Modulkatalog

für den Studiengang

International Business Communication

(Bachelor of Arts)

International Business Communication (B. A.) *ab 01.12.2024*

1. Semester	2. Semester	3. Semester	4. Semester	5. Semester	6. Semester
SQF27 D Schlüsselqualifikationen für Studium und Beruf Assignment 5 LP	SQF40 D Projektmanagement Assignment 5 LP	IKK66 D Grundlagen des interkulturellen Managements Klausur 5 LP	IKK67 D Interkulturelle Interaktion Klausur 5 LP	P20 Projekt Projektbericht 20 LP	Vertiefung 20 LP
BWL25 D Grundlagen des Wirtschaftens Klausur 5 LP	PER40 D Personalmanagement Assignment 5 LP	VWL61 D Europäische Wirtschaft Assignment 5 LP	UFU44 D Organisation und internationales Management Klausur 5 LP		
BWL26 D BWL-Grundlagen Klausur 5 LP	VWL03 D Volkswirtschaftslehre kompakt Klausur 5 LP	ELK02 E Studies of Anglo-Saxon countries Assignment 5 LP	EVW01 E Economics Klausur 5 LP		
MKG40 D Marketingmanagement Klausur 5 LP	LPM40 D Produktions- und Materialmanagement Assignment 5 LP	WIP60 D Psychologie der Arbeit Assignment 5 LP	PER49 D Führung von Mitarbeitern Assignment 5 LP		
KOM21 D Einführung in die Kommunikationswissenschaften Klausur 5 LP	KOM22 D Anwendungsfelder der Kommunikation Assignment 5 LP	KOM23 D Unternehmenskommunikation Assignment 5 LP	EKO04 E Text analysis and text production Assignment 5 LP	Vertiefung 10 LP	B10 0 Abschlussprüfung Bachelorarbeit 10 LP
EKO20 E Business communication Klausur 5 LP	ENC13 E English for professional purposes C1 Klausur 5 LP	EWS02 D The language of business Klausur 5 LP	ENC23 E English for professional purposes C2 Klausur 5 LP		

Vertiefung 1: Translation und Mediation	Vertiefung 2: Marketingmanagement	Vertiefung 3: Personalmanagement und Leadership	Vertiefung 4: Wirtschaftssprache Französisch
EUE22 E Übersetzungsübung Englisch I Assignment 5 LP	MKG74 D Strategisches Marketing für den Vertrieb Klausur 5 LP	PER72 D Mitarbeiterführung (Vertiefung) Klausur 5 LP	FWS20 F La Langue d'économie Klausur 5 LP
EUE02 E Übersetzen allgemeinsprachlicher Texte Englisch/Deutsch Klausur 5 LP	MKG75 D Marketinginstrumente für vertriebsorientierte Unternehmen Klausur 5 LP	PER73 E Cases in Leadership Assignment 5 LP	FLK02 F Études de la France Assignment 5 LP
EUE03 D Übersetzen von Wirtschaftstexten Englisch/Deutsch I Klausur 5 LP	MKG66 D Marketing- Forschung Assignment 5 LP	FGI03 D Leadership Assignment 5 LP	FKO02 D Correspondance commerciale Klausur 5 LP

Vertiefung 5: Wirtschaftssprache Spanisch	Vertiefung 6: Einführung ins Tourismusmanagement	Vertiefung 7: Marketingmanagement im Tourismus	Vertiefung 8: Praxisfelder, Herausforderung und Perspektiven im Tourismus
SWS20 S La lengua económica Klausur 5 LP	TOU30 D Dienstleistungsmanagement im Tourismus Klausur 5 LP	TOU63 D Tourismusmarketing Assignment 5 LP	TOU60 D Hotelmanagement Klausur 5 LP
SPL02 S Estudios de España e Hispanoamérica Assignment 5 LP	TOU31 D Tourismusmanagement Klausur 5 LP	DLM40 D Persönlicher Verkauf in der Dienstleistung Assignment 5 LP	TOU61 D Verkehr und Mobilität im Tourismus Assignment 5 LP
SKO02 S Correspondencia comercial Klausur 5 LP	KOM24 D Psychologie und Kommunikation im Tourismus Assignment 5 LP	DLM23 D Marketing und Kundenbeziehungsmanagement für Dienstleistungsunternehmen Klausur 5 LP	TOU62 D CSR, Nachhaltigkeit und Tourismus Assignment 5 LP

Inhaltsverzeichnis

Legende 4
Pflichtmodule des 1. Semesters 8
Pflichtmodule des 2. Semesters 19
Pflichtmodule des 3. Semesters 30
Pflichtmodule des 4. Semesters 39
Pflichtmodule des 5. Semesters 49
Pflichtmodule des 6. Semesters 50
Wahlpflichtmodule 51
Vertiefung 1: Translation und Mediation 51
Vertiefung 2: Marketingmanagement 54
Vertiefung 3: Personalmanagement und Leadership 59
Vertiefung 4: Wirtschaftssprache Französisch 64
Vertiefung 5: Wirtschaftssprache Spanisch 67
Vertiefung 6: Einführung ins Tourismusmanagement 72
Vertiefung 7: Marketingmanagement im Tourismus 77
Vertiefung 8: Praxisfelder, Herausforderung und Perspektiven im Tourismus 82

Legende

Überschrift	Kennung und Titel des Moduls.
Kompetenz-zuordnung	Zuordnung des Moduls zu einem Qualifikationstyp für Bachelorstudiengänge gemäß Qualifikationsrahmen für deutsche Hochschulabschlüsse.
Wissens-verbreiterung	Die Absolventen verfügen über ein breites und integriertes Wissen und Verstehen der wissenschaftlichen Grundlagen des Lerngebiets, das normalerweise auf der Hochschulzugangsberechtigung aufbaut und über diese wesentlich hinausgeht.
Wissens-vertiefung	Die Absolventen verfügen über Wissen und Verstehen auf dem Stand der Fachliteratur, welches ein kritisches Verständnis der wichtigsten Theorien, Prinzipien und Methoden des Lerngebiets umfasst und eine Vertiefung des Wissens ermöglicht.
Instrumentale Kompetenz	Die Absolventen sind in der Lage, das Wissen und Verstehen auf berufliche Tätigkeiten anzuwenden sowie Problemlösungen und Argumente im Fachgebiet zu erarbeiten und weiterzuentwickeln.
Systemische Kompetenz	Die Absolventen sind in der Lage, relevante Informationen im Fachgebiet zu sammeln, zu bewerten und zu interpretieren, daraus wissenschaftlich fundierte Urteile abzuleiten, die gesellschaftliche, wissenschaftliche und ethische Erkenntnisse berücksichtigen, sowie selbstständig weiterführende Lernprozesse zu gestalten.
Kommunikative Kompetenz	Die Absolventen sind in der Lage, fachbezogene Positionen und Problemlösungen zu formulieren und argumentativ zu verteidigen, sich mit Fachvertretern und mit Laien über Informationen, Ideen, Probleme und Lösungen auszutauschen sowie Verantwortung in einem Team zu übernehmen. *Anmerkung: Die Zuordnung des Moduls zu einem Qualifikationstyp erfolgt danach, welche Kompetenzen schwerpunktmäßig ausgebildet werden. In den meisten Modulen werden weitere Kompetenzen ausgebildet, die aber nicht aufgezählt werden.*
Kompetenzziele	Beschreibung der Lernziele („learning outcome“) des Moduls.
Inhalt	Beschreibung der Inhalte des Moduls.
Voraussetzungen	Nennung der fachlichen Inhalte, die für eine Belegung dieses Moduls vorausgesetzt werden, sowie sonstige Teilnahmevoraussetzungen.
Modulbausteine	Aufzählung der Lernmittel und Lernmedien.
Lernaufwand	Angabe des studentischen Gesamtarbeitsaufwands sowie der ECTS-Punkte, die dem Modul zuzurechnen sind und nur bei Bestehen dem Studierenden gutgeschrieben werden.
Sprache	Überwiegende Lehr-, Lern- und Arbeitssprache im Modul.
Verwendbarkeit	Studiengänge, in denen das Modul verwendet wird.

BA-ACC = Betriebswirtschaftslehre - Accounting und Taxation (B. A.)
BA-ACC-D = Betriebswirtschaftslehre - Accounting und Taxation - dual (B. A.)
BA-BWL = Betriebswirtschaftslehre (B. A.)
BA-BWL-D = Betriebswirtschaftslehre dual (B. A.)
BA-DIT5 = Digital Business (B. A.)
BA-DLC = Digital Leadership (B. A.)
BA-DLM = Dienstleistungsmanagement (B. A.)
BA-DMM = Big Data Management (B. A.)
BA-DMS = Online Marketing (B. A.)
BA-FSM = Betriebswirtschaftslehre - Banking und Finance (B. A.)
BA-FSM-D = Betriebswirtschaftslehre - Banking und Finance dual (B. A.)
BA-FÜB-TE = Fachübersetzen Technik - Englisch (B. A.)
BA-FÜB-TF = Fachübersetzen Technik - Englisch und Französisch (B. A.)
BA-FÜB-WE = Fachübersetzen Wirtschaft - Englisch (B. A.)
BA-FÜB-WES = Fachübersetzen Wirtschaft - Englisch und Spanisch (B. A.)
BA-FÜB-WF = Fachübersetzen Wirtschaft - Englisch und Französisch (B. A.)
BA-FÜB-WFR = Fachübersetzen Wirtschaft - Französisch (B. A.)
BA-FÜB-WFS = Fachübersetzen Wirtschaft - Französisch und Spanisch (B. A.)
BA-FÜB-WSP = Fachübersetzen Wirtschaft - Spanisch (B. A.)
BA-GEM = Gesundheitsmanagement (B. A.)
BA-GEP = Gesundheitspädagogik (B. A.)
BA-HEP = Heilpädagogik (B. A.)
BA-IBC = International Business Communication (B. A.)
BA-IBC-TOU = International Business Communication - Tourismusmanagement (B. A.)
BA-IBC-TOU = International Business Communication - Tourismusmanagement (B. A.)
BA-IBW = International Management (B. A.)
BA-IDG = Innovationsmanagement und digitale Geschäftsmodelle (B. A.)
BA-KIP = Kindheitspädagogik (B. A.)
BA-LOG = Logistikmanagement (B. A.)
BA-MVM = Marketing (B. A.)
BA-PER = Personalmanagement (B. A.)
BA-PF = Pflege (B. A.)
BA-PFM = Pflegemanagement (B. A.)
BA-PFP = Pflegepädagogik (B. A.)
BA-SOA = Soziale Arbeit (B. A.)
BA-SOA-D = Soziale Arbeit dual (B. A.)
BA-SOM = Sozialmanagement (B. A.)
BA-SPM = Sportmanagement (B. A.)
BE-FZT = Fahrzeugtechnik (B. Eng.)
BE-MB180 = Maschinenbau (B. Eng.)
BE-SEN = Software Engineering (B. Eng.)
BE-SEN-D = Software Engineering dual (B. Eng.)
BE-VT = Verfahrenstechnik (B. Eng.)
BE-WIW180 = Wirtschaftsingenieurwesen (180) (B. Eng.)
BE-WIW-DB = Wirtschaftsingenieurwesen - Digital Business (B. Eng.)
BE-WIWEE = Wirtschaftsingenieurwesen Energiesysteme mit erneuerbaren Energien (B. Eng.)

BE-WIW-IND = Wirtschaftsingenieurwesen Industrie 4.0 (B. Eng.)
BE-WIW-IND-D = Wirtschaftsingenieurwesen Industrie 4.0 dual (B. Eng.)
BE-WIW-PIM = Wirtschaftsingenieurwesen – Produkt- und Innovationsmanagement (B. Eng.)
BS-CDA = Controlling und Data Analytics (B. Sc.)
BS-DSA = Data Science (B. Sc.)
BS-DSA-D = Data Science dual (B. Sc.)
BS-ERW = Ernährungswissenschaften (B. Sc.)
BS-INF = Informatik (B. Sc.)
BS-INF-D = Informatik dual (B. Sc.)
BS-TBD = Technische Betriebswirtschaftslehre (B. Sc.)
BS-WIN = Wirtschaftsinformatik (B. Sc.)
BS-WIN-D = Wirtschaftsinformatik dual (B. Sc.)
BS-WIP = Wirtschaftspsychologie (B. Sc.)
MA-BWL = Betriebswirtschaftslehre (M. A.)
MA-BWL2 = Betriebswirtschaftslehre - Anrechnungsvariante 60 ECTS (M. A.)
MA-BWL3 = Betriebswirtschaftslehre - Anrechnungsvariante 90 ECTS (M. A.)
MA-DBM = Digital Business Management 120 ECTS (M. A.)
MA-DBM2 = Digital Business Management 60 ECTS (M. A.)
MA-DBM3 = Digital Business Management 90 ECTS (M. A.)
MA-GEM = Gesundheitsmanagement 120 ECTS (M. A.)
MA-GEM2 = Gesundheitsmanagement 60 ECTS (M. A.)
MA-GEM3 = Gesundheitsmanagement 90 ECTS (M. A.)
MA-GMC = Global Management und Communication (M. A.)
MA-ONM = Online Marketing 120 ECTS (M. A.)
MA-ONM2 = Online Marketing 60 ECTS (M. A.)
MA-ONM3 = Online Marketing 90 ECTS (M. A.)
MA-PM = Projektmanagement 120 ECTS (M. A.)
MA-PM2 = Projektmanagement 60 ECTS (M. A.)
MA-PM3 = Projektmanagement 90 ECTS (M. A.)
MBA-DML = Digital Management und Leadership (MBA)
MBA-GMM = General Management (MBA)
MBA-GMM2 = General Management - Anrechnungsvariante 60 ECTS (MBA)
MBA-GMM3 = General Management - Anrechnungsvariante 90 ECTS (MBA)
MBA-MLS = Medical Leadership 90 ECTS (MBA)
MBA-TAM2 = Personalmanagement 60 ECTS (MBA)
ME-MB = Maschinenbau 120 ECTS (M. Eng.)
ME-MB3 = Maschinenbau 90 ECTS (M. Eng.)
ME-WIW = Wirtschaftsingenieurwesen 120 ECTS (M. Eng.)
ME-WIW3 = Wirtschaftsingenieurwesen 90 ECTS (M. Eng.)
MS-CON2CO = Controlling mit Finance, Accounting, Controlling, Steuern - Anrechnungsvariante 60 ECTS (M. Sc.)
MS-CON2MN = Controlling mit Management - Anrechnungsvariante 60 ECTS (M. Sc.)
MS-CON3CO = Controlling mit Finance, Accounting, Controlling, Steuern - Anrechnungsvariante 90 ECTS (M. Sc.)
MS-CON3MN = Controlling mit Management - Anrechnungsvariante 90 ECTS (M. Sc.)
MS-CONCO = Controlling mit Finance, Accounting, Controlling, Steuern (M. Sc.)
MS-CONMN = Controlling mit Management (M. Sc.)

