 Kostenrechnungssysteme
2. Kostenartenrechnung
 - 2.1 Aufgaben der Kostenartenrechnung
 - 2.2 Ermittlung der kalkulatorischen Kosten
 - 2.3 Aufspaltung der GuV in Betriebsergebnis und Neutrales Ergebnis
 - 2.4 Organisation der Finanzbuchhaltung und der Kostenrechnung
 - 2.5 Einteilung der Kosten
3. Kostenstellenrechnung
 - 3.1 Aufgaben der Kostenstellenrechnung
 - 3.2 Definition: Hauptkostenstellen, Hilfskostenstellen
 - 3.3 Einteilung des Betriebs in Kostenstellen
 - 3.4 Aufgaben und Aufbau des Betriebsabrechnungsbogens

Studiengang: International Business (B. A.)

zu Modul: Internes Rechnungswesen

4. Kostenträgerrechnung
 - 4.1 Aufgaben der Kostenträgerrechnung
 - 4.2 Definition: Herstellkosten, Selbstkosten
 - 4.3 Kalkulationsverfahren

Grundlegende Literaturhinweise

- Däumler, K.D., Grabe, J.: Kostenrechnung 1 – Grundlagen, Herne/Berlin, 2013
- Werner, T.: Grundlagen der Kosten- und Leistungsrechnung mit Aufgaben und Lösungen, Paderborn, 2011

Ergänzende Literaturempfehlungen

- Friedl, G., Hofmann, C., Pdell, B.: Kostenrechnung. Eine entscheidungsorientierte Einführung, München, 2013
- Olfert, K.: Kostenrechnung, Ludwigshafen, 2013

Studiengang: International Business (B. A.)

Modul: Arbeitsmethodik und wissenschaftliches Arbeiten

Semester: 2

Code der Veranstaltung: WIA

ECTS Punkte: 2

Kontaktstunden: 40

Selbststudium: 20

Dauer des Moduls: 1 Semester

Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. Malzkorn

Lehrsprache: Deutsch

Dozenten: Prof. Dr. Körsgen, Prof. Dr. Eckrich, Prof. Dr. Neschen, Prof. Dr. Koch, Prof. Dr. Künzel, Prof. Dr. Thiemermann, Prof. Dr. Langemeyer, Prof. Dr. Hammer, Prof. Dr. Brinkmann

Art des Moduls: Pflicht

Häufigkeit des Angebots: jedes Studienjahr

Gewichtung der Note in der Gesamtnote: 1,16%

Art und Umfang der Prüfungsleistung: ST = Die Prüfungsleistung besteht ausschließlich aus einer Studienarbeit

Zugangsvoraussetzungen:

keine

Verwendbarkeit des Moduls:

in allen nachfolgenden Modulen

Qualifikations- und Kompetenzziele des Moduls:

- Befähigung zu zielorientiertem Lernen und zur Anwendung systematischer Arbeitsmethodik
- Verständnis der methodologischen Voraussetzungen und Grundlagen wissenschaftlicher Forschung und Theoriebildung
- Befähigung zur reflektierten Auswahl der wissenschaftlichen Methoden für eigene Forschungen sowie zu wissenschaftlich fundierter und stringenter Argumentation
- Befähigung zur Konzeption und Realisierung wissenschaftlicher Arbeiten im Rahmen des Studiums (Praxis- und Thesisarbeiten)
- Überblick über wissenschaftliche Literaturtypen und -quellen sowie Einübung des Umgangs mit diesen Quellen im Rahmen von Recherchetätigkeiten
- Umfassende Kenntnisse in der Verwendung von MS-Excel als Mittel zur Sammlung, Aufbereitung und Analyse wissenschaftlicher Daten

Lehr- und Lernmethoden des Moduls:

Vorlesung mit integrierten Übungseinheiten, Gruppendiskussion und Gruppenarbeit, Hausaufgaben, Fallstudienarbeit, betreute praktische Übungsaufgaben

Besonderes:

Bibliotheksbesuch, Literaturquellensuche und -nutzung, Internetrecherche, praktische Übungen am PC

Inhalt des Moduls:

1. Arbeitsmethodik
 - 1.1 Effektives Lernen
 - 1.2 Zeitmanagement
 - 1.3 Problemlösungsmethodik
 - 1.4 Effektiver Umgang mit Prüfungen

Studiengang: International Business (B. A.)

zu Modul: Arbeitsmethodik und wissenschaftliches Arbeiten

2. Wissenschaftliche Methodenlehre
 - 2.1 Qualitätskriterien wissenschaftlicher Arbeit
 - 2.2 Wissenschaftliche Theorie und Theoriebildung
 - 2.3 Wissenschaftliche Argumentation und Beweisführung
 - 2.4 Erklärung und Vorhersage
 - 2.5 Empirische Wirtschafts- und Sozialforschung (inkl. Daten und Datenquellen)
3. Wissenschaftliches Arbeiten als Projekt
 - 3.1 Problem und wissenschaftliche Fragestellung
 - 3.2 Informationsphase
 - 3.3 Untersuchungskonzept
 - 3.4 Produktion wissenschaftlicher Erkenntnis
 - 3.5 Anforderungen an wissenschaftliche Texte
 - 3.6 Gliederung und Aufbau
 - 3.7 Manuskripterstellung
 - 3.8 Die Verteidigung einer wissenschaftlichen Arbeit
4. Wissenschaftliche Literatur und Literaturrecherche
 - 4.1 Aufbau des Bibliothekswesens in Deutschland
 - 4.2 Struktur und Aufbau von Katalogen (mit Fallbeispielen)
 - 4.3 Suchstrategien in Katalogen und im Internet
 - 4.4 Typen wissenschaftlicher Veröffentlichungen
5. Grundlagen von Excel
 - 5.1 Zellen, Bereiche und Bezüge
 - 5.2 Einfache und mehrdimensionale Arbeitsblätter
 - 5.3 Ausgewählte Funktionen (logische, mathematische, statistische und Matrixfunktionen)
 - 5.4 Pivottabellen
 - 5.5 Diagramme und Graphiken

Grundlegende Literaturhinweise

- Balzert, H.; Schröder, M.; Schäfer, C.: Wissenschaftliches Arbeiten; Dortmund, 2011
- Simon, W.: Der Große Methodenkoffer. Grundlagen der Arbeitsorganisation; Offenbach, 2009

Ergänzende Literaturempfehlungen

- Kolberg, M.: Microsoft Excel 2013 auf einen Blick; Köln, 2013
- Kornmeier, M.: Wissenschaftstheorie und wissenschaftliches Arbeiten. Eine Einführung für Wirtschaftswissenschaftler; Heidelberg, 2007

Studiengang: International Business (B. A.)

Modul: Mikroökonomie

Semester: 2

Code der Veranstaltung: MIK

ECTS Punkte: 5

Kontaktstunden: 44

Selbststudium: 106

Dauer des Moduls: 1 Semester

Art des Moduls: Pflicht

Häufigkeit des Angebots: jedes Studienjahr

Gewichtung der Note in der Gesamtnote: 2,91%

Art und Umfang der Prüfungsleistung: KL 90 = Die Prüfung besteht ausschließlich aus einer Klausur; im Fall einer Klausur gibt es die Zahl den Umfang der Klausur in Minuten an.

Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. Brandt

Lehrsprache: Deutsch

Dozenten: Prof. Dr. Brandt, Prof. Dr. Hammer, Prof. Dr. Heuser, Prof. Dr. Wilbert, Wiese

Zugangsvoraussetzungen:

Wirtschaftsmathematik

Verwendbarkeit des Moduls:

Verwendbar mit dem Modul Makroökonomie und Außenwirtschaft

Qualifikations- und Kompetenzziele des Moduls:

Die Studierenden können die Aufgaben- und Fragestellungen der Volkswirtschaftslehre in den Wirtschaftswissenschaften einordnen und sicher mit ökonomischen Grundbegriffen sowie den dahinter stehenden Basiskonzepten umgehen. Sie verstehen die Prinzipien des Wirtschaftskreislaufes, des ökonomischen Wirtschaftens, der Arbeitsteilung, der individuellen Anreizsteuerung und der ökonomischen Entscheidungsfindung. Sie sind mit der volkswirtschaftlichen und insbesondere der mikroökonomischen Denkweise sowie den marktwirtschaftlichen Grundlagen vertraut und können zur Bedeutung von Staat, Institutionen und Wirtschaftspolitik in einer modernen Marktwirtschaft kompetent Stellung nehmen. Die Teilnehmer sind in der Lage, die wichtigsten nachfrage- und angebotsbezogenen Fragestellungen fundiert zu beantworten, die Relevanz unterschiedlicher Marktformen vom Polypol bis zum Monopol für die wettbewerbliche Situation von Unternehmen modellbezogen zu diskutieren und die Technik der komparativ-statischen Analyse im Angebots-Nachfrage-Diagramm sicher anzuwenden. Auf dieser Basis können sie zudem die Faktormärkte in die Analyse zu integrieren.

Lehr- und Lernmethoden des Moduls:

Vorlesung mit integrierten Übungseinheiten, Gruppendiskussion, Hausaufgaben, Fallstudienarbeit, zum Teil E-Learning

Besonderes:

Inhalt des Moduls:

1. Einführung Volkswirtschaftslehre
 - 1.1 Bedeutung der Volkswirtschaftslehre
 - 1.2 Grundbegriffe und Ausgangstatbestände
 - 1.3 Methodik

2. Haushalte, Unternehmen und Märkte
 - 2.1 Güternachfrage der Haushalte
 - 2.2 Güterangebot der Unternehmen
 - 2.3 Formen von Markt und Wettbewerb
 - 2.4 Funktionen von Faktormärkten

Studiengang: International Business (B. A.)

zu Modul: Mikroökonomie

3. Marktwirtschaft, Staat und Wirtschaftspolitik
 - 3.1 Marktwirtschaft als System
 - 3.2 Staat und Marktwirtschaft
 - 3.3 Wirtschaftspolitik
4. Sonderfragen

Grundlegende Literaturhinweise

- Mankiw, N. G., Taylor, M.P.: Grundzüge der Volkswirtschaftslehre, 5. Auflage, Stuttgart, 2012
- Samuelson, P.A., Nordhaus, W.D.: Volkswirtschaftslehre, 4. Auflage, München, 2010

Ergänzende Literaturempfehlungen

- Pindyck, R.S., Rubinfeld, D.L.: Mikroökonomie, 8. Auflage, München, 2013
- Varian, H. R.: Grundzüge der Mikroökonomik, 8. Auflage, München, 2011

Studiengang: International Business (B. A.)

Modul: Einführung in die Wirtschaftsinformatik

Semester: 2

Code der Veranstaltung: WIN

ECTS Punkte: 5

Kontaktstunden: 52

Selbststudium: 98

Dauer des Moduls: 1 Semester

Art des Moduls: Pflicht

Häufigkeit des Angebots: jedes Studienjahr

Gewichtung der Note in der Gesamtnote: 2,91%

Art und Umfang der Prüfungsleistung: KR 90 = Die Prüfung ist **entweder** ein Referat **oder** eine Klausur; im Fall einer Klausur gibt die Zahl den Umfang der Klausur in Minuten an.

Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. Koch

Lehrsprache: Deutsch

Dozenten: Prof. Dr. Nieland, Prof. Dr. Koch, Prof. Dr. Baeumle-Courth, Prof. Dr. Kahnert, PD Dr. Borschbach, Prof. Dr. Seifert, Prof. Dr. Reus

Zugangsvoraussetzungen:

Grundlagen der BWL

Verwendbarkeit des Moduls:

Verwendbar für das Modul Betriebliche Informationssysteme und Geschäftsprozesse sowie konsekutive Master Studiengänge

Qualifikationsziele des Moduls:

Die Studierenden erlangen einen anwendungsorientierten Überblick über das Themenspektrum der Wirtschaftsinformatik. Sie kennen die grundlegenden Prinzipien und Paradigmen von Computersystemen und Rechnernetzen. Die Studierenden verstehen den konzeptionellen Kern von Informationssystemen und können die strategische Bedeutung von Informationssystemen in unterschiedlichen Anwendungsfeldern und Hierarchieebenen beurteilen. Die Teilnehmer können Herausforderungen und Handlungsoptionen, die sich im Kontext des E-Commerce und E-Business für vernetzte Unternehmen ergeben, erkennen und auf konzeptueller Ebene beschreiben. Sie wissen um die Bedeutung der sich daraus ergebenden inner- und außerbetrieblichen Integration von Anwendungssystemen.

Lehr- und Lernmethoden des Moduls:

Vortrag, Einsatz von Übungen, Fallstudienarbeit, Gruppenarbeit. Übungsaufgaben, Literaturstudium, Fallstudien.

Inhalte des Moduls:

1. Informationssysteme
 - 1.1. Sinn und Zweck von Informationssystemen
 - 1.2. Bedeutung von IT und Wirtschaftsinformatik
2. Hardware und Soft
 - 2.1. Daten und Codes
 - 2.2. Rechnerarchitekturen
 - 2.3. Betriebssysteme und Anwendungssoftware
3. Kommunikationssysteme und Internet
 - 3.1. Client-Server- und Peer-to-Peer-Modelle
 - 3.2. Vermittlungsarten und Protokolle
 - 3.3. Internet, Dienste und Standards

Studiengang: International Business (B. A.)

Zu Modul: Einführung in die Wirtschaftsinformatik

4. Strategische Rolle von Informationssystemen
 - 4.1. Informationssysteme in Unternehmen
 - 4.2. Klassifikation von Anwendungssystemen
 - 4.3. Operative Anwendungssysteme
 - 4.4. Managementinformationssysteme und strategische Informationssysteme
5. E-Commerce und E-Business
 - 5.1. Neue Wertschöpfungschancen durch das Internet
 - 5.2. Geschäftsmodelle des E-Business und deren Besonderheiten
6. Inner- und überbetriebliche Geschäftsprozessintegration
 - 6.1. Integration von Anwendungssystemen: ERP-Systeme
 - 6.2. E-Procurement
 - 6.3. Supply Chain Management
 - 6.4. Customer Relationship Management

Literatur:

- Laudon/Laudon/Schoder: Wirtschaftsinformatik, Pearson Studium, 2006
- Hansen/Neumann: Wirtschaftsinformatik 1, UTB Verlag, 2009
- Hansen/Neumann: Wirtschaftsinformatik 2, UTB Verlag, 2005
- O'Brien/Marakas: Introduction of Information Systems, McGraw Hill, 2009
- Stahlknecht/Hasenkamp: Einführung in die Wirtschaftsinformatik, Springer Verlag, 2012
- Turban/Volonino: Information Technology for Management, Wiley & Sons, 2009

Studiengang: International Business (B. A.)

Modul: Introduction to International Business

Semester: 2

Code der Veranstaltung: IIB

ECTS Punkte: 5

Kontaktstunden: 44

Selbststudium: 106

Dauer des Moduls: 1 Semester

Art des Moduls: Pflicht

Häufigkeit des Angebots des Moduls: jährlich

Gewichtung der Note in der Gesamtnote: 2,91%

Art und Umfang der Prüfungsleistung: KL 90 = Die Prüfung besteht ausschließlich aus einer Klausur, die Zahl gibt den Umfang in Minuten an.

Modulverantwortlicher : Prof. Dr. Peters

Unterrichts-/Lehrsprache: Englisch

Dozenten: Prof. Dr. Bruse, Prof. Dr. Heuser,
Prof. Dr. Röchter, Prof. Dr. Peters

Zugangsvoraussetzungen:

Grundlagen der BWL, Business English I

Verwendbarkeit des Moduls:

Verwendbar für die Module International Business Environment, International Business Strategy, International Marketing, Business Operations and Multinational Enterprise Management

Qualifikations- und Kompetenzziele des Moduls:

The module gives the students an understanding of the international business discipline. Upon completion of the module the students are familiar with the phenomenon of multinational business activity in its relevant context. They are able to determine the opportunities and challenges produced by a changing world economic geography and globalization. They are able to interpret the significance of country differences for international business activities. The students will specifically develop a sensitivity for intercultural differences.

Lehr- und Lernmethoden des Moduls:

Lecture, Self-study, Exercises, Case Studies, Literature studies, Group Work, Presentations

Besonderes:

Inhalte des Moduls:

1. Introduction to the global business environment
 - 1.1 The world economy
 - 1.2 Globalization patterns
2. Context and phenomenon of the multinational enterprise
 - 2.1 International trade theories
 - 2.2 Foreign direct investments
 - 2.3 Regional economic Integration
 - 2.4 Structures and international value chains
3. Managing across borders
 - 3.1 Cross country differences
 - 3.2 Intercultural competencies

Studiengang: International Business (B. A.)

zu Modul: Introduction to International Business

Grundlegende Literaturhinweise

- Hill, C.W.L.; Hult, G.T.M.: Global Business Today, New York, 2015
- Stutz, F.P.; Warf, B.: The World Economy: Geography, Business, Development, New York, 2012

Ergänzende Literaturempfehlungen

- Beamer, L.; Varner, I.: Intercultural Communication in the Global Workplace, New York, 2010
- Dicken, P.: Global Shift: Mapping the Changing Contours of the World Economy, London, 2014

Studiengang: International Business (B. A.)

