

Spezialisierung: Handelsmanagement

Modul: Einführung in das Handelsmanagement

Semester: 1

Code der Veranstaltung: EHM

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. Helmke

Lehrsprache: Deutsch

Dozenten: Prof. Dr. Thömmes, Prof. Dr. Helmke, Prof. Dr. Klee

Zugangsvoraussetzung:

Keine

Verwendbarkeit des Moduls:

Handelsmarktforschung & -marketing, Handelslogistik, Unternehmensführung im Handel, Strategisches Handelsmanagement

Qualifikations- und Kompetenzziele des Moduls:

In dem Modul „Einführung in das Handelsmanagement“ erlernen die Studierenden die erforderlichen Grundlagen für ein betriebswirtschaftlich geprägtes Studium des Handelsmanagements. Die Studierenden können Handelsunternehmen als Träger des Wirtschaftens anhand unterschiedlicher Kriterien klassifizieren und verstehen die Aufgaben der betrieblichen Funktionsbereiche und erkennen ihre Zusammenwirkung. Die Studierenden erhalten einen Einblick in die rechtlichen Grundlagen des Handelsrechts und sind in der Lage diese im Kontext des Handelsrechts anzuwenden.

Lehr- und Lernmethoden des Moduls:

Seminar; Fallstudienarbeit; Übungen; Literaturstudium; Präsentationen

Inhalt des Moduls:

1. Begriffe des Handels
2. Grundsätzliche Besonderheiten des Handels
3. Handelsfunktionen
 - 3.1 Funktioneller und institutioneller Handel
 - 3.2 Warenbezogene Funktionen
 - 3.3 Kunden- und lieferantenbezogene Funktionen
 - 3.4 Sonstige ökonomische und außerökonomische Funktionen
4. Erfolgsgrößen und Standortmanagement
 - 4.1 Standortmanagement
 - 4.2 Sortimentsmanagement

Zu Modul: Einführung in das Handelsmanagement

5. Methodische Grundlagen der Betriebstypenanalyse
 - 5.1 Betriebstypen des Großhandels
 - 5.2 Betriebstypen der Handelsvermittlung
 - 5.3 Betriebs- und Vertriebstypen des Einzelhandels
 - 5.4 Einzelhandelsagglomerationen
 - 5.5 Distanzhandel / Bedeutung elektronischer Medien für Handelsgeschäfte
 - 5.6 Verdrängung traditioneller Betriebs- und Vertriebstypen
 - 5.7 Bestimmungsfaktoren der Entwicklung und Wahl von Betriebs- und Vertriebstypen

6. Grundlagen des Handelsrechts
 - 6.1 Handelsrecht als Sonderprivatrecht der Kaufleute
 - 6.2 Handelsrecht als Unternehmensrecht
 - 6.3 Verbraucherschutz als Gegenpol zum Handelsrecht
 - 6.4 Vertragsarten
 - 6.5 Verbrauchsgüterkauf
 - 6.6 Recht der unerlaubten Handlung
 - 6.7 Einführung ins Sachenrecht, Eigentum, Besitz, Sicherungsrechte
 - 6.8 Grundzüge des HGB
 - 6.9 Grundlagen der Produkthaftung
 - 6.10 Grundbegriffe des kaufmännischen Geschäfts- & Warenverkehrs

7. Fallstudien

Grundlegende Literaturhinweise

- Müller-Hagedorn, L.; Natter, M.: Handelsmarketing, München, 2011
- Liebmann, H. / Zentes, J. / Swoboda, B. / Forscht, T.: Handelsmanagement, 3. Auflage, München, 2012

Ergänzende Literaturempfehlungen

- Gutknecht, K. / Stumpf, J. / Fuck, D.: Erfolgreich im mittelständischen Handel, Wolnzach, 2010
- Rudolph, T.: Modernes Handelsmanagement – Eine Einführung in die Handelslehre, 3. Auflage, Stuttgart, 20013