	MS-DSA = Data Science 120 ECTS (M. Sc.) MS-KI = Künstliche Intelligenz (M. Sc.)
Kompetenz-nachweis	Angabe von Art und ggf. Dauer des Leistungsnachweises, der zum erfolgreichen Abschluss des Moduls abgelegt werden muss. Definition Klausur gemäß §11 ASPO: • Klausur in handschriftlicher Form (Präsenzklausur) • E-Klausur • Online-Klausur
Studienleiter	Verantwortliche Lehrperson.

Pflichtmodule des 1. Semesters

1-1 SQF27 Schlüsselqualifikationen für Studium und Beruf

Kompetenzzuordnung	Systemische Fertigkeiten
Kompetenzziele	Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls SQF27 erwerben die Studierenden Grundlagenkenntnisse und schätzen die eigene Persönlichkeit und den eigenen Arbeitsstil ein sowie finden Ansätze zu deren Verbesserung. Sie beschreiben Arbeits- und Kreativitätstechniken und wenden einfache Techniken sowie moderne Methoden des Zeitmanagements an. Weiterhin können sie Präsentationen didaktisch-methodisch planen, organisatorisch vorbereiten, selbst durchführen und nachbereiten. Überdies beurteilen sie Präsentationen und erkennen Verbesserungsansätze für Rhetorik und Körpersprache (Methoden-, Medien-, persönliche, kommunikative, soziale Kompetenz). Die Studierenden beschreiben und erläutern Anforderungen an wissenschaftliche Einsendeaufgaben, Referate und Abschlussarbeiten. Sie beschreiben und unterscheiden Möglichkeiten der wissenschaftlichen Recherche und zitieren korrekt (Methodenkompetenz).
Inhalt	**Selbstmanagement** Die Vielfalt des Lebens Lebenshaltungen Ziele Entscheidungs- und Handlungskompetenz **Ziel- und Zeitmanagement** Zeit braucht Ziele Methoden des Ziel- und Zeitmanagements Instrumente des Ziel- und Zeitmanagements **Kreative Kompetenz** Was ist kreative Kompetenz? Einflüsse auf die Kreativität Techniken der Kreativität Vom Lesen zum Schreiben **Zielsicher präsentieren** Ist präsentieren schwierig? Wege zu einer guten Präsentation Medieneinsatz **Wissenschaftliches Arbeiten** Wissenschaftliche Vorarbeit Wissenschaftliche Hauptarbeit Wissenschaftliche Nacharbeit
Voraussetzungen	Keine.
Modulbausteine	**Moduleinführungsvideo** **Onlinewerkstatt** (1 Tag + 2 x 0,5 Tage Präsenzseminare + 2 Stunden Onlineseminar) **SQF232 Studienbrief** Selbstmanagement **SQF232-WBT Web Based Training** Selbstmanagement **SQF233 Studienbrief** Ziel- und Zeitmanagement **SQF233-WBT Web Based Training** Ziel- und Zeitmanagement **SQF234 Studienbrief** Kreative Kompetenz **SQF235 Studienbrief** Zielsicher präsentieren **SQL301 Studienbrief** Wissenschaftliches Arbeiten mit **Onlineübung** **SQLD302-VH Download** Vorgaben für wissenschaftliche Studien- und Abschlussarbeiten bei AKAD

Kompetenznachweis	Assignment
Lernaufwand	125 Stunden, 5 Leistungspunkte
Sprache	Deutsch
Häufigkeit	Jedes Semester
Dauer des Moduls	1 Semester
Verwendbarkeit	BA-FÜB-TE, BA-FÜB-TF, BA-FÜB-WF, BA-FÜB-WES, BA-FÜB-WFS, BA-FÜB-WE, BA-FÜB-WFR, BA-FÜB-WSP, BA-IBC, BA-IBC-TOU
Studienleitung	Prof. Dr. Marianne Blumentritt

1-2 BWL25 Grundlagen des Wirtschaftens

Kompetenzzuordnung	Wissensverbreiterung
Kompetenzziele	Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls BWL25 können die Studierenden Grundlegende volkswirtschaftliche Begriffe und Zusammenhänge erläutern. Zudem können sie die Wechselbeziehungen zwischen Unternehmen und ihrer Umwelt sowie Entscheidungsgrundlagen für die Unternehmensstruktur und -strategie nennen und beschreiben.
Inhalt	**Gesamtwirtschaftliche Zusammenhänge/Unternehmen und Unternehmensumwelt** Einstieg ins Thema mit einer Darstellung wirtschaftlicher Grundzusammenhänge Das Unternehmen als Wirtschaftseinheit und seine Umwelt Betriebswirtschaftslehre: die wissenschaftliche Auseinandersetzung mit der Führung von Unternehmen **Gründung eines Unternehmens** Was ist ein Unternehmen Die Gründung eines Unternehmens: Vier konstitutive Entscheidungen Der Businessplan Systematisch Entscheiden – Eine Analyse von Entscheidungsprozessen
Voraussetzungen	Keine.
Modulbausteine	**BWL101 Studienbrief** Gesamtwirtschaftliche Zusammenhänge/Unternehmen und Unternehmensumwelt **BWL102 Studienbrief** Gründung eines Unternehmens **Onlineübung zu den Studienbriefen** BWL101–102 **Onlinetutorium** (1 Stunde)
Kompetenznachweis	Klausur (1 Stunde)
Lernaufwand	125 Stunden, 5 Leistungspunkte
Sprache	Deutsch
Häufigkeit	Jedes Semester
Dauer des Moduls	1 Semester
Verwendbarkeit	BA-ACC, BA-ACC-D, BA-BWL, BA-BWL-D, BA-DIT5, BA-DLC, BA-DLM, BA-FÜB-TE, BA-FÜB-TF, BA-FÜB-WF, BA-FÜB-WES, BA-FÜB-WFS, BA-FÜB-WE, BA-FÜB-WFR, BA-FÜB-WSP, BA-GEM, BA-IBW, BA-LOG, BA-MVM, BA-SPM, BE-DE, BE-DEN, BE-DEN-D, BE-EIT, BE-EIT180, BE-MT180, BE-MT-RA, BE-WIW180, BE-WIW-DB, BE-WIW-PIM, BE-WIWEE, BE-WIW-IND, BE-WIW-IND-D, MA-GMC, MBA-MLS, ME-WIW
Studienleitung	Dr. Beate Holze

1-3 BWL26 BWL-Grundlagen

Kompetenzzuordnung	Wissensverbreiterung
Kompetenzziele	Nach erfolgreicher Teilnahme am Modul BWL26 können die Studierenden zentrale strategische, organisatorische und rechtliche Fragen bei der Gründung von Unternehmen erläutern. Sie können betriebliche Funktionsbereiche (primäre und sekundäre) in Unternehmen und ihre grundlegenden Methoden erklären. Weiterhin können die Studierenden für ein Beispielunternehmen den Leistungsprozess im engeren Sinne analysieren und Marktchancen und die finanzielle Struktur des Unternehmens bewerten. Zudem können sie grundlegende Aufgaben und Instrumente des Personalmanagements und des Rechnungswesens aufzählen und beurteilen. Die Studierenden sind in der Lage, sich im Bereich BWL-Grundlagen zu orientieren und lernen, diese selbstständig einzuordnen und diesbezüglich unterstützend in Teams mitzuarbeiten.
Inhalt	**Grundlagen des Produktionsmanagements und der Materialwirtschaft** Begriffliche Grundlagen Geschichte der industriellen Produktion - ein Überblick Produktionsmanagement Materialwirtschaft **Marketing** Wandel der Märkte und des Marketings Wie kommt es zu einer Kaufentscheidung? - Eine Analyse des Kaufverhaltens Informationsbeschaffung für das Marketing: die Marketingforschung Marketingkonzeption - Ergebnis eines systematischen Vorgehens im Marketing Ausgangspunkt für die Entwicklung einer Marketingkonzeption: die Umwelt- und Unternehmensanalyse Entwicklung von Marketingzielen und Marketingstrategie Marketinginstrumentarium und Marketingmix Marketingcontrolling Organisation der Marketingfunktion **Personalmanagement** Grundlagen des Personalmanagements Rechtliche Grundlagen des Personalmanagements Personalplanung Personalbeschaffung Personaleinsatz Personalentwicklung Betriebliche Anreizsysteme Personalbeurteilung Personalcontrolling und Personaldatenverwaltung Personalführung **Rechnungswesen** Grundlagen Finanzbuchhaltung Kosten- und Leistungsrechnung Spezialaufgaben des Rechnungswesens **Grundlagen der Unternehmensführung** Was ist Unternehmensführung St. Galler Managementkonzept Normatives Management Strategisches Management Operatives Management
Voraussetzungen	Keine.
Modulbausteine	**RAE101-EL** Studienbrief mit Rechtsänderungen **BWL103 Studienbrief** Grundlagen des Produktionsmanagements und der

	Materialwirtschaft mit **Onlineübung** **BWL104 Studienbrief** Marketing mit **Onlineübung** **BWL105 Studienbrief** Personalmanagement mit **Onlineübung** **BWL106 Studienbrief** Rechnungswesen mit **Onlineübung** **BWL107 Studienbrief** Grundlagen der Unternehmensführung mit **Onlineübung** **Onlinetutorium** (1 Stunde)
Kompetenznachweis	Klausur (1 Stunde)
Lernaufwand	125 Stunden, 5 Leistungspunkte
Sprache	Deutsch
Häufigkeit	Jedes Semester
Dauer des Moduls	1 Semester
Verwendbarkeit	BA-ACC, BA-ACC-D, BA-BWL, BA-BWL-D, BA-DIT5, BA-DLM, BA-FSM, BA-FSM-D, BA-FÜB-TE, BA-FÜB-TF, BA-FÜB-WF, BA-FÜB-WES, BA-FÜB-WFS, BA-FÜB-WE, BA-FÜB-WFR, BA-FÜB-WSP, BA-GEM, BA-GEP, BA-IBC, BA-IBC-TOU, BA-IBW, BA-LOG, BA-MVM, BA-PER, BA-PFM, BA-SOM, BA-SPM, BE-FZT, BE-MB180, BE-SEN, BE-SEN-D, BE-VT, BE-WIW-IND, BE-WIW-IND-D, BS-CDA, BS-DSA, BS-DSA-D, BS-ERW, BS-INF, BS-INF-D, BS-TBD, BS-WIN, BS-WIN-D, BS-WIP, MA-GMC, MBA-MLS, ME-MB, MS-CONCO, MS-CON2CO, MS-CON3CO, MS-CONMN, MS-CON2MN, MS-CON3MN, MS-DSA, MS-KI
Studienleitung	Dr. Beate Holze

1-4 MKG40 Marketingmanagement

Kompetenzzuordnung	Wissensverbreiterung
Kompetenzziele	Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls MKG40 erwerben die Studierenden Aufbaukenntnisse, um einfache Marketinganalysen durchzuführen. Sie stellen ein Marketing-Konzept für ein beispielhaft geschildertes Unternehmen aus. Weiterhin präsentieren sie zur Umsetzung des Konzepts begründete Vorschläge für den Einsatz geeigneter und untereinander abgestimmter marketingpolitischer Instrumente (Marketingmix). Nach erfolgreicher Teilnahme am Modul MKG40 sind die Studierenden in der Lage Marketingcontrolling, Erfolgskontrolle des Marketingmix und Marketingorganisation des Marketings zu beschreiben. Sie leiten Rahmenbedingungen (externe und interne Unternehmensanalyse) und die Determinanten der konstitutiven Entscheidungen im internationalen Marketing (Standortwahl, Markteintrittsform, Markteintrittszeitpunkt) ab. Weiterhin kennen sie Besonderheiten und Methoden der internationalen Marktforschung. Sie beschreiben den Marketingprozess (Marktbearbeitungsstrategie, Marketingmix, Organisation, Koordination, Führungskonzepte, Controlling und kulturelle Aspekte) im internationalen Kontext.
Inhalt	**Grundlagen des Marketing und der Marketingforschung** Entwicklung der Märkte und des Marketing Kundenzufriedenheit und Kundenbindung Kaufverhalten Marketingforschung Umwelt- und Unternehmensanalyse Marketingkonzeption Formulierung der Marketingziele Planung von Marketingstrategien **Marketinginstrumente und Marketingmix** Überblick über das Instrumentarium Produkt- und Programmpolitik Preispolitik Distributionspolitik Kommunikationspolitik Marketingmix (Abstimmung der Marketinginstrumente) **Marketingcontrolling und Marketingorganisation** Marketingcontrolling Erfolgskontrolle des Marketingmix Marketingorganisation **Rahmenbedingungen, Marktforschung und konstitutive Entscheidungen im internationalen Marketing** Rahmenbedingungen des internationalen Marketings Internationale Marktforschung als Informationsgrundlage des internationalen Marketings Konstitutive Entscheidungen im internationalen Marketing **Marketingprozess und kulturelle Aspekte im internationalen Marketing** Standardisierung und Differenzierung als Basisstrategien im internationalen Marketing Operative Entscheidungen im internationalen Marketing: internationaler Marketingmix Führungstypologie und Koordination des Internationalen Marketings Personalpoltische Aspekte des Internationalen Marketings Controlling des internationalen Marketings Strategisches Risikomanagement
Voraussetzungen	Grundlagenkenntnisse der allgemeinen BWL
Modulbausteine	**Moduleinführungsvideo** **BWL204 Studienbrief** Grundlagen des Marketing und der

	Marketingforschung mit **Onlineübung** **BWL205 Studienbrief** Marketinginstrumente und Marketingmix mit **Onlineübung** **BWL206 Studienbrief** Marketingcontrolling und Marketingorganisation mit **Onlineübung** **MKG401 Studienbrief** Rahmenbedingungen, Marktforschung und konstitutive Entscheidungen im internationalen Marketing mit **Onlineübung** **MKG402 Studienbrief** Marketingprozess und kulturelle Aspekte im internationalen Marketing mit **Onlineübung** **BWL201-FS-VH Fallstudie** Pharmaunternehmen Wiltjert Med GmbH **Onlinetutorium** (1 Stunde)
Kompetenznachweis	Klausur (1 Stunde)
Lernaufwand	125 Stunden, 5 Leistungspunkte
Sprache	Deutsch
Häufigkeit	Jedes Semester
Dauer des Moduls	1 Semester
Verwendbarkeit	BA-FÜB-WF, BA-FÜB-WES, BA-FÜB-WFS, BA-FÜB-WE, BA-FÜB-WFR, BA-FÜB-WSP, BA-IBC, BA-IBC-TOU, BS-WIP, MA-GMC
Studienleitung	Prof. Dr. Daniel Markgraf