Modul: 2. Fremdsprache II - Spanisch

Semester: 2

Code der Veranstaltung: SPA II

ECTS Punkte: 3

Kontaktstunden: 32

Selbststudium: 58

Dauer des Moduls: 1 Semester

Art des Moduls: Pflicht

Häufigkeit des Angebots des Moduls: jedes Studienjahr

Gewichtung der Note in der Gesamtnote: 1,74 %

Art und Umfang der Prüfungsleistung: KR 60 = Die Prüfung ist **entweder** ein Referat **oder** eine Klausur; im Fall einer Klausur gibt die Zahl den Umfang der Klausur in Minuten an.

Modulverantwortlicher : Carroll-Scott

Unterrichts-/Lehrsprache: Spanisch

Dozenten: Ricken, Arones

Zugangsvoraussetzungen: Spanisch I

Verwendbarkeit des Moduls:

Die Studierenden können sich in einfachen, routinemäßigen Situationen verständigen, in denen es um einen einfachen und direkten Austausch von Informationen über vertraute und geläufige Dinge geht.

Qualifikations- und Kompetenzziele des Moduls:

Aufbau, Ergänzung der Kenntnisse in den vier Fertigkeiten Hören, Sprechen, Lesen und Schreiben in Alltagssituationen und im soziokulturellen Bereich Spaniens und Lateinamerikas. Die Studierenden können diese einsetzen, sie erweitern ihre sprach- und landeskundlichen Kenntnisse und verstehen die Terminologie der Wirtschaft und Handelskorrespondenz.

Lehr- und Lernmethoden des Moduls:

Die rezeptiven und produktiven Fertigkeiten werden in Anlehnung an die Bedürfnisse der jeweiligen Gruppe mündlich und schriftlich unter Einsatz von Übungen, aktuellen Zeitungsartikeln, Büchern, audiovisuellen Hilfsmitteln intensiv geschult, wobei diese die Möglichkeit zu Gesprächen, Debatten und praktischer Anwendung bieten und die aktive Mitarbeit aller Studierenden fordern.

Inhalte des Moduls:

- 1 Grammatik
 - 1.1 al + Infinitiv
 - 1.2 Gerundium
 - 1.3 Unregelmäßige Verben
 - 1.4 Kurzformen des Adjektivs
 - 1.5 Personalpronomen nach Präpositionen
 - 1.6 Präpositionen
 - 1.7 Konditional
 - 1.8 Indefinido
 - 1.9 Futur und Konditional
 - 1.10 Imperfekt
 - 1.11 Plusquamperfekt
 - 1.12 Gerundium
 - 1.13 Unregelmäßige Verben
 - 1.14 Vor und Seit
 - 1.15 Hervorhebung des Objekts
 - 1.16 Si oder cuando

Studiengang: International Business (B. A.)

zu Modul: 2. Fremdsprache II – Spanisch

- 2 Handelskorrespondenz
 - 2.1 Der Geschäftsbrief
 - 2.2 Preisnachfrage
 - 2.3 Angebot
 - 2.4 Bestellung
 - 2.5 Auftragsbestätigung
 - 2.6 Empfangsbestätigung
 - 2.7 Reklamation

Grundlegende Literaturhinweise:

- Lalana Lac, F.: Tramontana Intensivkurs Spanisch, Stuttgart, 2003
- Bode, G.; Achterholz, R.: Nos referimos a su carta , Hamburg, 2008

Ergänzende Literaturempfehlungen

- Castro, F.: Uso de la gramática española, intermedio, Stuttgart, 2011
- Chamorro, I; et. al.: Preparación DELE B1, Madrid, 2013

Studiengang: International Business (B. A.)

Modul: 2. Fremdsprache II – Französisch

Semester: 2

Code der Veranstaltung: FRA II

ECTS Punkte: 3

Kontaktstunden: 32

Selbststudium: 58

Dauer des Moduls: 1 Semester

Art des Moduls: Pflicht

Häufigkeit des Angebots des Moduls: jedes Studienjahr

Gewichtung der Note in der Gesamtnote: 1,74 %

Art und Umfang der Prüfungsleistung: KR 60 = Die Prüfung ist **entweder** ein Referat **oder** eine Klausur; im Fall einer Klausur gibt die Zahl den Umfang der Klausur in Minuten an.

Modulverantwortlicher: Carroll-Scott

Unterrichts-/Lehrsprache: Französisch

Dozenten: Croisier-Schulte, Houdus

Zugangsvoraussetzungen: 2. Fremdsprache I – Französisch

Verwendbarkeit des Moduls:

Qualifikations- und Kompetenzziele des Moduls:

Die Studierenden können sich selbständig Informationen in der Zielsprache beschaffen und erarbeiten sowie in der Zielsprache über ein Firmengründungsprojekt argumentieren.

Lehr- und Lernmethoden des Moduls:

Multimediale Fremdsprachendidaktik

Lernen im Kontext eines aufgaben- und handlungsorientierten Fremdsprachenunterrichtes

Allgemein wird auf die umfassende Nutzung der Ressourcen (große Auswahl der unterschiedlichsten Materialien), die Abstimmung der Lernaufgaben auf die Bedürfnisse der Lerngruppe und die Förderung der Autonomie viel Wert gelegt. Die inhaltliche Arbeit erfolgt ausschließlich anhand authentischer Materialien. Die Wortschatzerweiterung und die notwendige Grammatik erfolgen im Kontext. Die Erarbeitung der Lern- und Redemittel ist in realitätsnahe kommunikative Situationen eingebettet. Die Studenten beschaffen sich die geforderten Informationen mit Hilfe moderner Kommunikations- und Informationsmedien selbstständig, werten sie aus und stellen sie in einer abschließenden Präsentation vor.

Inhalte des Moduls:

1. Das Unternehmen

- 1.1 Basisvokabular
- 1.2 Platz und Rolle des Unternehmens in der Gesamtwirtschaft
- 1.3 Die verschiedenen Unternehmensformen
- 1.4 Die Handelsgesellschaften (Gründung, Haftung, Entscheidungen, Kontrolle)
- 1.5 Interner Aufbau einer AG: Organigramm
- 1.6 Der Unternehmergeist
- 1.7 Die Bankrotterklärung

2. Unternehmen via Internet

- 2.1 business to business, business to consumer
- 2.2 e-commerce

Studiengang: International Business (B. A.)

zu Modul: 2. Fremdsprache II – Französisch

3. Umgang mit Kunden und Besucher
 - 3.1 Kunden und Besucher empfangen
 - 3.2 Firmenbesichtigung
 - 3.3 Meinungsäußerung, Besprechungen

Grundlegende Literaturhinweise

- Danilo, M.; Penfornis, J.: Le français de la communication professionnelle Clé International, Stuttgart, 1998
- Mitchell, M.: Pour parler affaires, Stuttgart, 2000

Ergänzende Literaturempfehlungen

- Jöckel S.: Training Wirtschaftsfranzösisch, München, 2001
- Penfornis, J.: Vocabulaire progressif du français des affaires, Stuttgart 2013

Studiengang: International Business (B. A.)

Modul: 2. Fremdsprache II - Chinesisch

Semester: 2

Code der Veranstaltung: CHIN II

ECTS Punkte: 3

Kontaktstunden: 32

Selbststudium: 58

Dauer des Moduls: 1 Semester

Art des Moduls: Pflicht

Häufigkeit des Angebots des Moduls: jedes Studiensemester

Gewichtung der Note in der Gesamtnote: 1,74 %

Art und Umfang der Prüfungsleistung: KR 60 = Die Prüfung ist **entweder** ein Referat **oder** eine Klausur; im Fall einer Klausur gibt die Zahl den Umfang der Klausur in Minuten an.

Modulverantwortlicher : Carroll-Scott

Unterrichts-/Lehrsprache: Chinesisch

Dozenten: Yang, Wang, Li

Zugangsvoraussetzungen: 2. Fremdsprache I - Chinesisch

Verwendbarkeit des Moduls:

Die Studierenden können sich in einfachen, routinemäßigen Situationen verständigen, in denen es um einen einfachen und direkten Austausch von Informationen über vertraute und geläufige Dinge geht. (GER: Niveau A2)

Qualifikations- und Kompetenzziele des Moduls:

Den Studierenden wird eine möglichst umfangreiche kommunikative Kompetenz vermittelt. Diese soll sich auf den rezeptiven und produktiven Sektor erstrecken. Chinesische Denke- und Verhaltensweisen sollen verständlich gemacht werden und aus der chinesischen Kultur und deren historischen und weltanschaulichen Hintergründen erklärt werden. Die Absolventen sollen bei Aufhalten in China, bei Gesprächen und bei Verhandlungen eine tragfähige sprachliche Handlungsfähigkeit besitzen, die sich auf das Sprechen, das (Hör)verstehen, das Lesen von Schriftzeichen und Texten und in Ansätzen auch das Schreiben erstrecken. Die im chinesischen Alltag und Berufsleben häufigsten 1000 Wörter sollen den Teilnehmer geläufig sein.

Lehr- und Lernmethoden des Moduls:

Die rezeptiven und produktiven Fertigkeiten werden anhand aufgaben- und handlungsorientierten Texte unter Einsatz von Lehrbüchern, einfachen authentischen Materialien, audiovisuellen Hilfsmitteln geschult. Die aktive Mitarbeit der Studenten bei den Übungen, Partnerarbeiten, Rollenspielen, Diskussionen ist erforderlich.

Inhalte des Moduls:

1. Themen – Das Alltagsleben (II)
 - 1.1 Einführung der Philosophie, Geschichte und Kultur
 - 1.2 Angabe und Erfragung der Menge und Preis
 - 1.3 Im Laden & auf den Markt
 - 1.4 Angabe vom Datum
 - 1.5 Gratulation zum Geburtstag oder zu Festen

Studiengang: International Business (B. A.)

zu Modul: 2. Fremdsprache II - Chinesisch

2. Grammatik

- 2.1 Zahlen bis über 100, Addition, Subtrahieren, Multiplizieren, Dividieren
- 2.2 Zählwörter, Fragesatzbildung für Zahlenangabe
- 2.3 Zeitangabe und Ortsangabe als Adverbialbestimmung
- 2.4 Alternativ-Fragen
- 2.5 Reihenfolge des Datums. Sätze mit Doppelfunktionsglied
- 2.6 Modalpartikel

1. Aussprache und Intonation

2. Schriftzeichen

Grundlegende Literaturhinweise

- Beijing Fremdsprachen Institut: Praktisches Chinesisch I, Beijing 2013
- Chabbi, T.: Liao, Liao. Kursbuch & Arbeitsbuch, München 2009

Ergänzende Literaturempfehlungen

- Deng S.; Zhang X.: Chinesisch für Deutsche, Dragon, 2009
- Hernig, M.: China: Ein Länderporträt, Berlin 2014

Studiengang: International Business (B. A.)

Modul: Praxisphase I

Semester: 2

Code der Veranstaltung: PRA I

ECTS Punkte: 6

Kontaktstunden: 0

Selbststudium: 180

Gewichtung der Note in der Gesamtnote:

0,00%

Art und Umfang der Prüfungsleistung: Referat (RF)

Modulverantwortlicher : Prof. Dr. Bergsiek

Unterrichts-/Lehrsprache: deutsch

Zugangsvoraussetzungen: Anmeldung der Praxisphase

Ziel der Lehrveranstaltung:

Die Studierenden entwickeln erste praktische Kenntnisse sowohl im Umgang mit Kollegen, als auch mit Organisationen, Mensch-Maschine-Schnittstellen, Arbeitsmitteln und Kunden bzw. Märkten. Sie sind in der Lage, sich im Unternehmen zu orientieren, und lernen, sich in Arbeitsteams einzuordnen sowie konstruktiv und unterstützend mitzuarbeiten.

Die Studierenden fördern ihre Fähigkeit zu analytischem und kritisch-konstruktivem Denken und lernen Arbeits-, Problemlösungs- und Projektmanagementtechniken kennen. Sie gewinnen einen Einblick in das Unternehmen und die betrieblichen Abläufe sowie denen unterstützende Techniken und entwickeln ein Verständnis für betriebliche Zusammenhänge. Sie sind offen für Anregungen und haben gelernt, ihren Standpunkt unter Heranziehung einer betriebswirtschaftlichen Argumentation zu begründen und zu verteidigen. Sie können mit Kritik umgehen und adäquat kritisieren.

Die Studierenden sind in der Lage, Daten und Informationen aus unterschiedlichen Quellen zu sammeln und nach vorgegebenen Kriterien aufzubereiten. Sie können die zur Verfügung stehenden Lern- und Arbeitsmittel unter Anleitung zum Wissenserwerb nutzen. Sie stellen rechtzeitig Verständnisfragen und übernehmen unter Anleitung Mitverantwortung für den Lernerfolg.

Die Studierenden verfügen über einen grundlegenden Bestand an Wissen, Fähigkeiten und Fertigkeiten. Im Vordergrund stehen also: Grundlagen, Wissen, Verständnis, Beobachten.

Lehr- und Lernmethodik:

-

Inhalt der Lehrveranstaltung:

Die Studierenden verbringen ihre Praxisphase in einem Partnerunternehmen und bewältigen dort unterschiedliche Aufgaben. Dabei werden sie durch Betreuer seitens des Unternehmens und der FHDW begleitet. Im Anschluss an ihre Praxistätigkeit präsentieren sie ihre Erfahrungen in Form von Referaten, diskutieren diese in der Gruppe und erhalten eine Rückmeldung durch den Praxisbetreuer.

Studiengang: International Business (B. A.)

Modul: Projekt- und Teammanagement

Semester: 3

Code der Veranstaltung: PUT

ECTS Punkte: 5

Kontaktstunden: 64

Selbststudium: 86

Dauer des Moduls: 1 Semester

Art des Moduls: Pflicht

Häufigkeit des Angebots: jedes Studienjahr

Gewichtung der Note in der Gesamtnote: 2,91%

Art und Umfang der Prüfungsleistung: KRS 90 = Die Prüfung besteht **entweder** aus einer Klausur **oder** einem Referat **oder** einer Studienarbeit; im Fall einer Klausur gibt die Zahl den Umfang der Klausur in Minuten an.

Modulverantwortliche/r:

Prof. Dr. Koch

Lehrsprache: Deutsch / Englisch

Dozenten: Prof. Dr. Eckrich, Prof. Dr. Koch, Prof. Dr. Heuser, Prof. Dr. Ewering, Wiese

Zugangsvoraussetzungen:

Kommunikation und Präsentation, Einführung in die Wirtschaftsinformatik

Verwendbarkeit des Moduls:

Verwendbar für das Modul Entrepreneurship und Unternehmensführung, Organisation und Human Resource Management, Erstellung der Bachelor-Arbeit, Projekte der Informatik (betrifft Studiengang Wirtschaftsinformatik)

Qualifikations- und Kompetenzziele des Moduls:

Die Studierenden begreifen Projektmanagement als eine angemessene Managementtechnik zur Bewältigung komplexer Aufgabenstellungen und verstehen es als bedeutsames Instrumentarium der Unternehmensorganisation. Sie setzen sich mit den Management-Methoden sowie der Problemlösung im Team aktiv auseinander.

Die Studierenden kennen die relevanten theoretischen Grundlagen sowie die praktischen Methoden und Instrumente um komplexe Aufgabenstellungen und Projekte zu planen, zu strukturieren, zu leiten, durchzuführen und zu evaluieren. Sie wissen wann und wie die verschiedensten Methoden und Instrumente des Projektmanagements situationsabhängig und zielorientiert anzuwenden sind. Die Studenten lernen Hindernisse und Konflikte in interdisziplinären Projektteams zu erkennen, zu analysieren, zu bewerten und eigenständige Lösungen zu entwickeln, um das Projektteam zielorientiert im Rahmen des Projektumfelds zu führen. Dazu gehört auch ein Verständnis für Teambildungsprozesse, Teamdynamik, Motivationsaspekte sowie das Teammanagement in Linien- und Projektorganisationen. Die Studierenden werden somit auf zukünftige Managementaufgaben im Rahmen ihrer Rolle als Projektteammitglied, Projektkoordinator oder Teamleiter vorbereitet.

Lehr- und Lernmethodik:

Das Modul umfasst Vorlesungs-, Übungs-, Teamarbeits- und Präsentationsanteile. Die Vorlesung strukturiert die Inhalte, legt aber auch Wert auf die praktische Anwendung durch die Studierenden. Verstärkung der Interaktion im Team durch verschiedene Übungen, wobei ausgewählte Vorlesungsinhalte vertieft werden.

Besonderes:

Konkrete Übungsaufgaben und Fallstudien, Umgang mit Projektmanagement-Tools, Quellenstudium

Studiengang: International Business (B. A.)

zu Modul: Projekt- und Teammanagement

Inhalt der Lehrveranstaltung:

1. Grundlagen des Projekt- und Teammanagements
 - 1.1 Begriffserklärungen
 - 1.2 Grundkonzepte
2. Organisation und Aufgaben des Projektmanagements
 - 2.1 Ziele und Merkmale von Projektorganisationen
 - 2.2 Einbettung der Projektorganisation in die Linienorganisation
 - 2.3 Anforderungen und Aufgaben aller Beteiligten
3. Teambildung, Management und Motivation von Teams
 - 3.1 Entwicklungsstufen von der Arbeitsgruppe zum leistungsfähigen Team
 - 3.2 Methoden zur Förderung der Teamentwicklung
 - 3.3 Kommunikation im Team und zu den Projekt-Stakeholdern
4. Widerstände und Konflikte in Projekten und Teams
 - 4.1 Fachliche, rechtliche und organisatorische Probleme mit Projektverlauf
 - 4.2 Rollenklärung und Typologisierung von Teammitgliedern,
 - 4.3 Identifikation und Umgang mit Konflikten
5. Strukturierung und Planung von Projekten
 - 5.1 Vorgehensmodelle als Handlungsrahmen
 - 5.2 Planung von Projektstruktur, Abläufen und Arbeitspaketen
 - 5.3 Planung von Zeit, Aufwand und Ressourcen
 - 5.4 Identifikation, Analyse und Bewertung von Risiken sowie Gegenmaßnahmen
 - 5.5 Prinzipien der Aufwandsschätzung
6. Steuerung und Abschluss von Projekten
 - 6.1 Aufgaben des Projektleiters bei der Projektdurchführung
 - 6.2 Instrumente und Methoden zur Kontrolle und Steuerung von Projekten
 - 6.3 Arbeitsschritte zum Projektabschluss

Studiengang: International Business (B. A.)

zu Modul: Projekt- und Teammanagement

Literatur:

- Bernecker, M.; Eckrich, K. (2003), Handbuch Projektmanagement, München
- Birker, G.; Birker, K (2007): Teamentwicklung und Konfliktmanagement, Berlin
- Bohnic, T. (2010): Grundlagen des Projektmanagements, Methoden, Techniken und Tools für Projektleiter, Offenbach
- Burghardt, M. (2007): Einführung in Projektmanagement, Erlangen
- Fiedler, R. (2010): Controlling von Projekten, Wiesbaden
- Jöns, I. (2008): Erfolgreiche Gruppenarbeit. Konzepte, Instrumente, Erfahrungen. Wiesbaden
- Königs, H.-P. (2006): IT-Risiko-Management mit System, Wiesbaden
- Litke, H-D. (1995): Projektmanagement: Methoden, Techniken und Verhaltenweisen, München
- Moran, L.; Musselwhite, E.; Zenger, J.H. (1997): Effektives Team-Coaching, Berlin
- Niedermeyer, R. (2008): Teams führen, München
- Patzak, G.; Rattay, G. (2009): Projektmanagement, Wien
- Pftzing, K.; Rhode, A. (2009): Ganzheitliches Projektmanagement, Zürich
- Project Management Institute (2004): A Guide to the Project Management Body of Knowledge
- Stöger, R. (2007): Wirksames Projektmanagement, Stuttgart
- Straube, R.; Leuschner, H.; Müller, P. (2008): Konfliktmanagement für Projektleiter, Freiburg

Studiengang: International Business (B. A.)

Modul: Operations Management

Semester: 3

Code der Veranstaltung: OM

ECTS Punkte: 4

Kontaktstunden: 44

Selbststudium: 76

Dauer des Moduls: 1 Semester

Art des Moduls: Pflicht

Häufigkeit des Angebots: jedes Studienjahr

Gewichtung der Note in der Gesamtnote: 2,33%

Art und Umfang der Prüfungsleistung: KR 90 = Die Prüfung ist **entweder** ein Referat **oder** eine Klausur; im Fall einer Klausur gibt die Zahl den Umfang der Klausur in Minuten an.

Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. Jensen

Lehrsprache: Deutsch / Englisch

Dozenten: Prof. Dr. Jensen, Prof. Dr. Hammer, Prof. Dr. Ewering

Zugangsvoraussetzungen:

Kenntnisse der Betriebswirtschaftslehre, ausgewählte Kenntnisse der Mathematik und Statistik

Verwendbarkeit des Moduls:

Verwendbar für das Modul Value Chain Management und den Studienschwerpunkt Supply Chain Management

Qualifikations- und Kompetenzziele des Moduls:

Die Studierenden sind vertraut mit den Optionen der strategischen Gestaltung und Ausrichtung von Produktionssystemen zur Umsetzung der Unternehmensstrategie. Sie sind in der Lage, wesentliche Parameter grundlegender logistischer Teilprozesse zu beschreiben und im Hinblick auf die Optimierung dieser Prozesse zu gestalten.

Sie kennen die grundlegenden Konzeptionen moderner Planungs- und Steuerungsverfahren des operativen Produktionsmanagements und können die Anforderungen an den Einsatz moderner Informationstechnologie zu effizienter Umsetzung dieser Konzepte beurteilen. Sie verstehen die Vorgehensweise ausgewählter Verfahren und Algorithmen der operativen Produktionsplanung und -steuerung und können die praktische Einführung einschlägiger Methoden koordinieren. In der Abgrenzung zu den Planungs- und Steuerungsaufgaben von Produktionssystemen kennen die Studierenden die Charakteristika integrierter Serviceprozesse und sind in der Lage, auch die in diesem Kontext vorzufindenden Managementaufgaben zu strukturieren und Entscheidungen durch die Anwendung quantitativer Ansätze zu unterstützen.

Lehr- und Lernmethoden des Moduls:

Unterschiedliche Lehr-/Lernumgebungen: Präsenzveranstaltungen, synchrones E-Learning, Eigenstudium; Wechselnde Lehr-/Lernmethoden: Individuelles und kooperatives Lernen, problemorientiertes und integratives Lernen, Fallstudienarbeit

Besonderes:

Exkursion und Gastvorträge

zu Modul: Operations Management

Inhalt des Moduls:

1. Die strategische Ausrichtung von Produktionssystemen
 - 1.1 Integration von Markt-, Produkt- und Produktionsstrategie
 - 1.2 Erfolgsfaktoren logistischer Systeme
 - 1.3 Typisierung von Produktionssystemen
 - 1.4 Der SCOR Ansatz als Supply Chain Referenzmodell
 - 1.5 Charakteristika der Produktionssysteme ausgewählter Branchen
 - 1.6 Aktuelle Trends in Produktion und Logistik
2. Gestaltung der Infrastruktur von Produktionssystemen
 - 2.1 Segmentierung von Produktionssystemen
 - 2.2 Innerbetriebliche Layout- und Materialflussplanung
 - 2.3 Planung der personellen Ressourcen
 - 2.4 Umwelt- und Arbeitssicherheit in der Produktion
 - 2.5 Qualitätsmanagement
 - 2.6 Informations- und Kommunikationstechnologie
3. Konzeption von Planungs- und Steuerungssystemen in der Produktion
 - 3.1 Das Datengerüst der Produktionsplanung- und Steuerung
 - 3.2 Konzepte der zentralen Materialbedarfsplanung
 - 3.3 APS Ansätze in der Produktionsplanung
 - 3.4 Lean Production– Konzept, Rahmenbedingungen und Umsetzung
 - 3.5 Vertikale Integration - „From shop-floor to board-room“
 - 3.6 Instrumente des Produktionscontrolling
4. Entscheidungsfelder der operativen Produktionsplanung und -steuerung
 - 4.1 Überblick über die Aufgaben der Produktionsplanung und -steuerung
 - 4.2 Sales&OperationsPlanning
 - 4.3 Produktionsprogrammplanung
 - 4.4 Mengenplanung
 - 4.5 Verfahren der einstufigen Losgrößenplanung und Lagerdisposition
 - 4.6 Termin- und Ressourcenplanung
 - 4.7 Auftragsmanagement und Feinsteuerung
 - 4.8 Optimierung von Abläufen und Ressourcen im Bereich des Lagers
 - 4.9 Vorbereitung auf ein Logistik-Audit
5. Management von Serviceprozessen
 - 5.1 Charakteristika von Serviceprozessen
 - 5.2 Ressourcenplanung
 - 5.3 Management von Warteschlangen

Studiengang: International Business (B. A.)

zu Modul: Operations Management

Literatur:

- Arnold, Dieter et al. (Hrsg): „Handbuch Logistik“, 3. Auflage, Berlin u.a., 2008
- Bolstorff, Peter; Rosenbaum, Robert: „Supply Chain Excellence“, 2nd ed., New York, 2007
- Fitzsimmons, James A.; Fitzsimmons, Mona J.: „Service Management“, 7th ed., Boston u.a., 2008
- Gudehus, Timm; Kotzab, Herbert: „ComprehensiveLogistics“, Berlin-Heidelberg, 2009
- Günther, Hans-Otto; Meyr, Herbert: „Supply Chain Planning“, Berlin-Heidelberg, 2009
- Günther, Hans-Otto; Tempelmeier, Horst: „Produktion und Logistik“, 7. Auflage, Berlin – Heidelberg, 2007
- Ijiuoi, Raschid; Emmerich, Heike; Ceyp, Michael (Hrsg.): Supply Chain Event Management, Heidelberg, 2007
- Kersten, Wolfgang; Blecker, Thorsten; Herstatt, Cornelius (Hrsg.): „Innovative Logistics Management“, Berlin, 2007
- Krajewski, Lee; Ritzman, Larry; Malhotra, Manoj: „Operations Management“, 8. Aufl., Upper Saddle River (New Jersey), 2007
- Miebach, Joachim; Bühring, Dominik (Hrsg.): „Supply Chain Engineering“, Wiesbaden, 2010
- Nyhuis, Peter; Reichardt, Jürgen: „Handbuch Fabrikplanung“, München, 2009
- Schulte, Christof: „Logistik – Wege zur Optimierung der Supply Chain“, 5. Auflage, München, 2009
- Russel, Roberta S.; Taylor, Bernhard W.: „Operations Management“, 6. Aufl., Hoboken (NY), 2009
- Stadler, Hartmut; Kilger, Christoph: „Supply Chain Management and Advanced Planning“, 4. Aufl., Berlin-Heidelberg, 2008
- Ronnebruger, Tim: „Produktionscontrolling“, Köln-Bonn, 2009
- Vollmann, Thomas E. et al.: „Manufacturing Planning and Control for Supply Chain Management“, Boston u.a., 2005
- Voudouris, Christos et al. (Hrsg.): „Service Chain Management“, Berlin-Heidelberg, 2008
- Walters, David; Rainbird, Mark: „Strategic Operations Management“, New York, 2007

Studiengang: International Business (B. A.)

Modul: Statistik

Semester: 3

Code der Veranstaltung: STA

ECTS Punkte: 5

Kontaktstunden: 64

Selbststudium: 86

Dauer des Moduls: 1 Semester

Art des Moduls: Pflicht

Häufigkeit des Angebots: jedes Studienjahr

Gewichtung der Note in der Gesamtnote: 2,91%

Art und Umfang der Prüfungsleistung: KL 90 = Die Prüfung besteht ausschließlich aus einer Klausur; im Fall einer Klausur gibt es die Zahl den Umfang der Klausur in Minuten an.

Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. Seifert

Lehrsprache: Deutsch

Dozenten: Prof. Dr. Seifert, Prof. Dr. Weigand

Zugangsvoraussetzungen:

Wirtschaftsmathematik

Verwendbarkeit des Moduls:

Verwendbar für die Module Investition und Finanzierung, Ausgewählte Kapitel der WI sowie konsekutive Master Studiengänge.

Qualifikations- und Kompetenzziele des Moduls:

Die Studierenden sollen die Fähigkeit erwerben, statistisches Material fachgerecht zu erfassen, aufzubereiten und übersichtlich darzustellen. Zu diesem Zweck werden die grundlegenden Techniken der beschreibenden Statistik anhand von Beispielen aus Wirtschaft und Politik vermittelt. Weiterhin sollen Grundlagen der Wahrscheinlichkeitsrechnung vermittelt werden. Optional können Themengebiete der induktiven Statistik (z. B. Parameterschätzung, Konfidenzintervalle, Hypothesentests) und eine Fallstudie behandelt werden. Einzelne der genannten Inhalte können durch den Einsatz einer Statistik-Software vertieft werden. Die Fähigkeit, die Aussagekraft statistischen Materials richtig einzuschätzen, wird durch das Erlernen verschiedener Analysetechniken erworben.

Lehr- und Lernmethoden des Moduls:

Klassischer Vortrag, Einsatz von Übungen, asynchrones und synchrones E-Learning, Fallstudienarbeit, Gruppenarbeit. Übungsaufgaben, Literaturstudium, Fallstudien

Besonderes:

Inhalt des Moduls:

1. Grundbegriffe der deskriptiven Statistik
 - 1.1 Einheiten, Massen, Merkmale
 - 1.2 Datenerhebung, Datenquellen
 - 1.3 Messbarkeitseigenschaften
 - 1.4 Häufigkeiten und Verteilungen
2. Statistische Analyse eines Merkmals
 - 2.1 Darstellungen von Häufigkeitsverteilungen
 - 2.2 Lageparameter
 - 2.3 Streuungsparameter
3. Mehrdimensionale Häufigkeitsverteilungen
 - 3.1 Abhängige Merkmale
 - 3.2 Regression
 - 3.3** Korrelation

Studiengang: International Business (B. A.)

zu Modul: Statistik

4. Zeitabhängige Daten
 - 4.1 Gleitende Durchschnitte
 - 4.2 Exponentielle Glättung
 - 4.3 Trendermittlung, Prognosen
5. Indexberechnung
 - 5.1 Verhältniszahlen
 - 5.2 Warenkörbe und Indexberechnung
6. Kombinatorik
 - 6.1 Mathematische Modellierung
 - 6.2 Variation, Permutation, Kombination
7. Wahrscheinlichkeitsrechnung
 - 7.1 Wahrscheinlichkeitsbegriff
 - 7.2 Sätze über Wahrscheinlichkeiten
 - 7.3 Zufallsvariable, Verteilungsfunktion
 - 7.4 Erwartungswert, Varianz
 - 7.5 Verteilungen diskreter Zufallsvariablen
 - 7.6 Verteilungen stetiger Zufallsvariablen

Grundlegende Literaturhinweise:

- Schwarze: Grundlagen der Statistik, Band 1: Beschreibende Verfahren, NWB 2014
- Schwarze: Grundlagen der Statistik, Band 2: Wahrscheinlichkeitsrechnung und induktive Statistik, NWB 2014

Ergänzende Literaturempfehlungen:

- Schwarze: Aufgabensammlung zur Statistik, NWB 2013
- Bamberg, Baur, Krapp: Statistik, Oldenbourg 2012

Studiengang: International Business (B. A.)

Modul: International Business Environment

Semester: 3

Code der Veranstaltung: IBE

ECTS Punkte: 4

Kontaktstunden: 40

Selbststudium: 80

Dauer des Moduls: 1 Semester

Art des Moduls: Pflicht

Häufigkeit des Angebots des Moduls:

jedes Studienjahr

Gewichtung der Note in der Gesamtnote: 2,33%

Art und Umfang der Prüfungsleistung: KR 90 = Die Prüfung ist **entweder** ein Referat **oder** eine Klausur; im Fall einer Klausur gibt die Zahl den Umfang der Klausur in Minuten an.

Modulverantwortlicher: Prof. Dr. Peters

Unterrichts-/Lehrsprache: Englisch

Dozenten: Prof. Dr. Bruse, Prof. Dr. Heuser, Prof. Dr. Peters, Prof. Dr. Brinkmann

Zugangsvoraussetzungen:

Introduction to International Business

Verwendbarkeit des Moduls:

Verwendbar für die Module International Business Strategy, International Marketing, Business Operations and Multinational Enterprise Management

Qualifikations- und Kompetenzziele des Moduls:

The module gives the students an understanding of the fabric of the international business environment. Upon completion of the module the students are able to describe and interpret the role of relevant multinational organizations and institutions. They develop an understanding of the global business context reflected in regional integration with a special emphasis on the European Union. The students are able to interpret current trends in the global business environment and extract respective consequences for multinational enterprise conduct.

Lehr- und Lernmethoden des Moduls:

Lecture, Self-study, Exercises, Case Studies, Literature studies, Group Work, Presentations

Inhalte des Moduls:

1. Introduction and theoretical foundations
 - 1.1 Free trade
 - 1.2 Protectionism
 - 1.3 Porter's diamond of national competitive advantage
2. The International context
 - 2.1 EU: History, institutions and integration
 - 2.2 Challenges and current issues
 - 2.3 The role of multinational organizations / institutions
 - 2.4 Economic regions of the world
3. Analysing markets for competitive positioning
 - 3.1 Marketing research basics
 - 3.2 Secondary research
 - 3.3 Primary research
 - 3.4 PESTLE

Studiengang: International Business (B. A.)

zu Modul: International Business Environment

Grundlegende Literaturhinweise

- Dicken, P.: Global Shift: Mapping the Changing Contours of the World Economy, London, 2014
- Hill, C.W.L.; Hult, G.T.M.: Global Business Today, New York, 2015

Ergänzende Literaturempfehlungen

- Burns, A.C.; Bush, R.F.: Marketing Research, New York, 2014
- Porter, M.E.: The Competitive Advantage of Nations, New York, 1998
- Wallace, H.; Pollack, M.A.; Young, A.R.: Policy Making in the European Union, Oxford, 2014

Studiengang: International Business (B. A.)

Modul: 2. Fremdsprache III - Spanisch

Semester: 3

Code der Veranstaltung: SPA III

ECTS Punkte: 3

Kontaktstunden: 32

Selbststudium: 58

Dauer des Moduls: 1 Semester

Art des Moduls: Pflicht

Häufigkeit des Angebots des Moduls:

jedes Studienjahr

Gewichtung der Note in der Gesamtnote: 1,74%

Art und Umfang der Prüfungsleistung: KR 60 = Die Prüfung ist **entweder** ein Referat **oder** eine Klausur; im Fall einer Klausur gibt die Zahl den Umfang der Klausur in Minuten an.