1-5	KOM21	Einführung in die Kommunikations-wissenschaften

Kompetenzzuordnung	Wissensverbreiterung
Kompetenzziele	Nach erfolgreicher Teilnahme am Modul KOM21 kennen die Studierenden Grundlagen der Kommunikationswissenschaften und der Kommunikation, speziell ihre Formen, Funktionen und die Bestandteile des Kommunikationsprozesses. Sie kennen die Kommunikation als soziales Phänomen, speziell den Bereich der Massenkommunikation und verschiedene theoretische Ansätze und Modelle zur Kommunikation. Weiterhin ordnen die Studierenden die Kommunikationswissenschaft als interdisziplinäre Sozialwissenschaft ein und kennen relevante theoretische Sichtweisen. Überdies kennen sie Wirkungsfaktoren der Kommunikation inkl. der Körpersprache, Emotionen und können ihre Bedeutung im Kommunikationsprozess beurteilen. Sie kennen die Arten des Zuhörens und können ihre Bedeutung im Kommunikationsprozess bewerten. Die Studierenden wenden das erlernte Wissen auf konkrete Situationen und Fälle aus der Praxis an.
Inhalt	**Grundlagen der Kommunikation** Standort, Begriff und Inhalt der Kommunikation Der Kommunikationsprozess Kommunikation im sozialen Kontext (Formen und Funktionen von Kommunikation Die Massenkommunikation (das Feldschema der Massenkommunikation, Massenmedien) **Modelle und Theorien der Kommunikation** Naturwissenschaftliche Modelle der Kommunikation und die Kommunikation als Zeichenprozess Kommunikationspsychologische Ansätze Sozialwissenschaftliche Perspektive der Kommunikation Thesen und Modelle zur Wirkung von Massenkommunikation **Elemente, Ebenen und Wirkung von Kommunikation - Schwerpunkt: Nonverbale Kommunikation** Ebenen und Wirkungen nonverbaler Kommunikation Die Ebenen der nonverbalen Kommunikation im Einzelnen Die Stimme als nonverbales Kommunikationsinstrument Interpretationskontrolle nonverbaler Kommunikation Das Zuhören Umgang mit Emotionen: Das Internal Family System Die Bewahrung von Authentizität im Kommunikationsverhalten
Voraussetzungen	Keine.
Modulbausteine	**KOM101 Studienbrief** Grundlagen der Kommunikation **KOM102 Studienbrief** Modelle und Theorien der Kommunikation **Fachbuch** Preuß-Scheuerle, Birgit: Praxishandbuch Kommunikation - Überzeugend auftreten, zielgerichtet argumentieren, souverän reagieren mit **KOM107-BH Begleitheft und Onlineübung** **Onlinetutorium** (1 Stunde)
Kompetenznachweis	Klausur (2 Stunden)
Lernaufwand	125 Stunden, 5 Leistungspunkte
Sprache	Deutsch
Häufigkeit	Jedes Semester

Dauer des Moduls	1 Semester
Verwendbarkeit	BA-FÜB-WFR, BA-FÜB-WSP, BA-IBC, BA-IBC-TOU, BA-PER, BS-ERW
Studienleitung	Prof. Dr. Verena Jung

1-6 EKO20 Business communication

Kompetenzzuordnung	Instrumentelle Fertigkeiten
Kompetenzziele	Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls EKO20 wenden die Studierenden Form, Layout und Stil britischer und amerikanischer Geschäftsbriefe an. Sie erstellen Angebote, Bestellungen, Aufträge, Mahnschreiben, Beschwerden und Antworten auf Beschwerden sowie führen die Korrespondenz im Zusammenhang mit Verpackung, Lieferung und Versicherung. Sie beherrschen den Wortschatz zur Organisation von Meetings und Konferenzen und schreiben englische Bewerbungen und Lebensläufe. Die Studierenden verstehen englischsprachige Emails, verfassen diese selbst, führen englische Telefongespräche und können an englischsprachigen Meetings teil. Nach erfolgreicher Teilnahme am Modul EKO20 wenden die Studierenden den wichtigsten Wortschatz und Grammatik für Besprechungen an. Sie kennen die wichtigsten Typen von Verhandlungen und beschreiben Techniken und Strategien von Verhandlungen. Weiterhin analysieren sie die wichtigsten Problembereiche bei Verhandlungen und führen englische Verhandlungen. Überdies wenden die Studierenden den wichtigsten Wortschatz und Grammatik für Verhandlungen an.
Inhalt	**Confirmations, arrangements for business meetings, offers** Layout, goodwill letters and confirmations Arrangements for business meetings and conferences Inquiries, offers and counter-offers **Orders, invoices and reminders** Orders, acknowledgements, advice of dispatch Invoices, statements and settlement of accounts Reminders and postponed payments **Transport, delivery and complaints** Packing, transportation and insurance Delivery and delays in delivery Complaints and their settlement **Banking, applications and status inquiries** Banking and payments Applications and curriculum vitae Status inquiries and references **Negotiations** Introduction to negotiating Approaches to negotiation Negotiation styles The principles of negotiation Negotiating tactics Preparing and planning a negotiation The negotiation process Special issues in negotiations Team negotiations **Interaktives Training** Telefonate sicher führen Verschiedene berufliche Gesprächssituationen Vorträge und Besprechungen Geschäftliche Dokumente wie z.B. Berichte, Besprechungsprotokolle, Briefe oder Broschüren Verhandlungen führen Informelle Kommunikationssituationen Kontakt mit Kunden und Geschäftspartnern
Voraussetzungen	Englischkenntnisse auf Niveau B2
	Moduleinführungsvideo **Online-Content** Rosetta Stone: B2: Situations: All Topics, All Professions **EKO201 Studienbrief** Confirmations, arrangements for business

Modulbausteine	meetings, offers mit **Einsendeaufgabe** **EKO202 Studienbrief** Orders, invoices and reminders mit **Einsendeaufgabe** **EKO203 Studienbrief** Transports, delivery and complaints mit **Einsendeaufgabe** **EKO204 Studienbrief** Banking, applications and status inquiries mit **Einsendeaufgabe** **EKO301 Studienbrief** Negotiations mit **Einsendeaufgabe** **EKOW301 WBT** Business Communication **1 Onlineseminar**
Kompetenznachweis	Klausur (2 Stunden)
Lernaufwand	125 Stunden, 5 Leistungspunkte
Sprache	Englisch
Häufigkeit	Jedes Semester
Dauer des Moduls	1 Semester
Verwendbarkeit	BA-IBC, BA-IBC-TOU
Studienleitung	Prof. Dr. Verena Jung

Pflichtmodule des 2. Semesters

2-1 SQF40 Projektmanagement

Kompetenzzuordnung	Instrumentelle Fertigkeiten
Kompetenzziele	Nach erfolgreicher Teilnahme am Modul SQF40 kennen die Studierenden Einsatzmöglichkeiten und Elemente der Projektorganisation, auch im Bereich Übersetzungsprojekte. Sie erlangen das Wissen wie Projekte initialisiert werden (Analyse des Projektumfeldes und der Stakeholder), und wie sich Ziele, Anforderungen sowie Erfolgsfaktoren definieren lassen. Darüber hinaus schätzen sie den Aufwand, können die Mittel planen und erhalten Einblick in die Führungsaufgaben innerhalb von Projekten. Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls SQF40 erkennen die Studierenden die Bedeutung von Kommunikation, Teamentwicklungsprozessen und Konfliktmanagement. Weiterhin können sie begleitende Aufgaben wie Projektmarketing, Changemanagement, Konfigurationsmanagement und QM erläutern sowie einschätzen. Überdies erkennen und überwinden sie Widerstände.
Inhalt	**Projektaufbau, Funktionen und Managementtechniken** Begriffe Projektaufbau Funktionen im Projekt Managementtechniken **Projekte initialisieren und planen** Projekte initialisieren Projekte planen **Projekte abwickeln und abschließen** Projekte leiten und steuern Risikomanagement Problemmanagement Projektberichte Projektabschluss Projektsitzungen und Workshops **Führen in Projekten und begleitende Aufgaben** Die Projektführung Das Projektteam Kommunikation Widerstand Konflikte Projektmarketing Änderungs- und Konfigurationsmanagement Qualität im Projekt Lieferantenmanagement **Multiprojektmanagement** Multiprojektmanagement: Stellenwert und Standort Multiprojektmanagement-Prozess Multiprojektmanagement-Methoden Multiprojektmanagement-Organisation Multiprojektmanagement-Qualifikation Implementierung des Multiprojektmanagements Multiprojektmanagement-Organisation
Voraussetzungen	Keine.
Modulbausteine	**SQF201 Studienbrief** Projektaufbau, Funktionen und Managementtechniken mit **Onlineübungen** **SQF401 Studienbrief** Projekte initialisieren und planen mit **Onlineübungen** **SQF402 Studienbrief** Projekte abwickeln und abschließen mit **Onlineübungen** **SQF403 Studienbrief** Führen in Projekten und begleitende Aufgaben mit

Kompetenznachweis	Assignment
Lernaufwand	125 Stunden, 5 Leistungspunkte
Sprache	Deutsch
Häufigkeit	Jedes Semester
Dauer des Moduls	1 Semester
Verwendbarkeit	BA-ACC, BA-ACC-D, BA-BWL, BA-BWL-D, BA-DLM, BA-FÜB-TE, BA-FÜB-TF, BA-FÜB-WF, BA-FÜB-WES, BA-FÜB-WFS, BA-FÜB-WE, BA-FÜB-WFR, BA-FÜB-WSP, BA-GEM, BA-GEP, BA-IBC, BA-IBC-TOU, BA-KIP, BA-PER, BA-PF, BA-PFM, BA-PFP, BA-SOA, BA-SOA-D, BA-SOM, BA-SPM, BS-WIP, MA-PM, MA-PM2, MA-PM3
Studienleitung	Dr. Annette Miller

2-2 PER40 Personalmanagement

Kompetenzzuordnung	Wissensvertiefung
Kompetenzziele	Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls PER40 wenden die Studierenden Inhalte, Anforderungen, Methoden und Ziele der Personalplanung und -beschaffung an. Sie beschreiben die Vorgehensweise bei der Einstellung und Einführung neuer Mitarbeiter sowie die Rahmenbedingungen der Personalfreisetzung. Überdies führen sie Personalgespräche durch. Nach erfolgreicher Teilnahme am Modul PER40 können die Studierenden Internationalisierungsstrategien im Personalbereich beschreiben. Weiterhin erläutern sie die besonderen Herausforderungen des internationalen Personalmanagements und des interkulturellen Managements. Sie beschreiben Instrumente und Methoden des internationalen Personalmanagements. Überdies machen die Studierenden begründete Vorschläge zur geeigneten Vorbereitung und Betreuung eines beispielhaften Auslandseinsatzes eines Mitarbeiters.
Inhalt	**Personalplanung und Personalbeschaffung** Grundlagen der Personalplanung Personalbedarfsplanung Personalansprache und -suche Personalauswahl Arbeitsvertrag **Personaleinsatz** Leistungsprozess als Grundlage des Personaleinsatzes Die Aufnahme einer neuen Tätigkeit Flexibilisierung der Arbeitsinhalte Dimensionen der Arbeitsgestaltung Personalfreisetzung **Personalentwicklung** Personalentwicklung in der betrieblichen Praxis Personalentwicklungsprozess Zielgruppen- und lösungsorientierte Diskussionsfelder Unterschiede der PE zwischen großen und mittelständischen Unternehmen Organisationsentwicklung **Einführung in das Personalmanagement in internationalen Unternehmen** Einordnung und Grundbegriffe Internationale Rahmenbedingungen für das Personalwesen Praktische Gestaltung des Auslandseinsatzes Ausgewählte Einzelfragen des internationalen Personalmanagements
Voraussetzungen	Keine.
Modulbausteine	**PER201 Studienbrief** Personalplanung und Personalbeschaffung mit **Onlineübung** **PER202 Studienbrief** Personaleinsatz mit **Onlineübung** **PER203 Studienbrief** Personalentwicklung mit **Onlineübung** **PER501 Studienbrief** Einführung in das Personalmanagement in internationalen Unternehmen mit **Onlineübung**
Kompetenznachweis	Assignment
Lernaufwand	125 Stunden, 5 Leistungspunkte
Sprache	Deutsch
Häufigkeit	Jedes Semester

Dauer des Moduls	1 Semester
Verwendbarkeit	BA-FÜB-WF, BA-FÜB-WES, BA-FÜB-WFS, BA-FÜB-WE, BA-FÜB-WFR, BA-FÜB-WSP, BA-HEP, BA-IBC, BA-IBC-TOU, BA-IBW, BA-KIP, BS-WIP, MA-GMC
Studienleitung	Prof. Dr. Wolfgang Bohlen

2-3 VWL03 Volkswirtschaftslehre kompakt

Kompetenzzuordnung	Wissensverbreiterung
Kompetenzziele	Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls VWL03 können die Studierenden Tagespolitische Fragestellungen vor dem Hintergrund von Denkansätzen und Zusammenhängen der volkswirtschaftlichen Theorie beurteilen. Sie können ökonomische Interdependenzen und Zielkonflikte unter Berücksichtigung wirtschaftspolitischer Rahmenbedingungen aufdecken. Weiterhin können die Studierenden aktuelle Maßnahmen der Wirtschaftspolitik bewerten und alternative Optionen skizzieren. Zudem können sie die Funktionsfähigkeit von Märkten und staatliche Interventionen kritisch bewerten.
Inhalt	**Grundlagen des Wirtschaftens** Der Begriff "Volkswirtschaft" Grundfragen des Wirtschaftens Funktionsweise von Märkten Das Preis-Mengen-Diagramm **Marktsystem und Staat I** Funktionsweise einer reinen Marktwirtschaft Externe Effekte - Aufgabenstellung für den Staat Bedingungen für einen freien Wettbewerb **Marktsystem und Staat II** Die sozialen Aufgaben des Staates Wie vertritt der Staat das Gemeinwohl? Wie erfolgreich wirtschaften wir? **Geld und Inflation** Die Begriffe "Geld" und "Inflation" Gründe für Inflation Zusammenhang zwischen Außenhandel, Wechselkursen und Inflation **Konjunktur und Arbeitslosigkeit/Außenhandel** Gründe für Arbeitslosigkeit: Strukturwandel und Konjunkturschwankungen Warum gibt es Konjunkturschwankungen? Maßnahmen gegen Arbeitslosigkeit Der Nutzen des internationalen Handels Die Theorie der komparativen Kostenvorteile und ihre Bedeutung Die Europäische Union
Voraussetzungen	Grundlagen des Wirtschaftens
Modulbausteine	**VWL301 Studienbrief** Grundlagen des Wirtschaftens **mit Onlineübung** **VWL302 Studienbrief** Marktsystem und Staat I **mit Onlineübung** **VWL303 Studienbrief** Marktsystem und Staat II **mit Onlineübung** **VWL304 Studienbrief** Geld und Inflation **mit Onlineübung** **VWL305 Studienbrief** Konjunktur und Arbeitslosigkeit/Außenhandel **mit Onlineübung** **VWL301-EL Glossar** zum Modul VWL03 **Onlinetutorium** (1 Stunde)
Kompetenznachweis	Klausur (1 Stunden)
Lernaufwand	125 Stunden, 5 Leistungspunkte
Sprache	Deutsch
Häufigkeit	Jedes Semester
Dauer des Moduls	1 Semester
Verwendbarkeit	BA-IBC, BA-IBC-TOU, BE-WIWEE, MA-GMC