Modulverantwortlicher: Carroll-Scott

Unterrichts-/Lehrsprache: Spanisch

Dozenten: Ricken, Arones

Zugangsvoraussetzungen: 2. Fremdsprache - Spanisch II

Verwendbarkeit des Moduls:

Die Studierenden können die meisten Situationen bewältigen, denen man auf Reisen im Sprachgebiet begegnet. Sie können sich einfach und zusammenhängend über vertraute Themen und persönliche Interessensgebiete äußern.

Qualifikations- und Kompetenzziele des Moduls:

Aufbau, Ergänzung und Vertiefung der vier Fertigkeiten im Bereich der Mittelstufe. Entwicklung der Sprachkompetenz in repräsentativen Themenbereichen (Alltag, Geschichte, Wirtschaft, Kultur) der spanischsprachigen Länder.

Lehr- und Lernmethoden des Moduls:

Die rezeptiven und produktiven Fertigkeiten werden in Anlehnung an die Bedürfnisse der jeweiligen Gruppe mündlich und schriftlich unter Einsatz von Übungen, aktuellen Zeitungsartikeln, Büchern, audiovisuellen Hilfsmitteln intensiv geschult, wobei diese die Möglichkeit zu Gesprächen, Debatten und praktischer Anwendung bieten und die aktive Mitarbeit aller Studierenden fordern.

Inhalte des Moduls:

- 1 Grammatik
 - 1.1 Adverbien auf –mente
 - 1.2 Gerundium
 - 1.3 Subjuntivo: Perfekt, Imperfekt, Plusquamperfekt
 - 1.4 Konjunktionen mit Subjuntivo
 - 1.5 Relativpronomen
 - 1.6 Bedingungssätze
- 2 Themenbereiche
 - 2.1 Das Unternehmen / Die Bewerbung
 - 2.2 Das Handelsgewerbe
 - 2.3 Der Tourismus

Studiengang: International Business (B. A.)

zu Modul: 2. Fremdsprache III - Spanisch

Grundlegende Literaturhinweise:

- Lalana Lac, F.: Tramontana Intensivkurs Spanisch, Stuttgart, 2003
- Fajardo, M.; Gonzalez, S.: Marca Registrada, Salamanca, 2001

Ergänzende Literaturempfehlungen

- Lago, A.; Romero, E.: Cultura y Negocios. El español de la Economía española y latinoamericana, München, 2010
- Canales, A.; Zuniga, M.: Negocios – Manual de español profesional, Alcalá, 2009

Studiengang: International Business (B. A.)

Modul: 2. Fremdsprache III - Französisch

Semester: 3

Code der Veranstaltung: FRA III

ECTS Punkte: 3

Kontaktstunden: 32

Selbststudium: 58

Dauer des Moduls: 1 Semester

Art des Moduls: Pflicht

Häufigkeit des Angebots des Moduls:

jedes Studiensemester

Gewichtung der Note in der Gesamtnote: 1,74 %

Art und Umfang der Prüfungsleistung: KR 60 = Die Prüfung ist **entweder** ein Referat **oder** eine Klausur; im Fall einer Klausur gibt die Zahl den Umfang der Klausur in Minuten an.

Modulverantwortlicher: Carroll-Scott

Unterrichts-/Lehrsprache: Französisch

Dozenten: Croisier-Schulte, Houdus

Zugangsvoraussetzungen: 2. Fremdsprache II – Französisch

Verwendbarkeit des Moduls:

Qualifikations- und Kompetenzziele des Moduls:

Die Studierenden können sicher schriftlich und mündlichen im Beruf kommunizieren.

Lehr- und Lernmethoden des Moduls:

Multimediale Fremdsprachendidaktik

Lernen im Kontext eines aufgaben- und handlungsorientierten Fremdsprachenunterrichtes

Allgemein wird auf die umfassende Nutzung der Ressourcen (große Auswahl der unterschiedlichsten Materialien), die Abstimmung der Lernaufgaben auf die Bedürfnisse der Lerngruppe und die Förderung der Autonomie viel Wert gelegt. Die inhaltliche Arbeit erfolgt ausschließlich anhand authentischer Materialien. Die Wortschatzerweiterung und die notwendige Grammatik erfolgen im Kontext. Die Erarbeitung der Lern- und Redemittel ist in realitätsnahe kommunikative Situationen eingebettet. Die Studenten beschaffen sich die geforderten Informationen mit Hilfe moderner Kommunikations- und Informationsmedien selbstständig, werten sie aus und stellen sie in einer abschließenden Präsentation vor.

Inhalte des Moduls:

- 1 Handelskorrespondenz
 - 1.1 Form und Merkmale eines französischen Geschäftsbriefes
 - 1.2 Anfragen (allgemeine/gezielte Anfragen)
 - 1.3 Angebote
 - 1.4 Aufträge (erteilen, bestätigen)
 - 1.5 Liefer- und Zahlungsbedingungen
- 2 Telefontraining
 - Zahlentraining
 - 2.1 Kulturelle Besonderheiten
 - 2.2 Nützliche Redewendungen am Telefon
 - 2.3 Simulierte Telefongespräche

Studiengang: International Business (B. A.)

zu Modul: 2. Fremdsprache III - Französisch

Grundlegende Literaturhinweise

- Barlet, O.; Pemdorf, G.: Intercom, communication et correspondance commerciales en français, München 1999
- Lavric, E.; Pichler, H.: Wirtschaftsfranzösisch fehlerfrei, München, 2003

Ergänzende Literaturempfehlungen

- Penfornis, J.: français.com, München 2012
- Penfornis, J.: affaires.com, Paris, 2013

Studiengang: International Business (B. A.)

Modul: 2. Fremdsprache III – Chinesisch

Semester: 3

Code der Veranstaltung: CHIN III

ECTS Punkte: 3

Kontaktstunden: 32

Selbststudium: 58

Dauer des Moduls: 1 Semester

Art des Moduls: Pflicht

Häufigkeit des Angebots des Moduls:

jedes Wintersemester

Gewichtung der Note in der Gesamtnote: 1,74 %

Art und Umfang der Prüfungsleistung: KR 60 = Die Prüfung ist **entweder** ein Referat **oder** eine Klausur; im Fall einer Klausur gibt die Zahl den Umfang der Klausur in Minuten an.

Modulverantwortlicher: Carroll-Scott

Unterrichts-/Lehrsprache: Chinesisch

Dozenten: Yang, Wang, Li

Zugangsvoraussetzungen: 2. Fremdsprache II – Chinesisch

Verwendbarkeit des Moduls:

Die Studierenden können die meisten Situationen bewältigen, denen man auf Reisen im Sprachgebiet begegnet. Sie können sich einfach und zusammenhängend über vertraute Themen und persönliche Interessensgebiete äußern. (GER: Niveau B1)

Qualifikations- und Kompetenzziele des Moduls:

Den Studierenden wird eine möglichst umfangreiche kommunikative Kompetenz vermittelt. Diese soll sich auf den rezeptiven und produktiven Sektor erstrecken. Chinesische Denke- und Verhaltensweisen sollen verständlich gemacht werden und aus der chinesischen Kultur und deren historischen und weltanschaulichen Hintergründen erklärt werden. Die Absolventen sollen bei Aufenthalten in China, bei Gesprächen und bei Verhandlungen eine tragfähige sprachliche Handlungsfähigkeit besitzen, die sich auf das Sprechen, das (Hör)verstehen, das Lesen von Schriftzeichen und Texten und in Ansätzen auch das Schreiben erstrecken. Die im chinesischen Alltag und Berufsleben häufigsten 1000 Wörter sollen den Teilnehmer ge-läufig sein.

Lehr- und Lernmethoden des Moduls:

Die rezeptiven und produktiven Fertigkeiten werden anhand aufgaben- und handlungsorien-tierten Texte unter Einsatz von Lehrbüchern, einfachen authentischen Materialien, audiovisu-ellen Hilfsmitteln geschult. Die aktive Mitarbeit der Studenten bei den Übungen, Partner-ar-beiten, Rollenspielen, Diskussionen ist erforderlich.

Inhalte des Moduls:

1. Themen – Das Alltagsleben (III)
 - 1.1 Preis verhandeln
 - 1.2 Ortsangabe
 - 1.3 Durchführen eines Telefongespräches
 - 1.4 Terminvereinbarung
 - 1.5 jdm. zum Essen einladen

Studiengang: International Business (B. A.)

zu Modul: 2. Fremdsprache III – Chinesisch

2. Grammatik
 - 2.1 Verdoppelung von Verben
 - 2.2 Modalverb
 - 2.3 Fragesatzbildung für Angabe des Datums
 - 2.4 mehre Verben in einem Satz
 - 2.5 Aussprache und Intonation
3. Schriftzeichen

Grundlegende Literaturhinweise

- Beijing Fremdsprachen Institut: Praktisches Chinesisch I, Beijing 2013
- Chabbi, T.: Liao, Liao. Kursbuch & Arbeitsbuch, München 2009

Ergänzende Literaturempfehlungen

- Deng S.; Zhang X.: Chinesisch für Deutsche, Dragon, 2009
- Hernig, M.: China: Ein Länderporträt, Berlin 2014

Studiengang: International Business (B. A.)

Modul: Praxisphase II

Semester: 3

Code der Veranstaltung: PRA II

ECTS Punkte: 9

Kontaktstunden: 0

Selbststudium: 270

Gewichtung der Note in der Gesamtnote:

5,23 %

Art und Umfang der Prüfungsleistung: Praxisarbeit

Modulverantwortlicher : Prof. Dr. Bergsiek

Unterrichts-/Lehrsprache: Deutsch

Zugangsvoraussetzungen: Anmeldung der Praxisphase

Ziel der Lehrveranstaltung:

Die Studierenden konfrontieren ihr in den Lehrveranstaltungen erworbenes Wissen mit den Erfahrungen in den Partnerunternehmen. Sie können reflektieren, wie erfolgreich sie ihre Aufgaben während der Praxisphase bewältigt haben, welche persönlichen Ressourcen ihnen dabei zur Verfügung standen und wo noch Entwicklungsbedarf zu erkennen ist. Sie sind in der Lage, argumentativ Verbesserungsvorschläge für ihren erlebten Aufgabenbereich zu präsentieren. Sie können ihre beruflich relevanten Stärken und Schwächen benennen.

Die Studierenden fördern ihre Fähigkeit zu analytischem und kritisch-konstruktivem Denken und können Arbeits-, Problemlösungs- und Projektmanagementtechniken nach Rücksprache auf praktische Fragestellungen anwenden. Sie sind in der Lage, betriebliche Problemstellungen der Funktionsbereiche zu analysieren und erste „grobe“ Lösungsvorschläge zu entwickeln. Sie sind offen für Anregungen und haben gelernt, ihren Standpunkt unter Heranziehung einer theoretisch fundierten Argumentation zu begründen und zu verteidigen.

Die Studierenden entwickeln eine Problemlösungskompetenz für eine konkrete betriebliche Aufgabenstellung (Projekt). Sie sind in der Lage, eine solche Aufgabenstellung strukturiert zu bearbeiten. Sie verinnerlichen Ergebnisorientierung als effiziente Arbeitsweise. Sie nutzen einschlägige Literatur, setzen gängige Fachmethodik ein und erkennen die Bedeutung dieser Instrumente für die Bearbeitungs- und Ergebnisqualität ihrer Ausarbeitung. Sie sind für eine grundlegende formale Korrektheit sensibilisiert.

Die Studierenden sind imstande, das erworbene Wissen sowie ihre Fähigkeiten und Fertigkeiten in realen Situationen oder Problemstellungen unter Begleitung anzuwenden. Im Vordergrund stehen also: Anwendung unter Begleitung und Analyse.

Lehr- und Lernmethodik:

-

Inhalt der Lehrveranstaltung:

Die Studierenden erstellen eine selbständige schriftliche Ausarbeitung zu einer praktischen Aufgabenstellung (Projekt), die sie in Abstimmung mit dem Unternehmen anfertigen. Dabei werden sie durch Betreuer seitens des Unternehmens und der FHDW begleitet.

Studiengang: International Business (B. A.)

Modul: Controlling

Semester: 4

Code der Veranstaltung: CON

ECTS Punkte: 4

Kontaktstunden: 44

Selbststudium: 76

Dauer des Moduls: 1 Semester

Art des Moduls: Pflicht

Häufigkeit des Angebots: jedes Studienjahr

Gewichtung der Note in der Gesamtnote: 2,33%

Art und Umfang der Prüfungsleistung: KR 90 = Die Prüfung ist **entweder** ein Referat **oder** eine Klausur; im Fall einer Klausur gibt die Zahl den Umfang der Klausur in Minuten an.

Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. Padberg

Lehrsprache: Deutsch

Dozenten: Prof. Dr. Gasper, Prof. Dr. Klee, Prof. Dr. Röpke, Prof. Dr. Padberg, Prof. Dr. Stahlschmidt, Prof. Dr. Helmke

Zugangsvoraussetzungen:

Externes Rechnungswesen, Internes Rechnungswesen, Finanzierung und Investition

Verwendbarkeit des Moduls:

Vertriebscontrolling

Qualifikations- und Kompetenzziele des Moduls:

Aktuelle Entwicklungen in den Unternehmen und die Dynamisierung der wirtschaftlichen Rahmenbedingungen haben Controlling zu einer bedeutenden Institution und Funktion in Unternehmen gemacht. Die Studierenden erlangen zunächst umfassende Einblicke in die Standards und Organisationsformen des Controllings. Darüber hinaus entwickeln sie Handlungskompetenz zur Transparenz- und Entscheidungsgenerierung in der kurz- und mittelfristigen Unternehmenssteuerung. Dabei stehen bewährte Methoden des Controllings im Mittelpunkt der Übungseinheiten. Dies soll die Studierenden zu umfassendem informations- und entscheidungsorientiertem Denken und Handeln befähigen.

Lehr- und Lernmethoden des Moduls:

Vorträge, Präsentationen, Fallstudien, Praxisbeispiele, Gruppenübungen und -arbeiten, Gastdozenteneinsatz

Besonderes:

Übungsaufgaben, Literaturstudium, Fallstudien

Inhalt des Moduls:

1. Grundlagen
 - 1.1 Controlling: Begriffsdefinition
 - 1.2 Funktionen und Aufgaben des Controlling: Planung / Kontrolle / Steuerung
 - 1.3 Abgrenzung strategisches und operatives Controlling
 - 1.4 Controller Leitbild
2. Das Zielsystem des Controllers/Unternehmens
 - 2.1 Wertorientierung als Oberziel
 - 2.2 Die Liquiditätserhaltung als wichtigstes Nebenziel

Studiengang: International Business (B. A.)

zu Modul: Controlling

3. Planung und Kontrolle
 - 3.1 Externes Rechnungswesen als Grundlage bei kleinen und mittleren Unternehmen
 - 3.2 Plankostenrechnung
 - 3.3 Soll-Ist-Vergleich und Abweichungsanalysen
 - 3.4 Deckungsbeitragsrechnung und Break-Even-Analyse
 - 3.5 Prozesskostenrechnung
 - 3.6 Kalkulation und Kostenmanagement mit der Zielkostenrechnung
4. Budgetierung
 - 4.1 Budgetierungsarten
 - 4.2 Liquiditätsplanung
 - 4.3 Investitionsplanungen
2. Berichtswesen
 - 2.1 Monatliche Erfolgsrechnung
 - 2.2 Management Budget Report
 - 2.3 Kennzahlen und Kennzahlensysteme
 - 2.4 Gestaltung von Berichtssystemen
3. Anwendungen im funktionalen Controlling

Grundlegende Literaturhinweise

- Weber, J., Schäffer, U. (2008), Einführung in das Controlling, 12. Aufl., Schäffer-Poeschel
- Coenenberg, A.G., Fischer, T.M.; Günther, T. (2009), Kostenrechnung und Kostenanalyse, 7. Aufl., Schäffer-Poeschel

Ergänzende Literaturempfehlungen

- Coenenberg, A.G.; Salfeld, R. (2007), Wertorientierte Unternehmensführung, 2. Aufl., Schäffer-Poeschel
- Hahn, D., Hungenberg, H.(2001), PuK, 6. Aufl., Gabler

Studiengang: International Business (B. A.)

Modul: Geschäftsprozesse und betriebliche Informationssysteme

Semester: 4

Code der Veranstaltung: GBI

ECTS Punkte: 6

Kontaktstunden: 76

Selbststudium: 104

Dauer des Moduls: 1 Semester

Art des Moduls: Pflicht

Häufigkeit des Angebots: jedes Studienjahr

Gewichtung der Note in der Gesamtnote: 3,49%

Art und Umfang der Prüfungsleistung: KL 120 = Die Prüfung besteht ausschließlich aus einer Klausur; im Fall einer Klausur gibt es die Zahl den Umfang der Klausur in Minuten an.

Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. Körsgen

Lehrsprache: Deutsch

Dozenten: Prof. Dr. Künzel, Prof. Dr. Baeumle-Courth, Prof. Dr. Körsgen, Prof. Dr. Nieland, Prof. Dr. Holzheuer, Parlow

Zugangsvoraussetzungen:

Kenntnisse der Betriebswirtschaftslehre; Internes Rechnungswesen

Verwendbarkeit des Moduls:

Marketing; Vertrieb; Value Chain Management

Qualifikations- und Kompetenzziele des Moduls:

Die Studierenden erhalten eine umfassende Einführung in das Geschäftsprozessmanagement. Erfolgreiche Teilnehmer dieses Moduls verstehen die Notwendigkeit der Betrachtung und Grundbegriffe von Geschäftsprozessen, können den Bezug zwischen Geschäftsstrategie und Geschäftsprozessen herstellen und verstehen den Zusammenhang zwischen Geschäftsprozessen und Qualität. Sie können Geschäftsprozesse unter Einsatz einiger gängiger Methoden identifizieren, abgrenzen und modellieren, kennen wesentliche Ansätze zur Analyse, Leistungsmessung und Optimierung von Geschäftsprozessen und sind in der Lage, diese praktisch anzuwenden.