2-4	LPM40	Produktions- und Materialmanagement

Kompetenzzuordnung	Wissensverbreiterung
Kompetenzziele	Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls LPM40 können die Studierenden die grundlegenden Kenntnisse des Produktions- und Materialmanagements wie z. B. Handlungsfelder eines erfolgreichen Produktions- und Supply-Chain-Managements beschreiben. Sie können ein Produktionsprogramm mengenmäßig und zeitlich planen und daraus die Bedarfe an einzelnen Materialpositionen ableiten, Verfahren der Produktionssteuerung beschreiben und ihre Eignung unter konkreten Produktionsbedingungen beurteilen sowie strategische und operative Entscheidungen im Bereich des Materialmanagements mit den gängigen Verfahren einordnen (Fachkompetenz). Außerdem können die Studierenden die Bedeutung, Notwendigkeit und Gestaltungsformen von internationaler Beschaffung, Produktion und Distribution beschreiben, die Rolle und Möglichkeiten eines globalen Kommunikations- und Informationsmanagements beurteilen und Informationstechnologien nutzen. Zusätzlich können sie die Vor- und Nachteile von Internationalisierungsformen ableiten und wichtige Schritte der Planung, Durchführung und Kontrolle dieser Internationalisierungsformen für ein Beispielunternehmen beschreiben (Fachkompetenz).
Inhalt	**Grundlagen des Produktions- und Materialmanagements** Grundsätzliches zum Produktions- und Materialmanagement Das Produkt und seine Entwicklung Das Material und seine Klassifizierung Die Produktion und ihre Typisierung **Produktionsplanung und -steuerung** Grundsätzliches zur Produktionsplanung und -steuerung IT-Systeme in der Produktionsplanung und -steuerung Methoden der Produktionsplanung - Push Methoden der Produktionsplanung - Pull Produktionssteuerung **Materialwirtschaft und Logistik** Grundsätzliches zur Materialwirtschaft und Logistik Einkauf und Beschaffung Materialdisposition Lagerhaltung Distribution und Entsorgung **Internationale Aspekte von Beschaffung und Produktion** Internationale Beschaffung Internationale Produktion Internationale Distribution Globales Kommunikations- und Informationsmanagement Wertkettenanalyse in internationalen Unternehmen
Voraussetzungen	Grundlagen der allgemeinen Betriebswirtschaftslehre
Modulbausteine	**Einführungsvideo** ins Modul **BWL301 Studienbrief** Grundlagen des Produktions- und Materialmanagements mit **Onlineübung** **BWL302 Studienbrief** Produktionsplanung und -steuerung mit **Onlineübung** **BWL303 Studienbrief** Materialwirtschaft und Logistik mit **Onlineübung** **IBW106 Studienbrief** Internationale Aspekte von Beschaffung und Produktion
Kompetenznachweis	Assignment

Lernaufwand	125 Stunden, 5 Leistungspunkte
Sprache	Deutsch
Häufigkeit	Jedes Semester
Dauer des Moduls	1 Semester
Verwendbarkeit	BA-IBC, BA-IBW, BE-FZT, BE-MB180
Studienleitung	Prof. Dr. Doreen Schwinger

2-5	KOM22	Anwendungsfelder der Kommunikation

Kompetenzzuordnung	Wissensverbreiterung
Kompetenzziele	Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls KOM22 kennen die Studierenden die Grundlagen der zielgerichteten Argumentation und der Gesprächsführung sowie setzen sie sicher ein. Sie kennen Konfliktarten und -ebenen sowie Eskalationsstufen. Weiterhin analysieren die Studierenden Konflikte und entwickeln zielorientierte Handlungsoptionen bei Konflikten. Überdies führen sie Klärungsgespräche im Kontext gewaltfreier Kommunikation durch und analysieren die Charakteristika der Kommunikationssituationen mit Vorgesetzen, Kollegen, Kunden und Dienstleistern und ihre Erfolgsfaktoren sowie setzen diese situationsadäquat ein. Sie benennen die Charakteristika der Kommunikation per Telefon sowie per E-Mail und kommunizieren diese situationsadäquat erfolgreich und zielorientiert. Die Studierenden kennen Verhandlungsstile und -typen sowie setzen Verhandlungskompetenzen sicher ein. Sie wenden das erlernte Wissen auf konkrete Situationen und Fälle aus der Praxis an.
Inhalt	**Zielgerichtete Argumentation** **Erfolgreiche Gesprächsführung** Fragen wirkungsvoll einsetzen Formulierungen: klar, positiv, aktiv, zukunftsorientiert und wertschätzend **Kommunikation mit Vorgesetzten** **Kommunikation mit Kollegen** Konfliktanalysen und Konfliktlösungen **Kommunikation mit Kunden** **Kommunikation mit Dienstleistern** Verhandlungskompetenzen, Verhandlungsstil, Verhandlungstypen **Kommunikation am Telefon** **Kommunikation per E-Mail**
Voraussetzungen	Keine.
Modulbausteine	**Fachbuch** Preuß-Scheuerle, Birgit: Praxishandbuch Kommunikation mit **KOM108-BH Begleitheft** und **Onlineübung**
Kompetenznachweis	Assignment
Lernaufwand	125 Stunden, 5 Leistungspunkte
Sprache	Deutsch
Häufigkeit	Jedes Semester
Dauer des Moduls	1 Semester
Verwendbarkeit	BA-IBC
Studienleitung	Prof. Dr. Verena Jung

2-6	ENC13	English for professional purposes C1

Kompetenzzuordnung	Kompetente Sprachverwendung
Kompetenzziele	Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls ENC13 gebrauchen die Studierenden die Sprache im gesellschaftlichen und beruflichen Leben wirksam und flexibel. Sie verstehen ein breites Spektrum anspruchsvoller, längerer Texte und erfassen auch implizite Bedeutungen. Weiterhin drücken sie sich spontan und fließend aus, ohne öfter deutlich erkennbar nach Worten suchen zu müssen.
Inhalt	**Themenbereiche** Orte, Menschen, Beziehungen, Arbeitswelt, Technologie, moderne Gesellschaft **Lesen** Lesetechniken, Texte analysieren **Wortschatzarbeit** Neue Wörter zu den genannten Themenbereichen, Wortbildung, bedeutungsähnliche Wörter, Synonyme **Grammatik** Wiederholung und Vertiefung ausgewählter Grammatikprobleme; Zeitenfolgen und Verwendung von Präsens, Present Perfect, Futur, Vergangenheitszeiten, Pronomen, modale Hilfsverben, indirekte Rede, Adverb, Adjektiv, Konditional, Konjunktiv, Nebensätze, Partizipien, Passiv, Infinitiv, Gerundium **Schreiben** Emails, persönliche und geschäftliche Briefe, Notizen, Instruktionen und Anweisungen, Broschüren, Bekanntmachungen, Berichte, Grafiken und Diagramme, Empfehlungsschreiben, Artikel; Texte strukturieren, bearbeiten, zusammenfassen **Sprechen** Alltagssprache, Meinungen und Gefühle ausdrücken; um etwas bitten, etwas anbieten, informelles Englisch verwenden, sich entschuldigen, jemanden unterbrechen, ein Telefongespräch führen; Verwendung von "phrasal verbs" **Hörverständnisübungen**
Voraussetzungen	Englischkenntnisse auf Niveau B2
Modulbausteine	**mp3** Ergänzungen zu EN541-543 **EN541 Studienbrief** English C1 mit **Onlineübung** **Online-Content** Rosetta Stone: English C1: Situations: Interpersonal Skills and Negotiation IV, Professional Interaction, Client Relations, Business Calls **EN542 Studienbrief** English C1 mit **Onlineübung** **EN543 Studienbrief** English C1 mit **Onlineübung** **mp3** Ergänzungen zu EN544-546 **EN544 Studienbrief** English C1 mit **Onlineübung** **EN545 Studienbrief** English C1 mit **Onlineübung** **EN546 Studienbrief** English C1 mit **Onlineübung**
Kompetenznachweis	Klausur (2 Stunden)
Lernaufwand	125 Stunden, 5 Leistungspunkte
Sprache	Englisch
Häufigkeit	Jedes Semester

Dauer des Moduls	1 Semester
Verwendbarkeit	BA-ACC, BA-BWL, BA-DIT5, BA-DLC, BA-DLM, BA-DMM, BA-DMS, BA-FSM, BA-FÜB-TE, BA-FÜB-TF, BA-FÜB-WF, BA-FÜB-WES, BA-FÜB-WE, BA-IBC, BA-IBC-TOU, BA-IDG, BA-MVM, BA-SPM, BE-WIW-IND, BE-WIW-IND-D, BS-CDA, BS-DSA, BS-WIP, MA-BWL, MA-BWL2, MA-BWL3, MA-DBM, MA-DBM2, MA-DBM3, MA-GEM, MA-GEM2, MA-GEM3, MA-GMC, MA-ONM, MA-ONM2, MA-ONM3, MA-PM, MA-PM2, MA-PM3, MBA-MLS, MBA-TAM2, ME-MB, ME-MB3, ME-WIW, ME-WIW3
Studienleitung	Prof. Dr. Verena Jung

Pflichtmodule des 3. Semesters

3-1 IKK66 Grundlagen des interkulturellen Managements

Kompetenzzuordnung	Wissensvertiefung
Kompetenzziele	Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls IKK66 kennen die Studierenden basale Theorien der interkulturellen Wirtschaftskommunikation und erfassen interkulturelle Kommunikation als interdisziplinäres Forschungsfeld. Sie kennen Grundlagen von Kulturtheorie und Kulturkomparatistik und beschreiben sprach- und kommunikationswissenschaftliche Grundlagen der interkulturellen Kommunikation. Weiterhin erläutern die Studierenden die Bedeutung interkultureller Kompetenzen im Bereich der Wirtschaft. Überdies legen sie Kulturuniversalien und Kulturstandards, Formen und Probleme interkultureller Begegnungen dar.
Inhalt	**Was ist Kultur?** Interkulturelle Kommunikation Kulturmodelle Kulturbezogene Universalien **Sprache und Kommunikation** Sprache und Kultur Kommunikation **Interkulturelle Kommunikation in der Praxis** Interkulturelle Kommunikation Phasen (inter)kultureller Anpassung
Voraussetzungen	Keine.
Modulbausteine	**IKM101 Studienbrief** Was ist Kultur? **IKM102 Studienbrief** Sprache und Kommunikation **IKM103 Studienbrief** Interkulturelle Kommunikation in der Praxis **Onlineübung** zu den Studienbriefen IKM101, IKM102 und IKM103 **Onlinetutorium** (1 Stunde)
Kompetenznachweis	Klausur (1 Stunde)
Lernaufwand	125 Stunden, 5 Leistungspunkte
Sprache	Deutsch
Häufigkeit	Jedes Semester
Dauer des Moduls	1 Semester
Verwendbarkeit	BA-BWL, BA-BWL-D, BA-DLC, BA-DLM, BA-FSM, BA-FSM-D, BA-FÜB-TE, BA-FÜB-TF, BA-FÜB-WF, BA-FÜB-WES, BA-FÜB-WFS, BA-FÜB-WE, BA-FÜB-WFR, BA-FÜB-WSP, BA-IBC, BA-IBC-TOU, BA-IBW, BA-LOG, BA-PER, BE-WIW180, BE-WIW-DB, BE-WIW-PIM, BE-WIWEE, BE-WIW-IND
Studienleitung	Prof. Dr. Gardenia Alonso

3-2 VWL61 Europäische Wirtschaft

Kompetenzzuordnung	Wissensverbreiterung
Kompetenzziele	Nach erfolgreicher Teilnahme am Modul VWL61 können die Studierenden Aufgaben, Entwicklung, Organe, Funktionsweise und Perspektiven der EU beschreiben. Sie können die für Bürger und Unternehmen wichtigsten Inhalte der europäischen Verträge erläutern und nutzen. Weiterhin sind sie in der Lage die Rechtshandlungen der EU hinsichtlich ihrer einzelwirtschaftlichen Konsequenzen zu beurteilen. Die Studierenden können weiterhin das Binnenmarktprogramm und die Wirtschafts- und Währungsunion in Bezug auf Chancen und Risiken beurteilen und Maßnahmen zur Anpassung der Unternehmen an Binnenmarkt und Währungsunion vorschlagen. Sie beschreiben wichtige Instrumente der gemeinsamen Handelspolitik und die Grundzüge der Außenbeziehungen der EU und können wirtschaftsrelevante Politiken der EU an ihren eigenen Zielen messen (Fach-, Methoden-, soziale, kommunikative, mediale Kompetenz).
Inhalt	**Europäische Integration: Überblick und theoretische Grundlagen** Die europäische Union - ein erster Überblick Wege und Formen der europäischen Integration Wirtschaftliche Wirkungen der Integration **Institutionelle, rechtliche und finanzielle Grundlagen der europäischen Union** Der institutionelle Rahmen der Europäischen Union Das Unionsrecht Die Finanzen der Europäischen Union **Der Binnenmarkt der Europäischen Union** Die Entstehung des Binnenmarkts Der Binnenmarkt und die vier Grundfreiheiten Durchsetzung und Sicherung der Grundfreiheiten Die gemeinsame Wettbewerbspolitik Die gemeinsame Agrarpolitik (GAP) **Die Europäische Wirtschafts- und Währungsunion** Die Europäische Währungsunion (EWU) Die monetäre Verfassung der Währungsunion Theorie und Praxis der Währungsunion Die Koordinierung der Wirtschaftspolitik und anderer Politikbereiche in der Europäischen Union **Die Europäische Union in der Weltwirtschaft** Die gemeinsame Handelspolitik und ihre Mechanismen Die EU und die Welthandelsorganisation WTO Die Beziehungen der EU zu ausgewählten Drittstaaten Die Entwicklungspolitik der EU **Unternehmensverhalten im Binnenmarkt** Veränderungen der Marktbedingungen Maßnahmen der EU zur Förderung des Wettbewerbs und der Anpassungs- und Wettbewerbsfähigkeit der Unternehmen Reaktionen der Unternehmen auf die veränderten Marktbedingungen Konsequenzen für die Verbraucher
Voraussetzungen	Grundlagen der Wirtschaft
Modulbausteine	**EUW101 Studienbrief** Europäische Integration: Überblick und theoretische Grundlagen **EUW102 Studienbrief** Institutionelle, rechtliche und finanzielle Grundlagen der Europäischen Union **EUW103 Studienbrief** Der Binnenmarkt der Europäischen Union **EUW104 Studienbrief** Die Europäische Wirtschafts- und Währungsunion **EUW105 Studienbrief** Die Europäische Union in der Weltwirtschaft **EUW106 Studienbrief** Unternehmensverhalten im Binnenmarkt **Einsendeaufgaben** zum Modul VWL61

Kompetenznachweis	Assignment
Lernaufwand	125 Stunden, 5 Leistungspunkte
Sprache	Deutsch
Häufigkeit	Jedes Semester
Dauer des Moduls	1 Semester
Verwendbarkeit	BA-BWL, BA-BWL-D, BA-DLC, BA-DLM, BA-IBC, BA-IBC-TOU, BA-IBW, BA-LOG, BA-PER
Studienleitung	Prof. Dr. Peter Fischer

3-3	ELK02	Studies of Anglo-Saxon countries

Kompetenzzuordnung	Wissensvertiefung
Kompetenzziele	Nach erfolgreicher Teilnahme am Modul ELK01 kennen die Studierenden staatliche Einrichtungen, Rechtsordnung und geschichtliche, geografische, politische, wirtschaftliche und kulturelle Verhältnisse des englischen Sprachraums und können diese beschreiben.
Inhalt	**Historical development, social structure, language and identity in the UK and the USA** Identity in the UK Social structure in the UK Language in the UK Identity in the USA Social structure in the USA Language in the USA **Political and legal systems, overview of social welfare in the UK and the USA** Political structure in the UK The legal system of the UK Social welfare in the UK Political structure in the USA The legal system of the USA Social welfare in the USA **Religion, education and media in the UK and the USA** Religion in the UK Education in the UK The media in the UK The arts in the UK Popular culture in the UK Religion in the USA Education in the USA The media in the USA The arts in the USA Popular culture in the USA **Geographic and economic structure of the UK and the USA** The geography of the UK The economic structure of the UK The geography of the USA The economic structure of the USA **International relations of the UK and the USA** The Commonwealth The foreign policy of Britain since 1945 Anglo-Irish relations Anglo-European relations Anglo-American relations Transatlantic relations The foreign policies of the USA International and intergovernmental organizations (IGOs) **Hörbuch Studies of Anglo-Saxon countries**
Voraussetzungen	Englischkenntnisse auf Niveau C1
Modulbausteine	**Moduleinführungsvideo** **ELK101 Studienbrief** Historical development, social structure, language and identity in the UK and the USA mit **Einsendeaufgabe** **Online-Content** Rosetta Stone: C1: Situations: Everyday Situations UK, Everyday Situations USA; Areas of Expertise: The Hospitality Sector, Government and the US Public Sector; Videos: Education and the Public Sector **ELK102 Studienbrief** Political and legal systems, overview of social

	welfare in the UK and the USA mit **Einsendeaufgabe** **ELK103 Studienbrief** Religion, education and media in the UK and the USA mit **Einsendeaufgabe** **ELK104 Studienbrief** Geographic and economic structure of the UK and the USA mit **Einsendeaufgabe** **ELK105 Studienbrief** International relations of the UK and the USA mit **Einsendeaufgabe** **Hörbuch** Studies of Anglo-Saxon countries **Onlinetutorium** (1 Stunde)
Kompetenznachweis	Assignment
Lernaufwand	125 Stunden, 5 Leistungspunkte
Sprache	Englisch
Häufigkeit	Jedes Semester
Dauer des Moduls	1 Semester
Verwendbarkeit	BA-IBC, BA-IBC-TOU
Studienleitung	Prof. Dr. Verena Jung

3-4 WIP60 Psychologie der Arbeit

Kompetenzzuordnung	Wissensvertiefung
Kompetenzziele	Nach erfolgreicher Teilnahme am Modul WIP60 kennen und verstehen die Studierenden theoretische Grundlagen der Psychologie. Sie erhalten einen generellen Überblick über unterschiedliche Arbeits- und Wissensbereiche der Psychologie als Wissenschaft sowie die speziellen Betrachtungen des Menschen als Einzelwesen und als Mitglied in Gruppen. Weiterhin erlangen sie Wissen, warum psychologische Erkenntnisse in zahlreichen Fällen im Berufsalltag zur Lösung kritischer Situationen beitragen. Die Studierenden können die Wirtschafts-psychologie in die Psychologie makroökonomischer Prozesse und in die Psychologie mikroökonomischer Prozesse einordnen. Des Weiteren kennen sie Themenfelder der Psychologie der Arbeit und können diese erläutern. Zudem kennen sie psychologische Faktoren der Arbeitsgestaltung, Arbeitsmotivation, Arbeitszufriedenheit und Arbeitsbelastung.
Inhalt	**Psychologie und Unternehmen: Einführung** Grundlagen der Psychologie Szenarien und psychologische Erklärungsansätze aus der Praxis: Beispiele für die Bedeutung von Psychologie in Unternehmen Moderne Arbeitswelt und Psychologie **Psychologie der Arbeit I** Überblick über die Psychologie der Arbeit und ihre Themen Psychologie des Arbeitspersonals Psychologie der Arbeitsgestaltung **Psychologie der Arbeit II** Psychologie der Arbeitsmotivation Psychologie der Arbeitszufriedenheit Psychologie der Arbeitsbelastung
Voraussetzungen	Personalwirtschaftliche Grundlagen
Modulbausteine	**WIP201 Studienbrief** Psychologie und Unternehmen: Einführung mit **Onlineübung** **WIP401 Studienbrief** Psychologie der Arbeit I mit **Onlineübung** **WIP402 Studienbrief** Psychologie der Arbeit II mit **Onlineübung**
Kompetenznachweis	Assignment
Lernaufwand	125 Stunden, 5 Leistungspunkte
Sprache	Deutsch
Häufigkeit	Jedes Semester
Dauer des Moduls	1 Semester
Verwendbarkeit	BA-BWL, BA-BWL-D, BA-DLC, BA-DLM, BA-IBC,, BA-MVM, BA-PER, BA-SPM
Studienleitung	Prof. Dr. Wolfgang Bohlen

3-5 KOM23 Unternehmenskommunikation

Kompetenzzuordnung	Wissensvertiefung
Kompetenzziele	Nach erfolgreicher Teilnahme am Modul KOM23 kennen die Studierenden die Grundlage der Kommunikationswissenschaften und der Kommunikation, speziell Bedeutung der Unternehmenskommunikation und eines Kommunikationsmanagements, deren wesentlichen Inhalte und Teilbereiche sowie beherrschen den Managementprozess der Unternehmenskommunikation. Sie kennen den Beitrag der Unternehmenskommunikation zur Wertschöpfung eines Unternehmens. Weiterhin wissen die Studierenden, wie eine effektive und effiziente Kommunikationskonzeption entwickelt werden kann und welche Bausteine konkret dazugehören. Überdies kennen sie sinnvolle organisatorische Gestaltungsmöglichkeiten und typische Kommunikationssituationen, die Unternehmen bewältigen müssen. Sie wissen, wie dafür geeignete Kommunikationskonzepte entwickelt werden können. Die Studierenden wenden das erlernte Wissen auf konkrete Situationen und Fälle aus der Praxis an.
Inhalt	**Grundzüge der Unternehmenskommunikation** Zur Bedeutung der Unternehmenskommunikation Inhalte der Unternehmenskommunikation Interne Unternehmenskommunikation Externe Unternehmenskommunikation Integrierte Unternehmenskommunikation Managementprozess der Unternehmenskommunikation **Unternehmenskommunikation und Wertschöpfung** Kommunikation als Wertschöpfungsfaktor des Unternehmens Die Konzeption der Unternehmenskommunikation Situationsanalyse Festlegung der Kommunikationsziele und Kommunikationszielgruppen Positionierung und Kernbotschaften Programmentscheidungen Budgetierung Wertbestimmung und Controlling der Unternehmenskommunikation **Organisation und Handlungsfelder der Unternehmenskommunikation** Organisation der Unternehmenskommunikation Veränderungskommunikation/Changekommunikation Innovationskommunikation Krisenkommunikation Corporate Social Responsibility (CSR) **Fallstudien (Situationsanalyse, Planung, Umsetzung, Evaluation)** Internationale Unternehmenskommunikation in Veränderungsprozessen Krisenkommunikation und Krisenprävention Kommunikation für den Mittelstand Herausforderung Innovationskommunikation
Voraussetzungen	Keine.
Modulbausteine	**KOM103 Studienbrief** Grundzüge der Unternehmenskommunikation **KOM104 Studienbrief** Unternehmenskommunikation und Wertschöpfung **KOM105 Studienbrief** Organisation und Handlungsfelder der Unternehmenskommunikation **KOM106 Studienbrief** Fallstudien "Unternehmenskommunikation in der Praxis" **Einsendeaufgabe** zu den Studienbriefen KOM103-106
Kompetenznachweis	Assignment
Lernaufwand	125 Stunden, 5 Leistungspunkte

Sprache	Deutsch
Häufigkeit	Jedes Semester
Dauer des Moduls	1 Semester
Verwendbarkeit	BA-IBC, BA-PER
Studienleitung	Prof. Dr. Verena Jung

3-6 EWS02 The language of business

Kompetenzzuordnung	Instrumentelle Fertigkeiten
Kompetenzziele	Nach erfolgreicher Teilnahme am Modul EWS02 wenden die Studierenden sprachliche Strukturen des Englischen an. Sie gehen sicher mit Handels- und Wirtschaftsvokabular auf fortgeschrittenem Niveau im Rahmen internationaler Geschäftsverbindungen um.
Inhalt	**Forming a company and corporate governance** **Materials management and production management** **Marketing management and human resources management** **Accounting; Investment and financing** Wiederholung und Vertiefung der englischen Grundgrammatik anhand zahlreicher Beispiele und Übungen, z.B.: Progressive und Simple Form, Hilfsverben, Zeiten der Vergangenheit und Zukunft, Präpositionen und Pronomen, indirekte Rede, Conditional, Fragesätze, Nebensätze, Relativsätze, Verneinung, Abstimmung Verb und Objekt, Adjektiv und Adverb, Passiv, das Stützwort one, Demonstrativpronomen, Partizip und Gerundium; englische Zeichensetzung; Handels- und Wirtschaftsvokabular auf fortgeschrittenem Niveau für die Anwendung im Rahmen internationaler Geschäftsverbindungen.
Voraussetzungen	Englischkenntnisse auf Niveau B2
Modulbausteine	**EWS101 Studienbrief** Forming a company and corporate governance mit **Onlineübung** **Online-Content** Rosetta Stone: C1: Areas of Expertise: Industry and Manufacturing, Marketing and Advertising, Luxury Goods and the Retail Sector **EWS102 Studienbrief** Materials management and production management mit **Onlineübung** **EWS103 Studienbrief** Marketing management and human resources Management mit **Onlineübung** **EWS104 Studienbrief** Accounting; Investment and financing mit **Onlineübung** **2 Onlineseminare**
Kompetenznachweis	Klausur (2 Stunden)
Lernaufwand	125 Stunden, 5 Leistungspunkte
Sprache	Deutsch
Häufigkeit	Jedes Semester
Dauer des Moduls	1 Semester
Verwendbarkeit	BA-BWL, BA-BWL-D, BA-FÜB-TE, BA-FÜB-WE, BA-IBC, BA-IBC-TOU, BA-IBW
Studienleitung	Prof. Dr. Verena Jung

Pflichtmodule des 4. Semesters

4-1 IKK67 Interkulturelle Interaktion

Kompetenzzuordnung	Wissensvertiefung
Kompetenzziele	Nach erfolgreicher Teilnahme am Modul IKK67 können die Studierenden interkulturelle Interaktion in verschiedenen Kulturräumen am Beispiel USA, Frankreich, Lateinamerika, Deutschland vergleichen.
Inhalt	**Zur Interaktion zwischen Deutschen und US-Amerikanern** Der Kulturraum USA Interkulturelle Begegnung Deutsche - US-Amerikaner **Zur Interaktion zwischen Deutschen und Franzosen** Der Kulturraum "Frankreich" Interkulturelle Begegnung Deutschland - Frankreich **Zur Interaktion zwischen Deutschen und Lateinamerikanern** Der Kulturraum Lateinamerika Interkulturelle Begegnung Deutschland - Lateinamerika **Die Deutschen in der interkulturellen Begegnung** Der Kulturraum Deutschland Interkulturelle Begegnung mit Deutschland
Voraussetzungen	Grundlagen des interkulturellen Managements
Modulbausteine	**IKM104 Studienbrief** Zur Interaktion zwischen Deutschen und US-Amerikanern **mit Onlineübung** **IKM105 Studienbrief** Zur Interaktion zwischen Deutschen und Franzosen **mit Onlineübung** **IKM106 Studienbrief** Zur Interaktion zwischen Deutschen und Lateinamerikanern **mit Onlineübung** **IKM107 Studienbrief** Die Deutschen in der interkulturellen Begegnung **mit Onlineübung** **Onlinetutorium** (1 Stunde)
Kompetenznachweis	Klausur (1 Stunde)
Lernaufwand	125 Stunden, 5 Leistungspunkte
Sprache	Deutsch
Häufigkeit	Jedes Semester
Dauer des Moduls	1 Semester
Verwendbarkeit	BA-BWL, BA-BWL-D, BA-DLC, BA-DLM, BA-FÜB-TF, BA-FÜB-WF, BA-FÜB-WES, BA-FÜB-WFS, BA-IBC, BA-IBC-TOU, BA-LOG, BA-PER
Studienleitung	Prof. Dr. Gardenia Alonso

4-2 UFU44 Organisation und internationales Management

Kompetenzzuordnung	Wissensvertiefung
Kompetenzziele	Nach erfolgreicher Teilnahme am Modul UFU44 können die Studierenden grundlegende Begriffe der Aufbau- und Prozessorganisation sowie des Change Management definieren. Sie sind in der Lage, Kriterien zur Beurteilung organisatorischer Strukturen und Prozesse anzuwenden und Vorschläge zur Optimierung der Aufbau- und Prozessorganisation zu entwickeln. Weiterhin können sie bei der Analyse und (prozessorientierten) Umgestaltung von Organisationen mitarbeiten. Sie erkennen und erörtern Ursachen, Widerstände und Ansätze des Change Management und können Techniken der organisatorischen Gestaltung aus Anwendersicht beschreiben. Die Studierenden sind in der Lage, Grundlagen der Unternehmensführung in international tätigen Unternehmen zu beschreiben. Des Weiteren können sie eine Strategie für ein einfaches Internationalisierungsprojekt entwickeln. Zudem können die Studierenden Besonderheiten der Organisation, der Führung und des Personalmanagements in international tätigen Unternehmen sowie Grundzüge des interkulturellen Managements beschreiben.
Inhalt	**Grundlagen der Organisation und Aufbauorganisation** Grundlagen der Organisationslehre Die Aufbauorganisation (Gebildestruktur) **Prozessorganisation, Change Management und Organisationstechniken** Die Prozessorganisation Change Management - Gestaltung des organisatorischen Wandels Techniken der organisatorischen Gestaltung **Praktische Übungen** Fallstudie ANAMINO zur Aufbauorganisation Fallstudie Sportseyes zur Prozessorganisation und zum Change Management Rechercheübungen **International Management** Internationalisation of the economy in the context of business Companies an corporate management in the context of globalization Theories of international organization activity International corporte management Internationalization as a strategic decision-making issue **Organisation, Leadership and Human Resources Management in International Companies** Internationalization strategies a multi-dimensional planning issues "Going international": Strategic dimensions in detail "Being International": Strategic dimensions in detail Organisation of internationally-active business organizations Personnel management in internationally-active business organizations
Voraussetzungen	Grundlagen der allgemeinen BWL und Unternehmensführung
Modulbausteine	**UFU501 Studienbrief** Grundlagen der Organisation und Aufbauorganisation mit **Onlineübung** **UFU502 Studienbrief** Prozessorganisation, Change Management und Organisationstechniken mit **Onlineübung** **UFU503 Studienbrief** Praktische Übungen **UFU701 Studienbrief** International Management mit **Onlineübung** **UFU702 Studienbrief** Organisation, Leadership and Human Resources Management in International Companies mit **Onlineübung** **Online-Tutorium** (1 Stunde)