Darüber hinaus kann der Bereich der Führungsinformationssysteme bzw. des Business Intelligence (BI) behandelt werden. Neben dem grundsätzlichen BI Verständnis werden auch Architekturansätze und Entwicklungsströmungen erläutert.

Die zweite Säule der Veranstaltung bildet das Themenfeld der betrieblichen Informationssysteme, welches unmittelbar mit der ersten Säule der Geschäftsprozesse verknüpft ist. Die Studierenden erhalten einen umfassenden Gesamtüberblick über den grundlegenden Aufbau und die Funktionsweise einer integrierten, betriebswirtschaftlichen Standardsoftware. Zum Einsatz kann der Marktführer SAP mit seiner ERP-Lösung oder alternative marktrelevante Produkte kommen. Die Vermittlung der Funktionalitäten erfolgt handlungsorientiert am System unter Einsatz von Übungen und Fallstudien. Die Studierenden verstehen, wie sich eine integrierte Wertschöpfungskette von der Auftragsbearbeitung bis zur Fakturierung mit einem ERP-System abbilden lässt. Ebenso können Sie tangierende, integrierte Prozesse aus der Buchhaltung, sowie der Materialwirtschaft und ggf. der Produktion nachvollziehen und so die Vorteile und Einsatzmöglichkeiten von ERP-Systemen ganzheitlich einschätzen.

Im praktischen Teil können neben der ERP-Software zudem alternative Softwareprodukte aus dem Business Intelligence, der integrierten Warenwirtschaft, Customer Relationship und Projektmanagement zum Einsatz kommen.

Lehr- und Lernmethoden des Moduls:

Unterschiedliche Lehr-/Lernumgebungen: Präsenzveranstaltungen, E-Learning, Eigenstudium; Wechselnde Lehr-/Lernmethoden: Individuelles und kooperatives Lernen, problemorientiertes und integratives Lernen, synchrones und asynchrones Lernen; Fallstudienarbeit, Expertenvorträge

Studiengang: International Business (B. A.)

zu Modul: Geschäftsprozesse und betriebliche Informationssysteme

Besonderes:

Übungsaufgaben, Literaturstudium, Referate, Gruppenarbeiten, Studienarbeiten, Beispielausarbeitungen, Projektarbeiten, Literaturquellensuche und -nutzung, Internetrecherche, Transfers/Querverbindungen/Vernetzungen (mit der Unternehmung des Studenten bzw. zu anderen Modulbereichen)

Inhalt des Moduls:

1. Grundlagen des Geschäftsprozessmanagement (GM)
 - 1.1 Begriffsbestimmung: Prozess, Geschäftsprozess
 - 1.2 Prozess- vs. Funktionsorientierung der Organisation
 - 1.3 Kundenorientierung, Qualitätssicherung und Unternehmensstrategie
2. Identifikation, Strukturierung und Modellierung von Geschäftsprozessen
 - 2.1 Arten, Abgrenzung und hierarchische Strukturierung von Geschäftsprozessen
 - 2.2 Top-Down und Bottom-Up Identifikation
 - 2.3 Grundbegriffe und Ziele der Geschäftsprozessmodellierung
 - 2.4 Modellierungsmethoden (z.B. Ereignisgesteuerte Prozessketten (EPK))
 - 2.5 Praktischer Einsatz der Methoden
3. Prozessanalyse, Prozesscontrolling und Optimierung von Geschäftsprozessen
 - 3.1 Erhebung von Geschäftsprozessen und Analysemethoden im Überblick
 - 3.2 Prozesscontrolling (Ziele, Kennzahlen, Berichtswesen)
 - 3.3 Ziele und Prinzipien der Prozessoptimierung
 - 3.4 Vorgehen in Optimierungsprojekten
 - 3.5 Business Process Reengineering
 - 3.6 Kaizen / Kontinuierliche Verbesserung
4. Übersicht über Führungsinformationssysteme und Business Intelligence (BI)
 - 4.1 Hintergrundinformationen und BI-Ansatz
 - 4.2 Data Warehouse Architektur
 - 4.3 Multidimensionale Datenbanken und OLAP
 - 4.4 Data Mining und aktuelle Entwicklungsströmungen
5. Übersicht über betriebliche Informationssysteme
6. Architektur und Aufbau einer integrierten, betriebswirtschaftlichen Standardsoftware
 - 6.1 Hintergrundinformationen zu Softwareanbietern (z.B. SAP AG oder alternative Anbieter)
 - 6.2 Hardwarearchitektur (Client-Server-Prinzip)
 - 6.3 Softwarearchitektur/ Modularer Aufbau
7. Abbildung einer integrierten logistischen Kette anhand von Fallstudien unter Verwendung folgender Module/Prozesse
 - 7.1 Grundlegende Prozesse im Vertrieb (Auftrag, Versand, Fakturierung)
 - 7.2 Grundlegende Prozesse in der Materialwirtschaft (Lager- und Einkaufsprozesse)
 - 7.3 Grundlegende Prozesse in der Produktion (Fertigungsverfahren, Arbeitsplan, Stücklisten)
 - 7.4 Grundlegende Prozesse in der Finanzbuchhaltung (Kreditoren- und Debitorenbuchhaltung)
 - 7.5 Weitere praktische Anwendungen (z.B. integrierte Reportsysteme)
8. (optional) Alternative Softwareprodukte der integrierten Warenwirtschaft, Customer Relationship und Projektmanagement

Studiengang: International Business (B. A.)

zu Modul: Geschäftsprozesse und betriebliche Informationssysteme

Grundlegende Literatur:

- Gadatsch, A.: Grundkurs Geschäftsprozessmanagement, 7. Auflage 2012, Springer Verlag
- Körsgen: Integrierte Fallstudien vom Kundenauftrag bis zur Fakturierung in SAP R/3, 4.Aufl., Erich Schmidt Verlag 2015

Ergänzende Literatur:

- Rimmelsbacher, U.: Vertriebsprozesse mit SAP ERP, 1. Auflage, Springer Vieweg Verlag, 2014
- Kemper, H.G.: Business Intelligence, 3. Auflage, Vieweg + Teubner Verlag, 2010

Studiengang: International Business (B. A.)

Modul: International Marketing

Semester: 4

Code der Veranstaltung: IMK

ECTS Punkte: 5

Kontaktstunden: 40

Selbststudium: 110

Dauer des Moduls: 1 Semester

Art des Moduls: Pflicht

Häufigkeit des Angebots des Moduls:

jedes Studienjahr

Gewichtung der Note in der Gesamtnote: 2,91%

Art und Umfang der Prüfungsleistung: KR 90 = Die Prüfung ist **entweder** ein Referat **oder** eine Klausur; im Fall einer Klausur gibt die Zahl den Umfang der Klausur in Minuten an.

Modulverantwortlicher : Prof. Dr. Brinkmann

Unterrichts-/Lehrsprache: Englisch

Dozenten: Prof. Dr. Bruse, Prof. Dr. Peters,
Prof. Dr. Brinkmann

Zugangsvoraussetzungen:

Grundlagen der BWL, Wirtschaftsmathematik, Operations Management, Introduction to International Business, International Business Environment

Verwendbarkeit des Moduls:

Verwendbar für das Modul International Business Strategy

Qualifikations- und Kompetenzziele des Moduls:

The aim of the module „International Marketing” is to enable the students to understand current approaches to international marketing. They shall be able to understand leading marketing concepts and to apply them in a creative approach. The students shall understand basic marketing research and planning tools that can be used to inform and improve marketing decisions within organizations in a global environment. They shall be able to develop marketing goals and strategies for companies which are challenged by the complexities and costs when operating in the international market place. They shall be able to develop a mix of market offerings and marketing programs to fulfill the defined marketing goals and strategies.

Lehr- und Lernmethoden des Moduls:

Lecture, Self-study, Exercises, Case Studies, Literature studies, Group Work, Short presentations,

Inhalte des Moduls:

1. The marketing perspective
 - 1.1 What is marketing?
 - 1.2 The route to market orientation
2. International marketing research
 - 2.1 Customer Behavior
 - 2.2 Marketing research
3. International marketing strategy
 - 3.1 Goals and objectives
 - 3.2 Marketing strategies

Studiengang: International Business (B. A.)

zu Modul: International Marketing

4. International market offerings and marketing programs:
 - 4.1 Product management and branding
 - 4.2 Distribution and logistics management
 - 4.3 Communications and promotions
 - 4.4 Global pricing

Basic Literature

- Kotler, P. and Armstrong, G. (2012) 'Principles of Marketing', Global edition 14 E, Pearson Education Limited
- Hollensen, S. (2013) 'Global Marketing', Prentice Hall

Additional Literature

- Kotabe, M. and Helsen, K. (2014) 'Global Marketing Management', John Wiley & Sons
- Czinkota, M.R.; Ronkainen, I.A. and Zvobgo, G. (2011) 'International Marketing', Cengage Learning EMEA

Studiengang: International Business (B. A.)

Modul: International Business Strategy

Semester: 4

Code der Veranstaltung: IBS

ECTS Punkte: 4

Kontaktstunden: 40

Selbststudium: 80

Dauer des Moduls: 1 Semester

Art des Moduls: Pflicht

Häufigkeit des Angebots des Moduls:

jedes Studienjahr

Gewichtung der Note in der Gesamtnote: 2,33 %

Art und Umfang der Prüfungsleistung: KR 90 = Die Prüfung ist **entweder** ein Referat **oder** eine Klausur; im Fall einer Klausur gibt die Zahl den Umfang der Klausur in Minuten an.

Modulverantwortlicher: Prof. Dr. Peters

Unterrichts-/Lehrsprache: Englisch

Dozent: Prof. Dr. Bruse, Prof. Dr. Heuser,

Prof. Dr. Peters, Prof. Dr. Brinkmann

Zugangsvoraussetzungen:

Introduction to International Business, International Business Environment

Verwendbarkeit des Moduls:

Verwendbar für die Module International Marketing, Business Operations and Multinational Enterprise Management

Qualifikations- und Kompetenzziele des Moduls:

The module „International Business Strategy“ familiarizes the students with strategies applicable to international businesses. Upon completion of the module the students are able to distinguish between different strategies of firm internationalization and evaluate the suitability of various entry modes that are available for firms to extend their business internationally.

Lehr- und Lernmethoden des Moduls:

Lecture, Self-study, Exercises, Case Studies, Literature studies, Group Work, Presentations

Inhalte des Moduls:

1. Introduction to international business strategy
 - 1.1 Corporate level strategies and orientations (EPRG)
 - 1.2 Business level strategies
 - 1.3 Functional strategies
 - 1.4 Timing strategies
2. Going international: Theoretical foundations and analysis for international market and entry mode selection
 - 2.1 Internationalization theory
 - 2.2 Contingency theory
3. Entry modes
 - 3.1 External modes
 - 3.2 Internal modes
4. Implementation, management and control in international business
 - 4.1 Foreign direct investments: Greenfield versus acquisition
 - 4.2 Cooperations and alliances
 - 4.3 Riskmanagement

Studiengang: International Business (B. A.)

zu Modul: International Business Strategy

Literatur:

- Hill: Global Business Today, McGraw-Hill 2010
- Kim/Mauborgne: Blue Ocean Strategy, McGraw-Hill Professional 2005
- Mintzberg/Ahlstrand/Lampel: Strategy Safari: The Complete Guide through the Wilds of Strategic Management, Financial Times Prentice Hall 2008
- Morschett/Schramm-Klein/Zentes: Strategic International Management – Text and Cases, Gabler 2009
- Porter: Competitive Strategy: Techniques for Analysing Industries and Competitors, Free Press 1998

Studiengang: International Business (B. A.)

Modul: Investition und Finanzierung

Semester: 4

Code der Veranstaltung: IUF

ECTS Punkte: 5

Kontaktstunden: 60

Selbststudium: 90

Dauer des Moduls: 1 Semester

Art des Moduls: Pflicht

Häufigkeit des Angebots: jedes Studienjahr

Gewichtung der Note in der Gesamtnote: 2,91%

Art und Umfang der Prüfungsleistung: KL 90 = Die Prüfung besteht ausschließlich aus einer Klausur; im Fall einer Klausur gibt es die Zahl den Umfang der Klausur in Minuten an.

Modulverantwortliche/r:

Prof. Dr. Langemeyer

Lehrsprache: Deutsch

Dozenten: Prof. Dr. Langemeyer, Prof. Dr. Thiernemann, Prof. Dr. Gasper, Prof. Dr. Klee, Prof. Dr. Jensen, Prof. Dr. Padberg

Zugangsvoraussetzungen:

Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre

Verwendbarkeit des Moduls:

Verwendbar für die Spezialisierungen Finanzvertrieb und Finanzdienstleistungen

Qualifikations- und Kompetenzziele des Moduls:

Im Mittelpunkt des Moduls stehen ausgewählte Gebiete der Investitionsrechnung und Finanzierung. Die Studierenden verstehen den Themenkomplex hinsichtlich der Abhängigkeiten von Finanzierung und Investitionsrechnung vor allem hinsichtlich des Risikos und wenden grundlegende Instrumente wie die Kapitalwertmethode, aber auch noch statische Methoden selbstständig an. Sie sind somit in der Lage, Investitionsentscheidungen sicher zu beurteilen. Parallel dazu kennen sie traditionelle und alternative Finanzierungsformen und beherrschen die Grundlagen der Unternehmensfinanzierung. Sie können Finanzplanungen durchführen und die Zusammenhänge zwischen Investitions- und Finanzierung verstehen. Kenntnisse über die Vermögens- und Kapitalstruktur und die Grundlagen der Portfolio- und Kapitalmarkttheorie runden das ganzheitliche Verständnis von Investition und Finanzierung ab.

Lehr- und Lernmethoden des Moduls:

Die Modulinhalte werden im Rahmen von Vorlesungen erarbeitet und anhand von Beispielen aus der Praxis erläutert. Anhand von Fallstudien werden die Studierenden aktiv in die Vorlesung einbezogen. Übungsaufgaben und Gruppenarbeit dienen der Vertiefung der behandelten Themen und werden teilweise auch als Hausarbeiten ausgegeben.

Besonderes:

Inhalt des Moduls:

1. Einführung und Übersicht: Finanzmärkte
2. Investitionen
 - 2.1 Grundlagen zu den Investitionsarten
 - 2.2 Investitionsverfahren

Studiengang: International Business (B. A.)

zu Modul: Investition und Finanzierung

3. Finanzierung
 - 3.1 Fremdkapitalfinanzierung
 - 3.2 Beteiligungsfinanzierung
 - 3.3 Innenfinanzierung
 - 3.4 Finanzierungssubstitute
 - 3.5 Finanzplanung
 - 3.6 Finanzierung unter Risiko
 - 3.7 Finanzinnovation und Sonderformen der Finanzierung"

Literatur:

- Brealey, R. /Myers, S./Allen, F. (2011): Principles of Corporate Finance, 10th Ed., NY 2011.
- Däumler, K.-D./Grabe, J. (2008): Betriebliche Finanzwirtschaft, 9. Aufl., Herne/Berlin 2008
- Gräfe, H./Schiller, B./Rösner, S. (2008): Finanzierung, 6. Aufl., Berlin 2008
- Padberg, C./Padberg, Th. (2006): Grundzüge der Corporate Finance, 1. Aufl., Berlin 2006
- Olfert, Klaus/ Reichel, Christopher (2011): Investition, 11. Aufl., Kiel 2011
- Perridon, L./Steiner, M./Rathgeber, A. (2009): Finanzwirtschaft der Unternehmung, 15. Aufl., München 2009
- Thommen, J.-P./Achleitner, A.-K. (2009): Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, 6. Aufl., Wiesbaden 2009
- Zantow, R./ Dinauer, J. (2011): Finanzwirtschaft des Unternehmens, 3. Aufl., München 2011

Studiengang: International Business (B. A.)

Modul: 2. Fremdsprache IV - Spanisch

Semester: 4

Code der Veranstaltung: SPA IV

ECTS Punkte: 3

Kontaktstunden: 32

Selbststudium: 58

Dauer des Moduls: 1 Semester

Art des Moduls: Pflicht

Häufigkeit des Angebots des Moduls:

jedes Studienjahr

Gewichtung der Note in der Gesamtnote: 1,74%

Art und Umfang der Prüfungsleistung: KR 60 = Die Prüfung ist **entweder** ein Referat **oder** eine Klausur; im Fall einer Klausur gibt die Zahl den Umfang der Klausur in Minuten an.

Modulverantwortlicher : Carroll-Scott

Unterrichts-/Lehrsprache: Spanisch

Dozent: Ricken, Arones

Zugangsvoraussetzungen:: 2. Fremdsprache - Spanisch III

Verwendbarkeit des Moduls:

Die Studierenden können die Hauptinhalte komplexer Texte zu konkreten und abstrakten Themen verstehen; sie verstehen im eigenen Spezialgebiet auch Fachdiskussionen. Sie können sich so spontan und fließend verständigen, dass ein normales Gespräch mit Muttersprachlern ohne größere Anstrengung auf beiden Seiten gut möglich ist.