Kompetenznachweis	Klausur (auf Deutsch und Englisch; 1 Stunde)
Lernaufwand	125 Stunden, 5 Leistungspunkte
Sprache	Deutsch / Englisch
Häufigkeit	Jedes Semester
Dauer des Moduls	1 Semester
Verwendbarkeit	BA-FÜB-WF, BA-FÜB-WES, BA-FÜB-WFS, BA-FÜB-WFR, BA-FÜB-WSP, BA-IBC, BA-IBC-TOU, MA-GMC
Studienleitung	Prof. Dr. Tobias Specker

4-3 EVW01 Economics

Kompetenzzuordnung	Wissensverbreiterung
Kompetenzziele	Nach erfolgreicher Teilnahme am Modul EVW01 kennen die Studierenden wichtige Aspekte der Volks- und Weltwirtschaftslehre in englischer Sprache. Sie drücken sich in der englischen und deutschen Wirtschaftssprache schriftlich und mündlich aus. Sie verstehen und lesen fließend in Englisch zum Themenbereich Wirtschaft abgefasste aktuelle Berichte. Weiterhin beteiligen sich die Studierenden an anspruchsvollen Diskussionen in Englisch, insbesondere über wirtschaftliche Themen.
Inhalt	**Introduction to economics** An Introduction to Economics Choice in a World of Scarcity Demand and Supply Demand and Supply in the Labor and Financial Markets **Fiscal and monetary policy** Monetary and fiscal policy Monetary policy Fiscal policy Fiscal policy vs. monetary policy **Strategies of stabilization policy** Overview Global imbalances Economic stabilization policies Selected stabilization policy issues Economic stimulus **Supranational issues of economic policy** Globalization Defined Advantages and Disadvantages of Globalization Technology and Globalization Capitalism and Globalization Consequences of Globalization and the Welfare State
Voraussetzungen	Englischkenntnisse auf Niveau B2
Modulbausteine	**Fachbuch:** Greenlaw/Taylor_Principles of Economics **EVW301-BH Begleitheft** Introduction to economics **Online-Content** Rosetta Stone: C1: Areas of Expertise: Insurance and Financial Services; Video Lessons: Politics and the Economy **EVW302-BH Begleitheft** Fiscal and monetary policy **Fachbuch:** Makin_Global Exchange Rates, Imbalances and Stabilization Policy **EVW303-BH Begleitheft** Strategies of stabilization policy **AB73-673-EL Fachbuch:** Panic_Globalization and National Economic Welfare **EVW304-BH Begleitheft** Supranational issues of economic policy **Einsendeaufgabe** zu den Studienbriefen EVW301-304 freiwilliges Präsenzseminar
Kompetenznachweis	Klausur (auf Englisch; 2 Stunden)
Lernaufwand	125 Stunden, 5 Leistungspunkte
Sprache	Englisch
Häufigkeit	Jedes Semester
Dauer des Moduls	1 Semester

Verwendbarkeit	BA-BWL, BA-BWL-D, BA-FÜB-WF, BA-FÜB-WES, BA-FÜB-WE, BA-IBC, BA-IBC-TOU, BA-IBW
Studienleitung	Prof. Dr. Verena Jung

4-4 PER49 Führung von Mitarbeitern

Kompetenzzuordnung	Wissensvertiefung
Kompetenzziele	Nach erfolgreicher Teilnahme am Modul PER49 unterscheiden die Studierenden Führungstheorien und -stile sowie beschreiben die Bedeutung der Motivation sowie von Arbeitsleistung und -zufriedenheit in Führungsprozessen. Sie erläutern Führungsfunktionen und -aufgaben und schlagen Strategien zur Führung von Teams und Möglichkeiten zur Konfliktbewältigung in konkreten Konfliktsituationen vor. Überdies reflektieren sie die eigene und fremde Gesprächsführung sowie eigene Führungsrolle und eigenes Führungsverhalten. Sie erläutern und wenden moderne Führungstechniken, zum Beispiel Management by Objectives zum Teil an.
Inhalt	**Grundlagen der Personalführung** Personalführung als Teil der Unternehmensführung Führungsfunktionen - Stationen im Führungsprozess Führungsaufgaben Führungsstile und situatives Führungsverhalten Der autoritäre und der kooperative Führungsstil - zwei Möglichkeiten, wie Vorgesetzte Führungsfunktionen wahrnehmen können Führungsmodelle Theorien über die Führung **Motivation und Arbeitszufriedenheit** Motivation, Mitarbeiterhandeln und die Möglichkeiten und Grenzen der zielorientierten Verhaltensbeeinflussung von Mitarbeitern Arbeitszufriedenheit und Arbeitsleistung - die Kriterien erfolgreicher Führung Führungstechniken - Gestaltungsregeln für Führungsaufgaben Führungsgrundsätze **Führen von Teams und Strategien der Konfliktbewältigung** Führung von Teams Konfliktbewältigung im Team Konfliktbewältigung bei ausgewählten Führungsproblemen Personalführung - Folgerungen und Ausblick **Gesprächsführung** Führen durch Gespräche Voraussetzungen für konstruktive Gespräche Arten von Mitarbeitergesprächen Das Gruppen- oder Teamgespräch
Voraussetzungen	Keine.
Modulbausteine	**FGI101 Studienbrief** Grundlagen der Personalführung mit **Onlineübung** **FGI102 Studienbrief** Motivation und Arbeitszufriedenheit mit **Onlineübung** **FGI103 Studienbrief** Führen von Teams und Strategien der Konfliktbewältigung mit **Onlineübung** **FGI104 Studienbrief** Gesprächsführung mit **Onlineübung**
Kompetenznachweis	Assignment
Lernaufwand	125 Stunden, 5 Leistungspunkte
Sprache	Deutsch
Häufigkeit	Jedes Semester
Dauer des Moduls	1 Semester

Verwendbarkeit	BA-IBC
Studienleitung	Prof. Dr. Wolfgang Bohlen

4-5	EKO04	Text analysis and text production

Kompetenzzuordnung	Kommunikation
Kompetenzziele	Analysing and explaining a definition of the term "text". Analysing the structure, the language and the function of a academic texts. Giving an explaining definition of style. Knowing important style principles of modern English. Realising topical and linguistic precision. Selecting appropriate vocabulary. Describing the mechanics of writing as a communicative, creative and productive activity. Highlighting the specific features of the most important types of academic texts. Applying a variety of methods for topical research. Knowing basic structural principles of texts. Describing options of proofreading academic texts.
Inhalt	**Language and text: Introduction to text comprehension and text production** Language - A complex matter Text reception - An initial approach Text production - An initial approach **Text comprehension: Goals and techniques of active reading** Literacy - Privilege and duty How to read Requirements of reading **Text production 1: Text patterns** Text types Mixed texts **Text production 2: Text style** The consistency of a text Linguistic devices in a text Best practices of style
Voraussetzungen	Englisch auf GER-Niveau C1
Modulbausteine	**Einführungsvideo in das Modul** **EKO401 Studienbrief** Language and text: Introduction to text comprehension and text production mit **Onlineübung** **EKO402 Studienbrief** Text comprehension: Goals and techniques of active reading mit **Onlineübung** **EKO403 Studienbrief** Text production 1: Text patterns mit **Onlineübung** **EKO404 Studienbrief** Text production 2: Text style mit **Onlineübung**
Kompetenznachweis	Assignment
Lernaufwand	125 Stunden, 5 Leistungspunkte
Sprache	Englisch
Häufigkeit	Jedes Semester
Dauer des Moduls	1 Semester
Verwendbarkeit	BA-FÜB-TE, BA-FÜB-WE, BA-IBC
Studienleitung	Prof. Dr. Verena Jung

4-6	ENC23	English for professional purposes C2

Kompetenzzuordnung	Kompetente Sprachverwendung
Kompetenzziele	Nach erfolgreicher Teilnahme am Modul ENC23 verstehen die Studierenden mühelos alle geschriebenen oder gesprochenen Texte. Sie drücken sich spontan, sehr flüssig und genau aus. Weiterhin machen sie auch bei komplexeren Sachverhalten feinere Bedeutungsnuancen deutlich. Überdies verfügen sie über gute Kenntnisse umgangssprachlicher und idiomatischer Wendungen. Sie beherrschen durchgängig die Grammatik.
Inhalt	**Themenbereiche** Menschen und Verhalten, Arbeitswelt, Umwelt, Politik, modernes Leben, Kultur, Technologie und Wissenschaften, Kunst und Unterhaltung **Lesen** Textverständnis, Textanalyse, Stil, Sprachebenen **Wortschatzarbeit** Zu den genannten Themenbereichen, Redewendungen, false friends **Grammatik** Wiederholung und Vertiefung der Grammatik auf fortgeschrittenem Niveau, speziell zu den Gebieten, die besondere Schwierigkeiten machen **Schreiben** Zusammenfassung, Bericht, allgemeiner und wissenschaftlicher Artikel, Aufsatz **Sprechen** Small talk, Präsentation, Ansprache, Meeting, Diskussion, Interview **Hörverständnisübungen**
Voraussetzungen	Englischkenntnisse auf Niveau C1
Modulbausteine	**Moduleinführungsvideo** **mp3-Datei** English for professional purposes C2 (Audio) Ergänzungen zu EN551-553 **EN551 Studienbrief** English for professional purposes C2 mit **Einsendeaufgaben** **Online-Content** Rosetta Stone: English C1: Situations: Client and Business Partner Relations, Presentations and Meetings IV, Product Presentation, Sales **EN552 Studienbrief** English for professional purposes C2 mit **Einsendeaufgaben** **EN553 Studienbrief** English for professional purposes C2 mit **Einsendeaufgaben** **mp3-Datei** English for professional purposes C2 (Audio) Ergänzungen zu EN554-556 **EN554 Studienbrief** English for professional purposes C2 mit **Einsendeaufgaben** **EN555 Studienbrief** English for professional purposes C2 mit **Einsendeaufgaben** **EN553 Studienbrief** English for professional purposes C2 mit **Einsendeaufgaben** freiwilliges **Präsenzseminar** **Onlinetutorium** (1 Stunde)
Kompetenznachweis	Klausur (2 Stunden)
Lernaufwand	125 Stunden, 5 Leistungspunkte
Sprache	Englisch

Häufigkeit	Jedes Semester
Dauer des Moduls	1 Semester
Verwendbarkeit	BA-FÜB-TE, BA-FÜB-TF, BA-FÜB-WF, BA-FÜB-WES, BA-FÜB-WE, BA-IBC, BA-IBC-TOU
Studienleitung	Prof. Dr. Verena Jung

Pflichtmodule des 5. Semesters

P20 Projekt

Kompetenzzuordnung	Instrumentelle Fertigkeiten
Kompetenzziele	Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls P15 können die Studierenden fachspezifisches Wissen und Verstehen auf berufspraktische Fragestellungen anwenden sowie Problemlösungen und Argumente im Fachgebiet erarbeiten und weiterentwickeln. Sie besitzen die Fähigkeit, komplexe Projekte selbständig weiterzuentwickeln. In der Planung und Leitung kleinerer Projekte wird die erworbene Handlungskompetenz der Studierenden deutlich. Ferner sind sie in der Lage, ein Projekt mit konkreten Zielvorgaben weitgehend eigenständig umzusetzen.
Inhalt	**Die Aktivierung dieses Moduls erfolgt durch das Prüfungsamt im Rahmen der Anmeldung und Genehmigung der Arbeit. Eine Aktivierung durch Sie selbst ist nicht möglich.** **Ziele des Moduls:** **Praxisphase, in der die Studierenden ein Projekt oder eine andere anspruchsvolle Schwerpunktaufgabe mit einem starken praktischen Anwendungsbezug aus dem Problembereich des Studiengangs bearbeiten.** **Projektbericht, der Thema, Ziel, Ablauf und Ergebnisse des Projekts bzw. der Schwerpunktaufgabe nach wissenschaftlichen Gesichtspunkten beschreibt und auswertet.**
Voraussetzungen	Die Praxisphase im Rahmen des Projektmoduls soll im Studiengang bis zum Abschluss des fünften Semesters abgeleistet werden. Vor Beginn der Praxisphase müssen die im Studien- und Prüfungsplan ausgewiesenen Module der ersten drei Semester erfolgreich abgeschlossen oder mindestens 90 ECTS erreicht worden sein.
Modulbausteine	Keine.
Kompetenznachweis	Projektbericht
Lernaufwand	500 Stunden, 20 Leistungspunkte
Sprache	Deutsch
Häufigkeit	Jedes Semester
Dauer des Moduls	1 Semester
Verwendbarkeit	BA-IBC-TOU
Studienleitung	Prof. Dr. Verena Jung

Pflichtmodule des 6. Semesters

B10 Abschlussprüfung

Kompetenzzuordnung	Instrumentelle Fertigkeiten
Kompetenzziele	Nach erfolgreicher Teilnahme am Modul B10 bearbeiten die Studierenden eigenständig eine komplexe Problemstellung aus einem Themenbereich des Studiengangs mit wissenschaftlichen Methoden in einem festgelegten Zeitraum. Sie sammeln, bewerten und interpretieren relevante Informationen und leiten daraus wissenschaftliche fundierte Urteile ab. Die Studierenden stellen Zusammenhänge des Prüfungsgebietes dar und ordnen spezielle Fragestellungen in diese Zusammenhänge ein.
Inhalt	**Selbstständige Bearbeitung einer Problemstellung aus einem gewählten Themenbereich in einem festgelegten Zeitraum. Lösen der Aufgabenstellung und Verfassen einer Studienabschlussarbeit (Bachelorarbeit) unter Anwendung wissenschaftlicher Methoden mit hohen inhaltlichen und formalen Anforderungen.**
Voraussetzungen	**Zur Bachelorarbeit wird zugelassen, wer das Projektmodul** erfolgreich abgeschlossen hat und die in der Studien- und Prüfungsordnung unter §7 Ab. 2 ausgewiesenen Voraussetzungen erfüllt.
Modulbausteine	Keine.
Kompetenznachweis	Bachelorarbeit
Lernaufwand	250 Stunden, 10 Leistungspunkte
Sprache	Deutsch
Häufigkeit	Jedes Semester
Dauer des Moduls	1 Semester
Verwendbarkeit	BA-IBC-TOU
Studienleitung	Prof. Dr. Verena Jung

Wahlpflichtmodule

Vertiefung 1: Translation und Mediation

V1-1 EUE22 Übersetzungsübung Englisch I

Kompetenzzuordnung	Instrumentelle Fertigkeiten
Kompetenzziele	Mit erfolgreichem Abschluss des Moduls EUE22 erlangen die Studierenden Verständnis der unterschiedlichen Satzstruktur und Wortbildungsstruktur des Englischen. Sie erarbeiten systematisch kontrastive wichtige englische Wortfelder. Die Studierenden erkennen Übersetzungsprobleme und können sprachlich und stilistische korrekt formulieren.
Inhalt	Kontrastive Analyse englischer und deutscher Satzstrukturen und Wortfelder; Übersetzen vom Deutschen ins Englische; Üben von Übersetzungsprozessen und -entscheidungen; Hilfsmittel und Recherchemöglichkeiten.
Voraussetzungen	Englischkenntnisse auf Niveau C1
Modulbausteine	**Fachbuch** Humphrey, Richard: Grundkurs Übersetzen Deutsch - Englisch mit **Einsendeaufgaben** **Seminar** (2 Tage)
Kompetenznachweis	Assignment
Lernaufwand	125 Stunden, 5 Leistungspunkte
Sprache	Englisch
Häufigkeit	Jedes Semester
Dauer des Moduls	1 Semester
Verwendbarkeit	BA-FÜB-TE, BA-FÜB-WE, BA-IBC
Studienleitung	Prof. Dr. Verena Jung

V1-2 EUE02 Übersetzen allgemeinsprachlicher Texte Englisch/Deutsch

Kompetenzzuordnung	Instrumentelle Fertigkeiten
Kompetenzziele	Nach erfolgreicher Teilnahme am Modul EUE02 beherrschen die Studierenden die Stilmittel zur sicheren Übersetzung allgemeiner Texte. Zudem können sie Hilfsmittel für die allgemeine Übersetzung anwenden.
Inhalt	**Übersetzen allgemeinsprachlicher Texte Englisch/Deutsch** General texts Natural sciences Social sciences The humanities Legal texts
Voraussetzungen	Englischkenntnisse auf Niveau C2 und Grundlagen der Übersetzungslehre Englisch/Deutsch
Modulbausteine	**Moduleinführungsvideo** **EUE201 Studienbrief** Übersetzen allgemeinsprachlicher Texte Englisch/Deutsch mit 10 **Einsendeaufgaben sowie** 8 **Prüfungstexte** Karlsruhe DT/EN bzw. EN/DT als Einsendeaufgaben **EUE202 Studienbrief** Übersetzen allgemeinsprachlicher Texte Deutsch/Englisch zwei Onlineseminare
Kompetenznachweis	Klausur (3 Stunden)
Lernaufwand	125 Stunden, 5 Leistungspunkte
Sprache	Englisch
Häufigkeit	Jedes Semester
Dauer des Moduls	1 Semester
Verwendbarkeit	BA-FÜB-TE, BA-FÜB-TF, BA-FÜB-WF, BA-FÜB-WES, BA-FÜB-WE, BA-IBC
Studienleitung	Prof. Dr. Verena Jung

V1-3 EUE03 Übersetzen von Wirtschaftstexten Englisch/Deutsch I

Kompetenzzuordnung	Instrumentelle Fertigkeiten
Kompetenzziele	Nach erfolgreicher Teilnahme am Modul EUE03 beherrschen die Studierenden Stilmittel wirtschaftsbezogener Texte und können Wirtschaftstexte sicher übersetzen. Zudem können sie Wirtschaftsfachterminologie in der Wirtschaftsübersetzung sicher einsetzen.
Inhalt	**Übersetzen von Wirtschaftstexten Englisch/Deutsch** Economic theories The domestic economy World trade Financial institutions Shares and currency dealing
Voraussetzungen	Englischkenntnisse auf Niveau C2 und Grundkenntnisse der Übersetzungslehre Englisch/Deutsch
Modulbausteine	**EUE301 Studienbrief** Übersetzen von Wirtschaftstexten Englisch/Deutsch mit 6 **Einsendeaufgaben** **EUE302 Studienbrief** Übersetzen von Texten der Unternehmenskommunikation mit 8 **Einsendeaufgaben** **Onlinetutorium** (1 Stunde) freiwilliges Präsenzseminar
Kompetenznachweis	Klausur (3 Stunden)
Lernaufwand	125 Stunden, 5 Leistungspunkte
Sprache	Deutsch / Englisch
Häufigkeit	Jedes Semester
Dauer des Moduls	1 Semester
Verwendbarkeit	BA-FÜB-WF, BA-FÜB-WES, BA-FÜB-WE, BA-IBC, MA-GMC
Studienleitung	Prof. Dr. Verena Jung

Vertiefung 2: Marketingmanagement

V2-1 MKG74 Strategisches Marketing für den Vertrieb

Kompetenzzuordnung	Wissensvertiefung
Kompetenzziele	Nach erfolgreicher Teilnahme am Modul MKG74 beschreiben die Studierenden aktuelle Herausforderungen, Grundlagen des Marketings und analysieren Marktsegmentierung sowie Abgrenzung von Geschäftsfeldern und übertragen diese auf Beispiele. Sie erklären Schritte und Elemente der Situationsanalyse und erkennen sowie schlagen Wettbewerbsvorteile vor. Weiterhin beherrschen sie grundlegende Strategieoptionen und leiten diese ab. Überdies lösen sie im Team ein konkretes strategisches Marketingproblem und präsentieren diese Lösung. Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls MKG74 verstehen die Studierenden prozessuale Schritte der Strategiebewertung und wenden diese an. Weiterhin beschreiben sie ganzheitliche Konzeptionsmodelle nach Meffert und Becker. Überdies verstehen sie Instrumentalstrategien und ordnen der passenden Marketingstrategie zu. Die Studierenden beschreiben Faktoren der langfristigen Kundenbindung und erklären Kernfaktoren der strategischen Marketingimplementierung. Sie verstehen die Grundlagen des strategischen Marketingcontrollings sowie das Konzept der Balanced-Scorecard (BSC).
Inhalt	**Grundlagen des strategischen Marketings** Aktuelle Herausforderungen im Marketing Wichtige Grundlagen des strategischen Marketings Abgrenzung von Märkten und Geschäftsfeldern **Informationen im Entwicklungsprozess** Situationsanalyse Entwicklung von strategischen Wettbewerbsvorteilen **Grundlegende Strategieoptionen und Konzeptionsmodelle im Marketing** Wettbewerbsorientierte Strategien Situationsabhängige Strategiealternativen im Marketing Bewertung und Auswahl Ganzheitliche Konzeptionsmodelle in der deutschsprachigen Literatur **Ausgestaltung der Marketingstrategie (Ebene der Instrumentalstrategien)** Produktstrategie Preisstrategie Distributionsstrategie und Supply Chain Management Kommunikationsstrategie **Umsetzung und Controlling für Marketingstrategien** Langfristige Kundenbeziehungen als strategisches Ziel Strategieimplementierung Strategiecontrolling
Voraussetzungen	Grundlagenkenntnisse in allgemeiner BWL und im Marketingmanagement
Modulbausteine	**MKG601 Studienbrief** Grundlagen des strategischen Marketings mit **Onlineübung** **MKG602 Studienbrief** Informationen im Entwicklungsprozess mit **Onlineübung** **MKG603 Studienbrief** Grundlegende Strategieoptionen und Konzeptionsmodelle im Marketing mit **Onlineübung** **MKG604 Studienbrief** Ausgestaltung der Marketingstrategie (Ebene der Instrumentalstrategien) mit **Onlineübung** **MKG605 Studienbrief** Umsetzung und Controlling für Marketingstrategien mit **Onlineübung** **Onlinetutorium** (1 Stunde)

Kompetenznachweis	Klausur (2 Stunden)
Lernaufwand	125 Stunden, 5 Leistungspunkte
Sprache	Deutsch
Häufigkeit	Jedes Semester
Dauer des Moduls	1 Semester
Verwendbarkeit	BA-IBC, BA-MVM, BE-WIW180, BE-WIW-PIM
Studienleitung	Prof. Dr. Daniel Markgraf

V2-2	MKG75	Marketinginstrumente für vertriebsorientierte Unternehmen

Kompetenzzuordnung	Wissensvertiefung
Kompetenzziele	Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls MKG 75 wenden die Studierenden auf Beispielunternehmen und -situationen abgestimmte Instrumente der Produkt-, Preis-, Distributions- und Kommunikationspolitik an (in Bezug auf Produktentwicklung, Sortiments-, Marken- und Verpackungsgestaltung, Preisbildung, Distributionsmanagement und Warenlogistik sowie Werbung, Verkaufsförderung, Öffentlichkeitsarbeit und Verkaufsmanagement).
Inhalt	**Produktpolitik und Programmpolitik** Überblick über das Marketinginstrumentarium Produkt- und Programmpolitik Verpackungspolitik Markenmanagement Kundendienst- und Servicepolitik **Preis- und Konditionenpolitik** Preispolitik Ziele und preispolitische Strategien Konditionenpolitik Preismanagement im Internet **Distributionspolitik** Konzeptionelle Grundlagen Akquisitorische Distributionspolitik Marketinglogistik **Planungsprozess und klassische Instrumente der Kommunikationspolitik** Bedeutung der Kommunikationspolitik Konzeptionelle Grundlagen Festlegung der Kommunikationsstrategie Werbung Public Relations Verkaufsförderung **Online-Kommunikation und moderne Instrumente der Marktkommunikation** Bedeutung der Online-Kommunikation und der modernen Instrumente der Marktkommunikation Online-Kommunikation Möglichkeiten der klassischen Online-Kommunikation Möglichkeiten des Social Media Marketing Kommunikation im Mobile Marketing Direktmarketing Sonstige Instrumente der Below-the-line-Kommunikation
Voraussetzungen	Keine.
Modulbausteine	**MKG301 Studienbrief** Produkt- und Programmpolitik mit **Onlineübung** **MKG302 Studienbrief** Preispolitik mit **Onlineübung** **MKG303 Studienbrief** Distributionspolitik mit **Onlineübung** **MKG304 Studienbrief** Planungsprozess und klassische Instrumente der Kommunikationspolitik mit **Onlineübung** **MKG305 Studienbrief** Online-Kommunikation und moderne Instrumente der Marktkommunikation mit **Onlineübung** **Onlinetutorium** (1 Stunde)
Kompetenznachweis	Klausur (1 Stunden)

Lernaufwand	125 Stunden, 5 Leistungspunkte
Sprache	Deutsch
Häufigkeit	Jedes Semester
Dauer des Moduls	1 Semester
Verwendbarkeit	BA-IBC, BA-MVM
Studienleitung	Prof. Dr. Daniel Markgraf

V2-3 MKG66 Marketing- Forschung

Kompetenzzuordnung	Wissensvertiefung
Kompetenzziele	Nach erfolgreicher Teilnahme am Module MKG66 verfügen die Studierenden über detailliertes Wissen hinsichtlich der Aufgabenstellung von Forschung im Marketing und über spezialisiertes Wissen hinsichtlich der Analyse des Verhaltens privater und institutioneller Käufer und deren Beweggründe sowie über vertieftes Verständnis der Analyse von Konkurrenten. Sie konzipieren und entwickeln Marketing-Forschungspläne für ein begrenztes Forschungsprojekt. Sie wählen für Fallaufgaben die richtige Erhebungsmethode und Stichprobengröße aus, werten erhobene Daten aus. Sie sind in der Lage die Endergebnisse zu interpretieren sowie zu präsentieren und kritisch zu reflektieren.
Inhalt	**Käuferverhalten** Die Bedeutung der Kundenzufriedenheit Aspekte des Käuferverhaltens Organisationales Beschaffungsverhalten **Grundlagen der Marketingforschung** Grundlagen zur Marketingforschung Festlegung des Informationsbedarfs Daten und Informationserhebung **Spezielle Methoden der Marketingforschung** Operationalisierung Auswahlverfahren Wahl des passenden Auswahlverfahrens Durchführung, Analyse und Aufbereitung der Daten und Informationen Interpretation und Präsentation Entscheidung **Integration von Praxiserfahrung und des ersten akademischen Abschlusses** Die weiterführende Integration bereits vorhandener Praxiserfahrung, die durch das Erststudium erworbenen akademischen Kenntnisse und Kompetenzen sowie die kritische Reflexion aktueller Praxiserfahrungen wird im Modul durch den Kompetenznachweis Assignment (Bezug zur Empirie/Fallbeispiel/Fallstudie) gewährleistet und unterstützt.
Voraussetzungen	Keine.
Modulbausteine	**MKG201 Studienbrief** Käuferverhalten **MKG202 Studienbrief** Grundlagen der Marketingforschung **MKG203 Studienbrief** Spezielle Methoden der Marketingforschung **Onlineübung** zu den Studienbriefen MKG201-203
Kompetenznachweis	Assignment
Lernaufwand	125 Stunden, 5 Leistungspunkte
Sprache	Deutsch
Häufigkeit	Jedes Semester
Dauer des Moduls	1 Semester
Verwendbarkeit	BA-BWL, BA-BWL-D, BA-IBC, BA-MVM, BS-ERW, BS-WIP, MBA-GMM, MBA-GMM2, MBA-GMM3
Studienleitung	Prof. Dr. Daniel Markgraf

Vertiefung 3: Personalmanagement und Leadership

V3-1 PER72 Mitarbeiterführung (Vertiefung)

Kompetenzzuordnung	Wissensvertiefung
Kompetenzziele	Nach erfolgreicher Teilnahme am Modul PER72 schätzen die Studierenden den Einfluss der führenden Person und der Führungssituation auf Führungserfolg ein und erläutern Rollenkonflikte von Führenden. Sie erarbeiten das Einarbeitungsprogramm für neue Mitarbeiter. Weiterhin decken sie in Beispielsituation Mitarbeitermotive auf und entwickeln daraus Vorschläge für die Gestaltung einer motivierenden Arbeitssituation und zur Verbesserung der Arbeitszufriedenheit. Die Studierenden setzen die Anerkennung und Kritik zur Förderung der Leistungsfähigkeit und -bereitschaft ein. Sie erläutern die Besonderheiten und Gesetzmäßigkeiten von Gruppen. Weiterhin plädieren sie in Beispielsituationen für Gruppen- bzw. Einzelarbeit. Überdies erläutern sie die typischen Schritte eines Teamentwicklungsprojekts und wenden dabei gebräuchliche Methoden in Beispielsituationen an. Die Studierenden erläutern die Probleme der Mitarbeiterführung in interkulturellen Arbeitsgruppen und beschreiben Methode und Prozess der Organisationsentwicklung. Überdies schlagen sie geeignete Inhalte und Schritte eines Führungskräftetrainings für Beispielsituation vor (Fach-, Methoden-, persönliche, kommunikative, soziale Kompetenz).
Inhalt	**Die Führungskraft: Persönlichkeit, Anforderungen und Entwicklung** Grundlagen der Führung Organisationsentwicklung für Führungskräfte Work-Life-Balance - Rollenprobleme von Führungskräften in der Berufs- und Privatsphäre Entwicklung und Training von Führungskräften **Beziehung Vorgesetzter/Mitarbeiter** Einarbeitung neuer Mitarbeiter Arbeitszufriedenheit Motivation von Mitarbeitern **Führung und Arbeit in Gruppen** Die Arbeitsgruppe Qualifikationen für die Gruppenarbeit: Teamentwicklungstraining Besondere Teams
Voraussetzungen	Grundlagen der Personalführung
Modulbausteine	**FGI201 Studienbrief** Die Führungskraft: Persönlichkeit, Anforderung und Entwicklung mit **Onlineübungen** **FGI202 Studienbrief** Beziehung Vorgesetzter/Mitarbeiter mit **Onlineübungen** **FGI203 Studienbrief** Führung und Arbeit in Gruppen mit **Onlineübungen** **Onlinetutorium** (1 Stunde)
Kompetenznachweis	Klausur (1 Stunden)
Lernaufwand	125 Stunden, 5 Leistungspunkte
Sprache	Deutsch
Häufigkeit	Jedes Semester
Dauer des Moduls	1 Semester
Verwendbarkeit	BA-BWL, BA-BWL-D, BA-DIT5, BA-DLC, BA-DLM, BA-IBC, BA-IBC-TOU, BA-IDG, BA-KIP, BA-MVM, BA-SPM, BS-WIP