Qualifikations- und Kompetenzziele des Moduls:

Die Studierenden können schriftliche Texte mündlich wiedergeben und das eingeführte Fachvokabular produktiv verwenden. Sie sind in der Lage, fachwissenschaftliche Zusammenhänge schriftlich und mündlich sicher zu formulieren.

Lehr- und Lernmethoden des Moduls:

Die rezeptiven und produktiven Fertigkeiten werden in Anlehnung an die Bedürfnisse der jeweiligen Gruppe mündlich und schriftlich unter Einsatz von Übungen, aktuellen Zeitungsartikeln, Büchern, audiovisuellen Hilfsmitteln intensiv geschult, wobei diese die Möglichkeit zu Gesprächen, Debatten und praktischer Anwendung bieten und die aktive Mitarbeit aller Studierenden fordern.

Inhalte des Moduls:

- 1 Grammatik
 - 1.1 Zeitenfolge beim Subjuntivo
 - 1.2 Relativ- und Temporalsätze
 - 1.3 Das Passiv
 - 1.4 Die indirekte Rede II
- 2 Themenbereiche
 - 2.1 Marketing
 - 2.2 Die Arbeitswelt

Studiengang: International Business (B. A.)

zu Modul: 2. Fremdsprache IV - Spanisch

Grundlegende Literaturhinweise

- Lalana Lac, F.: Tramontana Intensivkurs Spanisch, Stuttgart, 2003
- Fajardo, M.; Gonzalez, S.: Marca Registrada, Salamanca, 2001

Ergänzende Literaturempfehlungen

- Lago, A.; Romero, E.: Cultura y Negocios. El español de la Economía española y latinoamericana, München, 2010
- Canales, A.; Zuniga, M.: Negocios – Manual de español profesional, Alcalá, 2009

Studiengang: International Business (B. A.)

Modul: 2. Fremdsprache IV - Französisch

Semester: 4

Code der Veranstaltung: FRA IV

ECTS Punkte: 3

Kontaktstunden: 32

Selbststudium: 58

Dauer des Moduls: 1 Semester

Art des Moduls: Pflicht

Häufigkeit des Angebots des Moduls:

jedes Studienjahr

Gewichtung der Note in der Gesamtnote: 1,74%

Art und Umfang der Prüfungsleistung: KR 60 = Die Prüfung ist **entweder** ein Referat **oder** eine Klausur; im Fall einer Klausur gibt die Zahl den Umfang der Klausur in Minuten an.

Modulverantwortlicher: Carroll-Scott

Unterrichts-/Lehrsprache: Französisch

Dozent: Croisier-Schulte, Houdus

Zugangsvoraussetzungen:: Fremdsprache III - Französisch

Qualifikations- und Kompetenzziele des Moduls:

Aufbau, Ergänzung und Vertiefung der vier Fertigkeiten im Bereich der Mittelstufe. Entwicklung der Sprachkompetenz in repräsentativen Themenbereichen (Alltag, Geschichte, Wirtschaft, Kultur) der spanischsprachigen Länder.

Lehr- und Lernmethoden des Moduls:

Die rezeptiven und produktiven Fertigkeiten werden in Anlehnung an die Bedürfnisse der jeweiligen Gruppe mündlich und schriftlich unter Einsatz von Übungen, aktuellen Zeitungsartikeln, Büchern, audiovisuellen Hilfsmitteln intensiv geschult, wobei diese die Möglichkeit zu Gesprächen, Debatten und praktischer Anwendung bieten und die aktive Mitarbeit aller Studenten fordern.

Inhalt der Lehrveranstaltung:

- 1 Konjunktur und Wirtschaftszyklen
 - 1.1 Definitionen
 - 1.2 Analyse aktueller Zahlen

- 2 Verkauf und Vertriebsnetze
 - 2.1 Allgemeine Aspekte
 - 2.2 Vertrieb: Vertriebsnetze, moderne Verkaufsmethoden
 - 2.3 Verkaufszahlen: Interpretation von Tabellen, Grafiken, Tortendiagrammen
 - 2.4 Verkaufsgespräche

- 3 Marketing
 - 3.1 Basisvokabular und Definitionen
 - 3.2 Märkte
 - 3.3 Marketing Mix
 - 3.4 Messeorganisation und Umgang mit Kunden und Besuchern
 - 3.5 Beispiele von gelungener / nicht gelungener Markteinführung von Produkten

Studiengang: International Business (B. A.)

Studiengang: International Business (B. A.)

Zu Modul: 2. Fremdsprache IV - Französisch

Grundlegende Literaturhinweise

- Cherifi, S; Giradeau, B.: Travailler en français en entreprise 2 (Buch u. CD Audio ROM), Berlin, 2009
- Gaeng, P.: Le monde de l'entreprise française, Wilhelmsfeld, 2001

Ergänzende Literaturempfehlungen

- Tauzin, B.; Dubois, A.: Objectif Express Le monde professionnel en français, München, 2013
- Penfornis, Jean-Luc : Vocabulaire progressif du français des affaires, Stuttgart, 2014

Studiengang: International Business (B. A.)

Modul: 2. Fremdsprache IV -Chinesisch

Semester: 4

Code der Veranstaltung: CHIN IV

ECTS Punkte: 3

Kontaktstunden: 32

Selbststudium: 58

Dauer des Moduls: 1 Semester

Art des Moduls: Pflicht

Häufigkeit des Angebots des Moduls:

jedes Studienjahr

Gewichtung der Note in der Gesamtnote: 1,74%

Art und Umfang der Prüfungsleistung: KR 60 = Die Prüfung ist **entweder** ein Referat **oder** eine Klausur; im Fall einer Klausur gibt die Zahl den Umfang der Klausur in Minuten an.

Modulverantwortlicher : Carroll-Scott

Unterrichts-/Lehrsprache: Chinesisch

Dozent: Yang, Wang, Li

Zugangsvoraussetzungen: 2. Fremdsprache III -Chinesisch

Verwendbarkeit des Moduls:

Die Studierenden können die Hauptinhalte komplexer Texte zu konkreten und abstrakten Themen verstehen; verstehen im eigenen Spezialgebiet auch Fachdiskussionen. Sie können sich so spontan und fließend verständigen, dass ein normales Gespräch mit Muttersprachlern ohne größere Anstrengung auf beiden Seiten gut möglich ist. (GER: Niveau B2)

Qualifikations- und Kompetenzziele des Moduls:

Den Studierenden wird eine möglichst umfangreiche kommunikative Kompetenz vermittelt. Diese soll sich auf den rezeptiven und produktiven Sektor erstrecken. Chinesische Denke- und Verhaltensweisen sollen verständlich gemacht werden und aus der chinesischen Kultur und deren historischen und weltanschaulichen Hintergründen erklärt werden. Die Absolventen sollen bei Aufhalten in China, bei Gesprächen und bei Verhandlungen eine tragfähige sprachliche Handlungsfähigkeit besitzen, die sich auf das Sprechen, das (Hör)verstehen, das Lesen von Schriftzeichen und Texten und in Ansätzen auch das Schreiben erstrecken. Die im chinesischen Alltag und Berufsleben häufigsten 1000 Wörter sollen den Teilnehmer geläufig sein.

Lehr- und Lernmethoden des Moduls:

Die rezeptiven und produktiven Fertigkeiten werden anhand aufgaben- und handlungsorientierten Texte unter Einsatz von Lehrbüchern, einfachen authentischen Materialien, audiovisuellen Hilfsmitteln geschult. Die aktive Mitarbeit der Studenten bei den Übungen, Partnerarbeiten, Rollenspielen, Diskussionen ist erforderlich.

Inhalte des Moduls:

1. Themen - Wirtschaftschinesisch I
 - 1.1 Einführung der Geschäftskultur
 - 1.2 Kommunikationsmittel benennen
 - 1.3 Nach der Kontaktinformation fragen
 - 1.4 Beruf & Zuständigkeiten angeben
 - 1.5 Geschäftsessen

Studiengang: International Business (B. A.)

zu Modul: 2. Fremdsprache IV -Chinesisch

2. Grammatik
 - 2.1 Modalverben II, Fragesatz
 - 2.2 Aspektpartikel und Modalpartikel
 - 2.3 Komplement des Resultats
 - 2.4 Perfekt Aspekt einer Handlung
 - 2.5 Modales Komplement und Komplement des Grades
3. Aussprache und Intonation
4. Schriftzeichen

Grundlegende Literaturhinweise

- Beijing Fremdsprachen Institut: Praktisches Chinesisch I, Beijing 2013
- Chabbi, T.: Liao, Liao. Kursbuch & Arbeitsbuch, München 2009

Ergänzende Literaturempfehlungen

- Deng S.; Zhang X.: Chinesisch für Deutsche, Dragon, 2009
- Hernig, M.: China: Ein Länderporträt, Berlin 2014

Studiengang: International Business (B. A.)

Modul: Praxisphase III

Semester: 4

Code der Veranstaltung: PRA III

ECTS Punkte: 3

Kontaktstunden: 0

Selbststudium: 90

Gewichtung der Note in der Gesamtnote:

0,00%

Art und Umfang der Prüfungsleistung: Referat (RF)

Modulverantwortlicher : Prof. Dr. Bergsiek

Unterrichts-/Lehrsprache: Deutsch

Zugangsvoraussetzungen: Anmeldung der Praxisphase

Ziel der Lehrveranstaltung:

Die Studierenden konfrontieren ihr in den Lehrveranstaltungen erworbenes Wissen mit den Erfahrungen in den Partnerunternehmen. Sie können reflektieren, wie erfolgreich sie ihre Aufgaben während der Praxisphase bewältigt haben, welche persönlichen Ressourcen ihnen dabei zur Verfügung standen und wo noch Entwicklungsbedarf zu erkennen ist. Sie sind in der Lage, argumentativ Verbesserungsvorschläge für ihren erlebten Aufgabenbereich zu präsentieren. Sie können ihre beruflich relevanten Stärken und Schwächen benennen.

Die Studierenden fördern ihre Fähigkeit zu analytischem und kritisch-konstruktivem Denken und können Arbeits-, Problemlösungs- und Projektmanagementtechniken eigenständig auf praktische Fragestellungen anwenden. Sie sind in der Lage, betriebliche Problemstellungen der Funktionsbereiche zu analysieren und praktikable Lösungsvorschläge zu entwickeln. Sie sind offen für Anregungen und haben gelernt, ihren Standpunkt unter Heranziehung einer theoretisch fundierten Argumentation zu begründen und zu verteidigen.

Sie sind in der Lage, alle zur Verfügung stehenden Lern- und Arbeitsmittel zum Wissenserwerb zu nutzen. Sie stellen gezielt Verständnisfragen, beteiligen sich aktiv an fachlichen Diskussionen und übernehmen zunehmend Mitverantwortung für den Lernerfolg. Sie können angemessen Feedback geben. Sie erkennen Konflikte und können diese angemessen ansprechen.

Die Studierenden sind imstande, das erworbene Wissen sowie ihre Fähigkeiten und Fertigkeiten in realen Situationen oder Problemstellungen professionell anzuwenden. Im Vordergrund stehen also: Anwendung, Üben, Analyse.

Lehr- und Lernmethodik:

-

Selbststudium:

-

Inhalt der Lehrveranstaltung:

Die Studierenden verbringen ihre Praxisphase in einem Partnerunternehmen und bewältigen dort unterschiedliche Aufgaben. Dabei werden sie durch Betreuer seitens des Unternehmens und der FHDW begleitet. Im Anschluss an ihre Praxistätigkeit präsentieren sie ihre Erfahrungen in Form von Referaten, diskutieren diese in der Gruppe und erhalten eine Rückmeldung durch den Praxisbetreuer.

Studiengang: International Business (B. A.)

Modul: Entrepreneurship und Unternehmensführung

Semester: 5

Code der Veranstaltung: EUU

ECTS Punkte: 5

Kontaktstunden: 68

Selbststudium: 82

Dauer des Moduls: 1 Semester

Art des Moduls: Pflicht

Häufigkeit des Angebots: jedes Studienjahr

Gewichtung der Note in der Gesamtnote: 2,91%

Art und Umfang der Prüfungsleistung: KRS 90 = Die Prüfung besteht **entweder** aus einer Klausur **oder** einem Referat **oder** einer Studienarbeit; im Fall einer Klausur gibt die Zahl den Umfang der Klausur in Minuten an.

Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. Eckrich

Lehrsprache: Deutsch

Dozenten: Prof. Dr. Eckrich, Prof. Dr. Brandt, Prof. Dr. Thömmes, Prof. Dr. Wallau, Prof. Dr. Pott, Prof. Dr. Koch

Zugangsvoraussetzungen:

Grundlagen BWL, Internes und externes Rechnungswesen

Verwendbarkeit des Moduls:

Verwendbar für die Module Unternehmensethik und Internationales Management

Qualifikations- und Kompetenzziele des Moduls:

Die Studierenden haben sich mit der Bedeutung der ganzheitlichen Unternehmensführung auseinandergesetzt. Sie kennen die systematischen Aspekte der erfolgreichen Unternehmensführung, beginnend von der Gründung des Unternehmens bis hin zu komplexen Anforderungen des Change Managements. Sie entwickeln unternehmerisches Denken und sind in der Lage, unternehmerisches Handeln in allen Phasen des Unternehmens-Lebenszyklus realistisch einzuschätzen.

In diesem Modul erlangen die Studierenden grundlegende Kenntnisse, die notwendig sind, ein eigenes Unternehmen zu gründen. Die Studierenden verstehen den Gründungsprozess mit den wichtigen Meilensteinen sowie den sich daraus ergebenden Chancen und Risiken.

Darauf aufbauend erwerben die Studierenden einen Überblick über die strategischen, strukturellen, kulturellen und prozessualen Voraussetzungen der Führung von Unternehmen. Sie haben eine positive Grundeinstellung entwickelt zum Einsatz von Führungskonzepten, die den Wirkungshorizont des operativen (Tages-)Geschäfts erweitern und eine konstruktive Einstellung zum Management von Veränderungen erworben.

Lehr- und Lernmethoden des Moduls:

Vorträge, Präsentationen, Fallstudien, Planspiel, Praxisbeispiele, Gruppenübungen und -arbeiten, Gastdozenteneinsatz

Besonderes:

Übungsaufgaben, Literaturstudium, Fallstudien

Inhalt des Moduls:

1. Entrepreneurship und Unternehmensgründung
 - 1.1 Anforderungen an Existenzgründer, Unternehmer und Führungskräfte
 - 1.2 Gründungsentscheidungen
 - 1.3 Entwicklung einer Geschäftsidee
 - 1.4 Fallbeispiele

Studiengang: International Business (B. A.)

zu Modul: Entrepreneurship und Unternehmensführung

2. Entscheidungen zum Unternehmensaufbau
 - 2.1 Feasibility Study
 - 2.2 Ziele und Aufbau des Business Plans
 - 2.3 Finanzierungsentscheidungen und steuerliche Probleme
 - 2.4 Franchisesysteme
 - 2.5 Ausgewählte Aspekte der Unternehmensnachfolge
3. Strategische Unternehmensführung
 - 3.1 Systemische Einordnung und Konzepte der Unternehmensführung
 - 3.2 Unternehmensphilosophie, Unternehmensvision und -mission
 - 3.3 Methoden der Strategieanalyse
 - 3.4 Konzepte zur strategischen Positionierung
 - 3.5 Instrumente der strategischen Unternehmensplanung
4. Unternehmensstrukturierung
 - 4.1 Organisationsformen
 - 4.2 Ansätze der Organisationsentwicklung
 - 4.3 Ablauf- und Prozessoptimierung
5. Change Management und Unternehmenskultur
 - 5.1 Modelle des Change Managements
 - 5.2 Führung in Veränderungsprozessen
 - 5.3 Unternehmenskultur als Führungskonzept
 - 5.4 Ansatzpunkte der Kulturveränderung

Studiengang: International Business (B. A.)

zu Modul: Entrepreneurship und Unternehmensführung

Grundlegende Literatur:

- Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie: Starthilfe – der erfolgreiche Weg in die Selbständigkeit Businessplan – Wettbewerb, 2010
- Dillerup, R., Stoi, R., Unternehmensführung, 3. Aufl., Heilbronn, Vahlen, 2011

Ergänzende Literatur:

- Ahlert, D./Ahlert, M.: Handbuch Franchising und Cooperation: Das Management Kooperativer Unternehmensnetzwerke, 2010
- Kollmann, T.: E-Entrepreneurship: Grundlagen der Unternehmensgründung in der Net Economy, 2011
- Olfert, K.; Pischulti, H.: Unternehmensführung, Neckargemünd, 5. Auflage 2011
- Schein, E.: Führung und Veränderungsmanagement. EHP Köln, 2009

Studiengang: International Business (B. A.)

Modul: Organization and Human Resource Management

Semester: 5

Code der Veranstaltung: OHR

ECTS Punkte: 5

Kontaktstunden: 44

Selbststudium: 106

Dauer des Moduls: 1 Semester

Art des Moduls: Pflicht

Häufigkeit des Angebots: jedes Studienjahr

Gewichtung der Note in der Gesamtnote: 2,91%

Art und Umfang der Prüfungsleistung: KR 90 = Die Prüfung ist **entweder** ein Referat **oder** eine Klausur; im Fall einer Klausur gibt die Zahl den Umfang der Klausur in Minuten an.

Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. Röchter

Lehrsprache: Deutsch/Englisch

Dozenten: Prof. Dr. Röchter, Prof. Dr. Eckrich, Prof. Dr. Thömmes, Prof. Dr. Hohensohn, Prof. Dr. Thiernemann

Zugangsvoraussetzungen:

Kenntnisse der Betriebswirtschaftslehre

Verwendbarkeit des Moduls:

Verwendbar für die Studiengänge International Business und Wirtschaftsrecht

Qualifikations- und Kompetenzziele des Moduls:

Students understand the role of organization and human resource management (HRM) in an international context. They get to know different approaches to structure international business activities and recognize how organizational structures shape human behavior. Students become aware of the complexities of human resource management in a multinational company and understand the link to company strategy. They acquire basic knowledge of labor law regulations in different countries. Insight into psychological processes of motivation and job satisfaction enables them to understand psychological effects of human resource management activities. Students get an overview of different functional areas of human resource management and become sensitive to international differences in HRM. Moreover, the students learn about specific challenges of expatriate management and the establishment of a global management cadre.

Lehr- und Lernmethoden des Moduls:

Lecture, Exercises, Case Studies, Group Work, Role Play, Presentations

Besonderes:

Inhalt des Moduls:

1. Organization
 - 1.1. Fundamentals of Organization
 - 1.2. Organization in an International Context
2. Human Resource Management – An International Perspective
 - 2.1. What is Human Resource Management?
 - 2.2. Specifics of International Human Resource Management
 - 2.3. Legal Framework for International Human Resource Management
 - 2.4. Motivation and Job Satisfaction

Studiengang: International Business (B. A.)

3. Functional Areas of International Human Resource Management
 - 3.1. Workforce Planning and Staffing
 - 3.2. Recruitment and Selection
 - 3.3. Training and Management Development
 - 3.4. Performance Management
 - 3.5. Compensation and Reward Systems
4. Expatriate Management

Basic Literature

- Briscoe, D., Schuler, R., Tarique, I. (2012), International Human Resource Management: Policies and Practices for Multinational Enterprises, 4th edition, Routledge, New York and London
- Dessler, G. (2013), Human Resource Management, 13th edition, Pearson, Boston et al.

Additional Literature

- Torrington, D., Hall, L., Taylor, S., Atkinson, C. (2014), Human Resource Management, 9th edition, Pearson, Harlow, England
- Stahl, G. K., Mendenhall, M. E., Oddou, G. R. (2012), Readings and Cases in International Human Resource Management and Organizational Behavior, 5th edition, Routledge, New York and London

Studiengang: International Business (B. A.)

Modul: Makroökonomie und Außenwirtschaft

Semester: 5

Code der Veranstaltung: MAK

ECTS Punkte: 5

Kontaktstunden: 44

Selbststudium: 106

Dauer des Moduls: 1 Semester

Art des Moduls: Pflicht

Häufigkeit des Angebots: jedes Studienjahr

Gewichtung der Note in der Gesamtnote: 2,91%

Art und Umfang der Prüfungsleistung: KL 90 = Die Prüfung besteht ausschließlich aus einer Klausur; im Fall einer Klausur gibt es die Zahl den Umfang der Klausur in Minuten an.

Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. Wilbert

Lehrsprache: Deutsch

Dozenten: Prof. Dr. Brandt, Prof. Dr. Hammer, Prof. Dr. Heuser, Prof. Dr. Wilbert

Zugangsvoraussetzungen:

Wirtschaftsmathematik, Mikroökonomie

Verwendbarkeit des Moduls:

Qualifikations- und Kompetenzziele des Moduls:

Die Studierenden sind mit den grundlegenden volkswirtschaftlichen Kenngrößen (u.a. Lohnstückkosten, Inflationsrate, Arbeitslosenquote) und Berichtssystemen (insbesondere BIP-Konzept) vertraut und in der Lage, hieraus Schlüsse über die ökonomische Situation einer Volkswirtschaft zu ziehen. Darüber hinaus vermögen die Studierenden, Grenzen der Inlandsproduktberechnung zu identifizieren und Lösungsansätze zu durchdenken (insbesondere Indikatoren-systeme). Die Studierenden beherrschen die makroökonomische Denkweise, sind hierin in ausgewählten Problemfeldern trainiert (gesamtwirtschaftlicher Arbeitsmarkt, Geldwirtschaft, Wirtschaftswachstum sowie konjunkturelle Entwicklung) und haben die Befähigung erlangt, grundlegende makroökonomische Probleme aus den besprochenen Themenkreisen (u.a. Arbeitslosigkeit und Inflation) bei unterschiedlichen Paradigmenpositionen (insbesondere neoklassisch und keynesianisch) ansatzweise zu diskutieren. Hierbei beherrschen sie einfache Modellierungen zu den ausgesuchten Problemfeldern (z.B. AS-AD-Modell und Phillips-Kurve mit Erwartungen). Die Studierenden sind in die Vielschichtigkeit internationaler Wirtschaftsbeziehungen eingeführt, sie haben Kenntnisse über die Funktionsmechanismen der Devisenmärkte (inklusive Wechselkursregimes) verinnerlicht, können grundlegende diesbezügliche Geschäfte handhaben (Kassa-, Termin- und Optionsgeschäfte) und sind sensibilisiert für die spezifische Relevanz von Wechselkursen in Bezug auf die globale Wettbewerbsfähigkeit (reale effektive Wechselkurse). Über den internationalen Handel sind die Studierenden im Hinblick auf wichtigste theoretische Erklärungsmuster informiert (klassische und moderne Außenhandelstheorie) und besitzen Kenntnisse zur Relevanz von regionalen Integrationen (mit empirischem Schwerpunkt auf der europäischen Währungsunion) und Zöllen für den grenzüberschreitenden Handel.

Lehr- und Lernmethoden des Moduls:

Vorlesung mit integrierten Übungseinheiten, Gruppendiskussion, Hausaufgaben, Fallstudienarbeit, zum Teil E-Learning

Besonderes:

Studiengang: International Business (B. A.)

zu Modul: Makroökonomie und Außenwirtschaft

Inhalt des Moduls:

1. Volkswirtschaftliches Rechnungswesen
 - 1.1 Berechnung des Bruttoinlandsprodukts
 - 1.2 Weitere Kenngrößen und Nebenrechnungen
2. Makroökonomische Theorie und Politik
 - 2.1 Arbeit
 - 2.2 Geld und Kredit
 - 2.3 Wachstum
 - 2.4 Konjunktur
3. Außenwirtschaft
 - 3.1 Internationale Wirtschaftsbeziehungen
 - 3.2 Devisenmärkte und Wechselkurse
 - 3.3 Internationaler Handel
4. Sonderfragen

Grundlegende Literaturhinweise:

- Mankiw, N. G., Taylor, M.P. (2012), Grundzüge der Volkswirtschaftslehre, 5. Auflage, Schäffer-Poeschel, Stuttgart
- Samuelson, P.A., Nordhaus, W.D. (2010), Volkswirtschaftslehre, 4. Auflage, München, mi-Fachverlag

Ergänzende Literaturempfehlungen:

- Krugman, P., Obstfeld, M., Melitz, M. (2011), Internationale Wirtschaft: Theorie und Politik der Außenwirtschaft, 9. Auflage, Pearson, München
- Mankiw, N. G. (2011), Makroökonomie, 6. Auflage, Schäffer-Poeschel, Stuttgart

Studiengang: International Business (B. A.)

Modul: International Capital Markets and Finance

Semester: 5

Code der Veranstaltung: ICMF

ECTS Punkte: 5

Kontaktstunden: 32

Selbststudium: 118

Dauer des Moduls: 1 Semester

Art des Moduls: Pflicht

Häufigkeit des Angebots des Moduls: jährlich

Gewichtung der Note in der Gesamtnote: 2,91%

Art und Umfang der Prüfungsleistung: KL 90 = Die Prüfung ist entweder ein Referat oder eine Klausur, ist aber keine Mischform; im Fall einer Klausur gibt die Zahl den Umfang der Klausur in Minuten an

Modulverantwortlicher :

Prof. Dr. Langemeyer

Unterrichts-/Lehrsprache: Englisch

Dozenten: Prof. Dr. Zacher, Prof. Dr. Langemeyer

Zugangsvoraussetzungen::

Investition und Finanzierung

Verwendbarkeit des Moduls:

Unternehmensethik

Qualifikationsziele des Moduls:

Students in International Business Studies should be confronted with a multitude of challenges to comprehend global financial markets and more specifically, the financial management dimensions of leading a multinational enterprise. Students should recognize business opportunities such as imperfections in national markets, unequal costs and efficiencies of production factors and sources of global funding. Moreover they should be faced with foreign exchange and political risks and with methods meeting these financial challenges.

Lehr- und Lernmethoden des Moduls:

Lecture, Self-study, Exercises, Case Studies, Literature studies, Group Work, Presentations)

Inhalte des Moduls:

1. Global Financial Environment
 - 1.1 Globalization and the Multinational Enterprise
 - 1.2 Financial Goals and Corporate Governance
 - 1.3 The International Monetary System
2. The Foreign Exchange Market
 - 2.1 Exchange Rate Definitions
 - 2.2 Exchange Rate Determination and Forecasting
 - 2.3 Purchasing Power Parity
 - 2.4 Modern Models of Exchange Rate Determination
3. Foreign Exchange Exposure
 - 3.1 Transaction Exposure
 - 3.2 Operating Exposure
 - 3.3 Translation Exposure

Studiengang: International Business (B. A.)

zu Modul: International Capital Markets and Finance

4. Currency Derivatives
 - 4.1 The Growth of Derivatives
 - 4.2 Futures, Options and Swaps

Literatur:

- Hull, John C., (2009): Options, Futures and other Derivatives, 7th Ed., New Jersey 2009
- Keown, Arthur J./Martin, John D./ Petty J. William (2011): Foundations of Finance, 7th Ed., 2011
- Moffett, Michael H./ Stonehill, Arthur/ Eiteman, David (2009): Multinational Finance, 3rd Ed., 2009
- Pilbeam, Keith (2006): International Finance, 3rd Ed., NY 2006
- Shapiro, Alan C. (2006): Multinational Financial Management, 8th Ed., New Jersey 2006

Studiengang: International Business (B. A.)

Modul: Multinational Enterprise Management

Semester: 5

Code der Veranstaltung: MEM

ECTS Punkte: 5

Kontaktstunden: 32

Selbststudium: 118

Dauer des Moduls: 1 Semester

Art des Moduls: Pflicht

Häufigkeit des Angebots des Moduls: jährlich

Gewichtung der Note in der Gesamtnote: 2,91%

Art und Umfang der Prüfungsleistung: KR 90 = Die Prüfung ist **entweder** ein Referat **oder** eine Klausur; im Fall einer Klausur gibt die Zahl den Umfang der Klausur in Minuten an.

Modulverantwortlicher: Prof. Dr. Röchter

Unterrichts-/Lehrsprache: Englisch

Dozenten: Prof. Dr. Bruse, Prof. Dr. Brinkmann,
Prof. Dr. Röchter

Zugangsvoraussetzungen:

Introduction to International Business, International Business Environment, International Business Strategy, International Marketing

Verwendbarkeit des Moduls:

Unternehmensethik

Qualifikationsziele des Moduls:

In this module, the students become familiar with the management and organization of multinational enterprises. They learn how to organize and control international business operations and get insight into processes of international research and development. The students understand how culture influences all people-related issues of multinational enterprise management. They get to know differences in leadership style around the world and learn how to consider cultural differences in negotiating and decision making in a multinational company.

Lehr- und Lernmethoden des Moduls:

Lecture, Self-study, Exercises, Case Studies, Literature studies, Group Work, Presentations

Inhalte des Moduls:

1. International Business Operations
 - 1.1 Organisation and Controlling of International Enterprises
 - 1.2 Managing Global Supply Chains
 - 1.3 Research and Development
2. Leadership and Management
 - 2.1 Management and Culture
 - 2.2 Differences in Leadership Style
 - 2.3 Negotiation and Decision Making

Studiengang: International Business (B. A.)

zu Modul: Multinational Enterprise Management

Basic Literature

- Daft, R.L., Murphy, J.; Willmott, H. (2014), Organization Theory and Design, South-Western Cengage, Hampshire
- Kelly, B. (2009), International Business and Strategy, South-Western Cengage, Hampshire

Additional Literature

- Morschett, D., Schramm-Klein H., Zentes, J. (2009), Strategic International Management, Gabler, Wiesbaden
- Phatak, A.V., Bhagat, R.S., Kashlak, R. (2008), International Management: Managing in a Diverse and Dynamic Global Environment, McGraw-Hill, New York

Studiengang: International Business (B. A.)

Modul: Praxisphase IV

Semester: 5

Code der Veranstaltung: PRA IV

ECTS Punkte: 5

Kontaktstunden: 0

Selbststudium: 150

Gewichtung der Note in der Gesamtnote:

0,00%

Art und Umfang der Prüfungsleistung: Referat (RF)

Modulverantwortlicher : Prof. Dr. Bergsiek

Unterrichts-/Lehrsprache: Deutsch

Zugangsvoraussetzungen: Anmeldung der Praxisphase

Ziel der Lehrveranstaltung:

Die Studierenden konfrontieren ihr in den Lehrveranstaltungen erworbenes Wissen mit den Erfahrungen in den Partnerunternehmen. Sie können reflektieren, wie erfolgreich sie ihre Aufgaben während der Praxisphase bewältigt haben, welche persönlichen Ressourcen ihnen dabei zur Verfügung standen und wo noch Entwicklungsbedarf zu erkennen ist. Sie sind in der Lage, argumentativ Verbesserungsvorschläge für ihren erlebten Aufgabenbereich zu präsentieren. Sie können ihre beruflich relevanten Stärken und Schwächen benennen.

Die Studierenden fördern ihre Fähigkeit zu analytischem und kritisch-konstruktivem Denken und können Arbeits-, Problemlösungs- und Projektmanagementtechniken eigenständig auf praktische Fragestellungen anwenden. Sie sind in der Lage, betriebliche Problemstellungen der Funktionsbereiche zu analysieren und praktikable Lösungsvorschläge zu entwickeln. Sie sind offen für Anregungen und haben gelernt, ihren Standpunkt unter Heranziehung einer theoretisch fundierten Argumentation zu begründen und zu verteidigen.

Sie sind in der Lage, alle zur Verfügung stehenden Lern- und Arbeitsmittel zum Wissenserwerb zu nutzen. Sie stellen gezielt Verständnisfragen, beteiligen sich aktiv an fachlichen Diskussionen und übernehmen zunehmend Mitverantwortung für den Lernerfolg. Sie können angemessen Feedback geben. Sie erkennen Konflikte und können diese angemessen ansprechen.

Die Studierenden sind imstande, das erworbene Wissen sowie ihre Fähigkeiten und Fertigkeiten in realen Situationen oder Problemstellungen professionell anzuwenden. Im Vordergrund stehen also: Anwendung, Üben, Analyse.

Lehr- und Lernmethodik:

-

Selbststudium:

-

Inhalt der Lehrveranstaltung:

Die Studierenden verbringen ihre Praxisphase in einem Partnerunternehmen und bewältigen dort unterschiedliche Aufgaben. Dabei werden sie durch Betreuer seitens des Unternehmens und der FHDW begleitet. Im Anschluss an ihre Praxistätigkeit präsentieren sie ihre Erfahrungen in Form von Referaten, diskutieren diese in der Gruppe und erhalten eine Rückmeldung durch den Praxisbetreuer.

Studiengang: International Business (B. A.)

Modul: Unternehmensethik

Semester: 6

Code der Veranstaltung: UET

ECTS Punkte: 5

Kontaktstunden: 40

Selbststudium: 110

Dauer des Moduls: 1 Semester

Art des Moduls: Pflicht

Häufigkeit des Angebots: jedes Studienjahr

Gewichtung der Note in der Gesamtnote: 2,91%

Art und Umfang der Prüfungsleistung: KRS 90 = Die Prüfung besteht **entweder** aus einer Klausur **oder** einem Referat **oder** einer Studienarbeit. Wird eine Studienarbeit als Prüfungsform gewählt, ist die Anzahl der gesamten Studienarbeiten auf zwei Studienarbeiten pro Spezialisierung begrenzt.

Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. Neschen

Lehrsprache: Deutsch

Dozenten: Prof. Dr. Neschen, Prof. Dr. Jensen, Prof. Dr. Stahlschmidt

Zugangsvoraussetzungen:

Kenntnisse der Volks- und Betriebswirtschaftslehre sowie der Unternehmensführung

Verwendbarkeit des Moduls:

Verwendbar für das Modul Unternehmensführung und Internationales Management.

Qualifikations- und Kompetenzziele des Moduls:

Die Studierenden erwerben Grundlagenwissen über die wichtigsten systematischen Ansätze in der klassischen und modernen Ethik. Sie können die ethischen Grundsätze auf volks- und betriebswirtschaftliches Denken und auf aktuelle Problemfelder in Wirtschaft und Unternehmen beziehen. Sie sind in der Lage, konkrete Dilemmasituationen im wirtschaftlichen Kontext zu erkennen, kritisch zu reflektieren und zu lösen. Sie erwerben praktische Fähigkeiten und Kompetenzen im Sinne einer gesellschaftlich verantwortlichen und nachhaltigen Unternehmensführung.

Lehr- und Lernmethoden des Moduls:

Unterschiedliche Lehr-/Lernumgebungen: Präsenzveranstaltungen und Eigenstudium; Wechselnde Lehr-/Lernmethoden: Individuelles und kooperatives Lernen, problemorientiertes und integratives Lernen, Fallstudienarbeit, gemeinsame Diskussionen.

Besonderes:

Inhalt des Moduls:

1. Grundlagen der Unternehmensethik
 - 1.1 Begriffliche Präzisierung
 - 1.2 Unternehmensethik und ökonomisches Prinzip
 - 1.3 Begründungsansätze
2. Die verschiedenen Ebenen der Unternehmensethik
 - 2.1 Individuum: Menschliches Verhalten und Menschenbilder in der Ethik und in den Wirtschaftswissenschaften
 - 2.2 Unternehmen: Unternehmensinterne Systemzusammenhänge
 - 2.3 Wirtschaft: Die Rolle des Unternehmens als Wirtschaftsakteur
3. Praxis der Unternehmensethik
 - 3.1 Compliance Management
 - 3.2 Konzepte der Unternehmensverantwortung

Studiengang: International Business (B. A.)

zu Modul: Unternehmensethik

Grundlegende Literaturhinweise

- Göbel, E.: Unternehmensethik. Grundlagen und praktische Umsetzung, 3. Auflage, Stuttgart, 2013
- Clausen, Andrea: Grundwissen Unternehmensethik, Stuttgart, 2009

Ergänzende Literaturempfehlungen

- Holzmann, R.: Wirtschaftsethik, Wiesbaden, 2015
- Dietzfelbinger, D.: Praxisleitfaden Unternehmensethik. Kennzahlen, Instrumente, Handlungsempfehlungen, Wiesbaden, 2105

Studiengang: International Business (B. A.)

Modul: 2. Fremdsprache V - Spanisch

Semester: 6

Code der Veranstaltung: SPA V

ECTS Punkte: 3

Kontaktstunden: 32

Selbststudium: 58

Dauer des Moduls: 1 Semester

Art des Moduls: (Pflicht/Wahl etc): Pflicht

Häufigkeit des Angebots des Moduls:

jedes Studienjahr

Gewichtung der Note in der Gesamtnote: 1,74%

Art und Umfang der Prüfungsleistung: KR 60 = Die Prüfung ist **entweder** ein Referat **oder** eine Klausur; im Fall einer Klausur gibt die Zahl den Umfang der Klausur in Minuten an.

Modulverantwortlicher: Carroll-Scott

Unterrichts-/Lehrsprache: Spanisch

Dozent: Ricken, Arones

Zugangsvoraussetzungen:: 2. Fremdsprache - Spanisch IV

Verwendbarkeit des Moduls:

Die Studierenden sind in der Lage, ein breites Spektrum anspruchsvoller, längerer Texte zu verstehen und auch implizite Bedeutungen zu erfassen. Sie können sich spontan und fließend ausdrücken, ohne öfter deutlich erkennbar nach Worten suchen zu müssen.

Qualifikationsziele des Moduls:

Aufbau, Ergänzung und Vertiefung der vier Fertigkeiten im Bereich der Oberstufe. Entwicklung der Sprachkompetenz in repräsentativen Themenbereichen (Alltag, Geschichte, Wirtschaft, Politik, Kultur) der spanischsprachigen Länder.

Lehr- und Lernmethoden des Moduls:

Die rezeptiven und produktiven Fertigkeiten werden in Anlehnung an die Bedürfnisse der jeweiligen Gruppe mündlich und schriftlich unter Einsatz von Übungen, aktuellen Zeitungsartikeln, Büchern, audiovisuellen Hilfsmitteln intensiv geschult, wobei diese die Möglichkeit zu Gesprächen, Debatten und praktischer Anwendung bieten und die aktive Mitarbeit aller Studierenden fordern.

Inhalte des Moduls:

1. Grammatik
 - 1.1 Ergänzung und Vertiefung der gelernten Inhalte
2. Themenbereiche
 - 2.1 Die Versicherungen
 - 2.2 Die Bank
 - 2.3 Die Umwelt

Grundlegende Literaturhinweise

- Lalana Lac, F.: Tramontana Intensivkurs Spanisch, Stuttgart, 2003
- Fajardo, M.; Gonzalez, S.: Marca Registrada, Salamanca, 2001

Ergänzende Literaturempfehlungen

- Lago, A.; Romero, E.: Cultura y Negocios. El español de la Economía española y latinoamericana, München, 2010
- Canales, A.; Zuniga, M.: Negocios – Manual de español profesional, Alcalá, 2009

Studiengang: International Business (B. A.)

Modul: 2. Fremdsprache V - Französisch

Semester: 6

Code der Veranstaltung: FRA V

ECTS Punkte: 3

Kontaktstunden: 32

Selbststudium: 58

Dauer des Moduls: 1 Semester

Art des Moduls: Pflicht:

Häufigkeit des Angebots des Moduls:

jedes Studienjahr

Gewichtung der Note in der Gesamtnote: 1,74%

Art und Umfang der Prüfungsleistung: KR 60 = Die Prüfung ist **entweder** ein Referat **oder** eine Klausur; im Fall einer Klausur gibt die Zahl den Umfang der Klausur in Minuten an.

Modulverantwortlicher: Carroll-Scott

Unterrichts-/Lehrsprache: Französisch

Dozent: Croisier-Schulte, Houdus

Zugangsvoraussetzungen:: 2. Fremdsprache IV - Französisch

Qualifikationsziele des Moduls:

Die Studierenden besitzen einschlägiges Wissen über internationale Handelsabkommen und können Exportaufgabenbereich sicher und selbständiges Handeln.

Lehr- und Lernmethoden des Moduls:

Multimediale Fremdsprachendidaktik

Lernen im Kontext eines aufgaben- und handlungsorientierten Fremdsprachenunterrichtes

Allgemein wird auf die umfassende Nutzung der Ressourcen (große Auswahl der unterschiedlichsten Materialien), die Abstimmung der Lernaufgaben auf die Bedürfnisse der Lerngruppe und die Förderung der Autonomie viel Wert gelegt. Die inhaltliche Arbeit erfolgt ausschließlich anhand authentischer Materialien. Die Wortschatzerweiterung und die notwendige Grammatik erfolgen im Kontext. Die Erarbeitung der Lern- und Redemittel ist in realitätsnahe kommunikative Situationen eingebettet. Die Studenten beschaffen sich die geforderten Informationen mit Hilfe moderner Kommunikations- und Informationsmedien selbstständig, werten sie aus und stellen sie in einer abschließenden Präsentation vor.

Inhalte des Moduls:

1. Hintergründe des internationalen Handels
 - 1.1 Allgemeine Aspekte des internationalen Handels
 - 1.2 Handelseinschränkungen, Kontingentierung, tarifäre Handelshemmnisse
 - 1.3 Handelsabkommen
2. Dokumente und Zahlungsbedingungen im Außenhandel
 - 2.1 Versandpapiere und Versicherungspolice
 - 2.2 Dokumenteninkasso
 - 2.3 Dokumentenakkreditiv
3. Firmenfinanzen: Spezifische Informationen präsentieren
 - 3.1 Firmenfinanzen: Basisvokabular
 - 3.2 Die Börse: Basisvokabular
 - 3.3 Kurzpräsentationen: Finanzielle Situation einer Firma, Marktposition

Studiengang: International Business (B. A.)

zu Modul: 2. Fremdsprache V - Französisch

4. Übernahme
 - 4.1 Basisvokabular, OPA, OPE, Fusionen
 - 4.2 Fallstudie (Präsentationen)

Grundlegende Literaturhinweise

- Delcos, J.; Leclercq, B.: Carte de visite: français des relations professionnelles, Toulon, 2000
- Jöckel, S.: Training Wirtschaftsfranzösisch; München, 2001

Ergänzende Literaturempfehlungen

- Penfornis, J.: Vocabulaire progressif du français des affaires, Stuttgart 2013
- Sanchez Macagno; Corado, L.: Faire des affaires en français, München, 1997

Studiengang: International Business (B. A.)

Modul: 2. Fremdsprache V - Chinesisch

Semester: 6

Code der Veranstaltung: CHIN V

ECTS Punkte: 3

Kontaktstunden: 32

Selbststudium: 58

Dauer des Moduls: 1 Semester

Art des Moduls: Pflicht

Häufigkeit des Angebots des Moduls:

jedes Studienjahr

Gewichtung der Note in der Gesamtnote: 1,74%

Art und Umfang der Prüfungsleistung: KR 60 = Die Prüfung ist **entweder** ein Referat **oder** eine Klausur; im Fall einer Klausur gibt die Zahl den Umfang der Klausur in Minuten an.

Modulverantwortlicher : Carroll-Scott

Unterrichts-/Lehrsprache: Chinesisch

Dozent: Yang, Wang, Li

Zugangsvoraussetzungen:: 2. Fremdsprache IV - Chinesisch

Verwendbarkeit des Moduls:

Die Studierenden können ein breites Spektrum anspruchsvoller, längerer Texte verstehen und auch implizite Bedeutungen erfassen. Sie können sich spontan und fließend ausdrücken, ohne öfter deutlich erkennbar nach Worten suchen zu müssen. (GER: Niveau C1)

Qualifikationsziele des Moduls:

Den Studierenden wird eine möglichst umfangreiche kommunikative Kompetenz vermittelt. Diese soll sich auf den rezeptiven und produktiven Sektor erstrecken. Chinesische Denke- und Verhaltensweisen sollen verständlich gemacht werden und aus der chinesischen Kultur und deren historischen und weltanschaulichen Hintergründen erklärt werden. Die Absolventen sollen bei Aufhalten in China, bei Gesprächen und bei Verhandlungen eine tragfähige sprachliche Handlungsfähigkeit besitzen, die sich auf das Sprechen, das (Hör)verstehen, das Lesen von Schriftzeichen und Texten und in Ansätzen auch das Schreiben erstrecken. Die im chinesischen Alltag und Berufsleben häufigsten 1000 Wörter sollen den Teilnehmer geläufig sein.

Lehr- und Lernmethoden des Moduls:

Die rezeptiven und produktiven Fertigkeiten werden anhand aufgaben- und handlungsorientierten Texte unter Einsatz von Lehrbüchern, einfachen authentischen Materialien, audiovisuellen Hilfsmitteln geschult. Die aktive Mitarbeit der Studenten bei den Übungen, Partnerarbeiten, Rollenspielen, Diskussionen ist erforderlich.

Inhalte des Moduls:

Übersetzungs- und Sprachübungen an Hand ausgewählter aktueller Beispiele aus dem Wirtschaftsleben.

Grundlegende Literaturhinweise

- Beijing Fremdsprachen Institut: Praktisches Chinesisch I, Beijing 2013
- Chabbi, T.: Liao, Liao. Kursbuch & Arbeitsbuch, München 2009

Ergänzende Literaturempfehlungen

- Deng S.; Zhang X.: Chinesisch für Deutsche, Dragon, 2009
- Hernig, M.: China: Ein Länderporträt, Berlin 2014

Studiengang: International Business (B. A.)

Modul: Praxisphase V

Semester: 6

Code der Veranstaltung: PRA IV

ECTS Punkte: 7

Kontaktstunden: 0

Selbststudium: 210

Gewichtung der Note in der Gesamtnote:

0,00%

Art und Umfang der Prüfungsleistung: Referat (RF)

Modulverantwortlicher : Prof. Dr. Bergsiek

Unterrichts-/Lehrsprache: Deutsch

Zugangsvoraussetzungen: Anmeldung der Praxisphase

Ziel der Lehrveranstaltung:

Die Studierenden konfrontieren ihr in den Lehrveranstaltungen erworbenes Wissen mit den Erfahrungen in den Partnerunternehmen. Sie können reflektieren, wie erfolgreich sie ihre Aufgaben während der Praxisphase bewältigt haben, welche persönlichen Ressourcen ihnen dabei zur Verfügung standen und wo noch Entwicklungsbedarf zu erkennen ist. Sie sind in der Lage, argumentativ Verbesserungsvorschläge für ihren erlebten Aufgabenbereich zu präsentieren. Sie können ihre beruflich relevanten Stärken und Schwächen benennen.

Die Studierenden fördern ihre Fähigkeit zu analytischem und kritisch-konstruktivem Denken und können Arbeits-, Problemlösungs- und Projektmanagementtechniken eigenständig auf praktische Fragestellungen anwenden. Sie sind in der Lage, betriebliche Problemstellungen der Funktionsbereiche zu analysieren und praktikable Lösungsvorschläge zu entwickeln. Sie sind offen für Anregungen und haben gelernt, ihren Standpunkt unter Heranziehung einer theoretisch fundierten Argumentation zu begründen und zu verteidigen.

Sie sind in der Lage, alle zur Verfügung stehenden Lern- und Arbeitsmittel zum Wissenserwerb zu nutzen. Sie stellen gezielt Verständnisfragen, beteiligen sich aktiv an fachlichen Diskussionen und übernehmen zunehmend Mitverantwortung für den Lernerfolg. Sie können angemessen Feedback geben. Sie erkennen Konflikte und können diese angemessen ansprechen.

Die Studierenden sind imstande, das erworbene Wissen sowie ihre Fähigkeiten und Fertigkeiten in realen Situationen oder Problemstellungen professionell anzuwenden. Im Vordergrund stehen also: Anwendung, Üben, Analyse.

Lehr- und Lernmethodik:

-

Selbststudium:

-

Inhalt der Lehrveranstaltung:

Die Studierenden verbringen ihre Praxisphase in einem Partnerunternehmen und bewältigen dort unterschiedliche Aufgaben. Dabei werden sie durch Betreuer seitens des Unternehmens und der FHDW begleitet. Im Anschluss an ihre Praxistätigkeit präsentieren sie ihre Erfahrungen in Form von Referaten, diskutieren diese in der Gruppe und erhalten eine Rückmeldung durch den Praxisbetreuer.

Studiengang: International Business (B. A.)

Modul: Bachelor-Thesis

Semester: 6

Code der Veranstaltung: BA

ECTS Punkte: 12

Kontaktstunden: 0

Selbststudium: 360

Dauer des Moduls:

Art des Moduls: Pflicht

Häufigkeit des Angebots: jedes Studienjahr

Gewichtung der Note in der Gesamtnote: 14,53%

Art und Umfang der Prüfungsleistung: Schriftliche Ausarbeitung

Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. Bergsiek

Lehrsprache: Deutsch

Dozenten:

Zugangsvoraussetzungen:

Alle Module der Semester 1 bis 5 und Seminar wissenschaftliches Arbeiten.

Qualifikations- und Kompetenzziele des Moduls:

Die Studierenden sind in der Lage, eine umfassende und komplexere betriebliche Fragestellung unter Anwendung der bereits erlernten wissenschaftlicher Methodik zu erarbeiten. Sie erstellen eine umfangreiche, wissenschaftlich fundierte Abschlussarbeit, die strengen wissenschaftlichen Anforderungen genügt, unter Beachtung grundlegender Kriterien. Als wesentliche Kriterien gelten Strukturierung, Theoriebasierung, effiziente Ergebniserzeugung und Formalia. Sie können das bisher erworbene Wissen ergebnisorientiert und gezielt zur Anwendung bringen. Sie zeigen, dass sie das Fachgebiet überblicken und die für den Übergang in die Berufspraxis notwendigen grundlegenden Fachkenntnisse erworben haben.

Inhalt des Moduls:

Die Studierenden erarbeiten vor dem Hintergrund konkreter betrieblicher Problemstellungen stimmige, auf die Unternehmenssituation bezogene Lösungsansätze unter Anwendung wissenschaftlicher Methoden. Sie erstellen eine umfangreiche wissenschaftliche Ausarbeitung.

Studiengang: International Business (B. A.)

Modul: Kolloquium

Semester: 6

Code der Veranstaltung: KOL

ECTS Punkte: 3

Kontaktstunden: 0

Selbststudium: 90

Dauer des Moduls:

Art des Moduls: Pflicht

Häufigkeit des Angebots: jedes Studienjahr

Gewichtung der Note in der Gesamtnote: 1,74 %

Art und Umfang der Prüfungsleistung: Mündliche Prüfung

Modulverantwortliche/r: Prof. Dr. Bergsiek

Lehrsprache: Deutsch

Dozenten:

Zugangsvoraussetzungen:

Bachelor-Thesis (mit mindestens ausreichend bewertet)

Qualifikations- und Kompetenzziele des Moduls:

Die Studierenden sind in der Lage, fächerübergreifend und problembezogen Fragestellungen aus dem Bereich Betriebswirtschaft mit besonderem Bezug zur angefertigten Bachelor-Thesis auf wissenschaftlicher Grundlage zu bearbeiten.

Studiengang: International Business (B. A.)

Fachhochschule der Wirtschaft

Fürstenallee 3-5
33102 Paderborn

Telefon 05251 301-02
Telefax 05251 301-188
E-Mail info-pb@fhdw.de

Hauptstr. 2
51465 Bergisch Gladbach

Telefon 02202 9527-02
Telefax 02202 9527-200
E-Mail info-bg@fhdw.de

Meisenstraße 92
33607 Bielefeld

Telefon 0521 23842-02
Telefax 0521 23842-18
E-Mail info-bi@fhdw.de

Bahnhofstraße 23
35037 Marburg

Telefon 06421 96885-0
Telefax 06421 96885-10
E-Mail: info-mr@fhdw.de

Marie-Curie-Straße 6
40822 Mettmann

Telefon 02104 17756-02
Telefax 02104 17756-12
E-Mail info-me@fhdw.de

Internet: www.fhdw.de