V3-2 PER73 Cases in Leadership

Kompetenzzuordnung	Wissensvertiefung
Kompetenzziele	After the successful completion of module PER73 the students obtain an in-depth understanding of fundamental principles of leadership, based on a variety of business cases. They determine underlying circumstances of successful leadership and reflect consequences of their leadership in business. Furthermore they grasp the richness of leadership approaches and the complexity of leadership in business. The students derive success and failure factors of leadership. They get a better understanding of typical role conflicts in daily interaction in organizations and recognize the importance of communication as a central element of leadership. Furthermore the students estimate the sense of leadership during a transformational process and realize the daily challenges of leadership, based on a variety of business cases. They assess and practice successful team leadership. The students reflect special aspects of leadership, for example the significance of corporate culture and the complexity of change.
Inhalt	**Fundamental principles of leadership** Elements of leadership Leadership trait approach Leadership skill approach The situational approach to leadership **Specific aspects of leadership** Transformational leadership Team leadership Women and leadership Culture and leadership
Voraussetzungen	Englischkenntnisse auf Niveau C1; Grundlagen der Führung von Mitarbeitern
Modulbausteine	**Fachbuch** Rowe/Guerrero (Hrsg.): Cases in leadership
Kompetenznachweis	Assignment
Lernaufwand	125 Stunden, 5 Leistungspunkte
Sprache	Deutsch
Häufigkeit	Jedes Semester
Dauer des Moduls	1 Semester
Verwendbarkeit	BA-BWL, BA-BWL-D, BA-DLC, BA-DLM, BA-IBC, BA-IBC-TOU, BA-MVM, BA-SPM, BS-WIP
Studienleitung	Prof. Dr. Robert Rossberger

V3-3 FGI03 Leadership

Kompetenzzuordnung	Wissensvertiefung
Kompetenzziele	After the successful completion of module FGI03 the students gain in-depth leadership knowledge (staff and self management) to describe significant propositions and aspects of Anglo-Saxon leader-ship skills. The students estimate and handle the influence of gender mainstreaming in leadership situations. They give an explanation of the theory of diversity management and targeted choice of intercultural staff, effective choice and professional leadership of virtual teams. Furthermore they conduct internal and exteral win-win negotiations (how to negotiate effectively for business success). The students describe the problems in staff replacement. They recognise, motivate and involve the competence profile and potential of current staff (skill management). Furthermore they fill general staff and management vacancies. Empowerment: The students provide incentives for top-quality performance and high levels of staff satisfaction. They estimate their own leadership behavior (leadership performance test).
Inhalt	**Organizational Behavior** **Key questions of organizational behavior** **Characteristics of people in organizations** **Social judgement processes at the workplace** **Managerial decision-making** **Group dynamics and teamwork** **Power and politics in organizations** **Leadership and motivation** **Employee motivation: Leanings from the classical theories** **Self-Determination Theory** **The necessity and art of goal-setting** **What ist leadership? Basics and necessities** **The art of leadership: When does it work?** **Big theories, standard paradigms** **The limits of leadership** **Diversity and conflict management** **Diversity management: witnessing a merger of two debates** **Domestic diversity** **International or cultural diversity** **Resolving specific cultural diversity challenges** **Conflict management: types of conflicts and approaches to handle them**
Voraussetzungen	Englischkenntnisse auf Niveau B2 werden empfohlen; Grundlagen der Führung von Mitarbeitern
Modulbausteine	**PER608 Studienbrief** Organizational Behavior **mit Onlineübung** **PER609 Studienbrief** Leadership and motivation **mit Onlineübung** **PER610 Studienbrief** Diversity and conflict management **mit Onlineübung**
Kompetenznachweis	Assignment
Lernaufwand	125 Stunden, 5 Leistungspunkte
Sprache	Englisch
Häufigkeit	Jedes Semester
Dauer des Moduls	1 Semester
Verwendbarkeit	BA-BWL, BA-BWL-D, BA-DIT5, BA-DLC, BA-DLM, BA-GEM, BA-GEP, BA-IBC, BA-IBC-TOU, BA-IBW, BA-MVM, BA-PER, BA-PFM, BA-SOM, BA-SPM, BS-WIP, MA-PM, MBA-DML

Vertiefung 4: Wirtschaftssprache Französisch

V4-1 FWS20 La Langue d'économie

Kompetenzzuordnung	Wissensverbreiterung
Kompetenzziele	Nach erfolgreicher Teilnahme am Modul FWS20 können die Studierenden eine große Anzahl von Strukturen und Funktionen des Französischen sicher verwenden. Sie können Handels- und Wirtschaftsvokabular auf fortgeschrittenem Niveau im Rahmen internationaler Geschäftsverbindungen anwenden.
Inhalt	**Création et direction de l'entreprise** **Gestion des matieres et de la production** **La langue d'économie** **Comptabilité, investissement et financement** **Wiederholung und Vertiefung der französischen Grundgrammatik; Handels- und Wirtschaftsvokabular auf fortgeschrittenem Niveau.**
Voraussetzungen	Französischkenntnisse auf Niveau B2
Modulbausteine	**FWS101 Studienbrief** Création et direction de l'entreprise **FWS102 Studienbrief** Gestion des matieres et de la production **Online-Content Rosetta Stone Français C1:** Situations: Tous sujets; toutes compétences; Vidéos: Culture et Société, Politique et Économie **FWS103 Studienbrief** La langue d'économie **FWS104 Studienbrief** Comptabilité, investissement et financement **Onlineübung** zu den **Studienbriefen FWS101-104**
Kompetenznachweis	Klausur (2 Stunden)
Lernaufwand	125 Stunden, 5 Leistungspunkte
Sprache	Französisch
Häufigkeit	Jedes Semester
Dauer des Moduls	1 Semester
Verwendbarkeit	BA-FÜB-WFR, BA-IBC, BA-IBC-TOU
Studienleitung	Brigitte Souveton-Reichel

V4-2 FLK02 Études de la France

Kompetenzzuordnung	Wissensvertiefung
Kompetenzziele	Nach erfolgreicher Teilnahme am Modul FLK02 kennen die Studierenden die staatlichen Einrichtungen, die Rechtsordnung und die geschichtlichen, geografischen, politischen, wirtschaftlichen und kulturellen Verhältnisse des französischen Sprachraums.
Inhalt	**Géographie physique, administrative et économique de la France** **Les visages de la France** **Les différentes régions de la France** **La vie économique de la France** **Les espaces productifs** **Histoire, systemes politique et juridique de la France** **L'évolution historique de la France** **L'historie contemporaine (de 1789 a nos jours)** **La France et l'Union européenne** **Le systeme politique en France sous la Ve République** **Les français: origines, langue et religion(s)** **La population française** **La société** **La langue française** **Les religions en France** **Éducation, culture et loisirs en France** **Le systeme éducatif français** **Les médias en France** **La vie artistique et culturelle** **Les loisirs en France** **Un tour de France**
Voraussetzungen	Französischkenntnisse auf Niveau C1
Modulbausteine	**Moduleinführungsvideo** **FLK101 Studienbrief** Géographie physique, administrative et économique de la France **mit Einsendeaufgabe** **FLK102 Studienbrief** Histoire, systemes politique et juridique de la France **mit Einsendeaufgabe** **Online-Content Rosetta Stone: Français C1: Vidéos**: Culture et Société **FLK103 Studienbrief** Les français: origines, langue et religion(s**) mit Einsendeaufgabe** **FLK104 Studienbrief** Éducation, culture et loisirs en France **mit Einsendeaufgabe** **FLKA106-EL** Un tour de France
Kompetenznachweis	Assignment
Lernaufwand	125 Stunden, 5 Leistungspunkte
Sprache	Französisch
Häufigkeit	Jedes Semester
Dauer des Moduls	1 Semester
Verwendbarkeit	BA-IBC, BA-IBC-TOU
Studienleitung	Brigitte Souveton-Reichel

V4-3 FKO02 Correspondance commerciale

Kompetenzzuordnung	Instrumentelle Fertigkeiten
Kompetenzziele	Nach erfolgreicher Teilnahme am Modul FKO02 können die Studierenden Geschäftskorrespondenz sicher führen. Zudem beherrschen sie die Gepflogenheiten und Auswertung schriftlicher Bürokommunikation.
Inhalt	**Organisation de réunions, confirmations et offres commerciales** **La correspondance commerciale** **Les courriels** **L'organisation de réunions d'affaires et de conférences** **Demandes de renseignements, offres et contre-propositions** **Commandes, facturation et lettres de rappel** **Commandes, accusés de réception de commandes, avis d'expédition** **La facturation, le relevé de compte, les modes de paiement** **Lettres de rappel et prorogation d'échéance** **Transports, livraison et réclamations** **Emballages, transports et assurances** **Livraison et retards de livraison** **Réclamations et repondre aux réclamations** **Banques, lettres de candidature et demandes de renseignements** **Banque et paiements** **Lettre de motivation et curriculum vitae** **Les demandes de renseignements et les demandes de références**
Voraussetzungen	Französischkenntnisse auf Niveau B2
Modulbausteine	**FKO201 Studienbrief Organisation** des réunions, confirmations et offres commerciales **mit Einsendeaufgabe** **FKO202 Studienbrief** Commandes, facturation et lettres de rappel **mit Einsendeaufgabe** **FKO203 Studienbrief** Transports, livraison et réclamations **mit Einsendeaufgabe** **FKO204 Studienbrief** Banques, lettres de candidature et demandes de renseignements **mit Einsendeaufgabe**
Kompetenznachweis	Klausur (2 Stunden)
Lernaufwand	150 Stunden, 5 Leistungspunkte
Sprache	Deutsch
Häufigkeit	Jedes Semester
Dauer des Moduls	1 Semester
Verwendbarkeit	BA-FÜB-WFR, BA-IBC, BA-IBC-TOU
Studienleitung	Brigitte Souveton-Reichel

Vertiefung 5: Wirtschaftssprache Spanisch

V5-1 SWS20 La lengua económica

Kompetenzzuordnung	Wissensverbreiterung
Kompetenzziele	Nach erfolgreicher Teilnahme am Modul SWS20 können die Studierenden spanisches Handels- und Wirtschaftsvokabular sowie adäquate Redemittel und Strukturen auf fortgeschrittenem Niveau im Rahmen internationaler Geschäftsverbindungen sicher anwenden.
Inhalt	**La empresa** **La gestión de materiales y de la producción** **Marketing y recursos humanos** **Contabilidad, inversiones y finanzas** **Wiederholung und Vertiefung der spanischen Grundgrammatik anhand zahlreicher Beispiele und Übungen** **Handels- und Wirtschaftsvokabular auf fortgeschrittenem Niveau für die Anwendung im Rahmen internationaler Geschäftsverbindungen**
Voraussetzungen	Spanischkenntnisse auf Niveau B2
Modulbausteine	**SWS101 Studienbrief** La empresa **mit Onlineübung** **SWS102 Studienbrief** La gestión de materiales y de la **producción mit Onlineübung** **Online-Content Rosetta** Stone: C1: Situaciones: Todos los temas, todas las competencias; Vídeos: Cultura y sociedad, Poítica y economía **SWS103 Studienbrief** Marketing y recursos humanos **mit Onlineübung** **SWS104 Studienbrief** Contabilidad, inversiones y finanzas **mit Onlineübung**
Kompetenznachweis	Klausur (2 Stunden)
Lernaufwand	125 Stunden, 5 Leistungspunkte
Sprache	Spanisch
Häufigkeit	Jedes Semester
Dauer des Moduls	1 Semester
Verwendbarkeit	BA-FÜB-WSP, BA-IBC, BA-IBC-TOU
Studienleitung	Brigitte Souveton-Reichel

V5-2	SPL02	Estudios de España e Hispanoamérica

Kompetenzzuordnung	Wissensvertiefung
Kompetenzziele	Nach erfolgreicher Teilnahme am Modul SPL02 verfügen die Studierenden über Kenntnis der staatlichen Einrichtungen, der Rechtsordnung und der geschichtlichen, geografischen, politischen, wirtschaftlichen und kulturellen Verhältnisse des spanischen Sprachraums.
Inhalt	**Espana: Su historia** **De Iberia a la Espana medieval** **Espana - del siglo XVI al fin del siglo XIX** **La Espana del siglo XX y el fin de la era de Franco** **Estudios de Espana e Hispanoamérica** **La Espana democrática** **Desarrollo económico y social de la nueva Espana** **Geografía de Espana** **Espana a comienzos del siglo XXI** **Panorama político** **La economía espanola** **La sociedad espanola** **La cultura contemporánea** **Hispanoamérica: Su geografía y su historia** **Iberoamérica, Latinoamérica, Hispanoamérica?** **Hispanoamérica, su geografía y su gente** **América Precolombina** **Descubrimiento y conquista** **Hispanoamérica: De la independencia a las crisis políticas y económicas del siglo XX** **La formación de la identidad latinoamericana** **Hispanoamérica en el Siglo XX: entre la frustración y la esperanza** **La crisis de 29 y los militarismos y nacionalismos populistas** **La evolución política hasta los anos 80** **Las crisis económicas y la integración regional** **Las bases de la economía** **Diversidad e integración étnicas: la situación hacia finales de siglo** **La evolución cultural hasta los anos ochenta** **Hispanoamérica contemporánea ante los antiguos y los nuevos retos** **Hispanoamérica a finales del siglo XX** **La Cumbre Iberoamericana: foro para el diálogo entre los antiguos imperios coloniales y las antiguas colonias** **La economía latinoamericana en los anos '90** **Los inicios del siglo XXI - Panorama político** **La economía en los inicios del milenio** **La nueva izquierda latinoamericana** **Panorama social** **Panorama cultural**
Voraussetzungen	Spanischkenntnisse auf Niveau C1
Modulbausteine	**SPL101 Studienbrief** Estudios de Espana e Hispanoamérica **mit Einsendeaufgaben** **SPL102 Studienbrief** Los anos que cambiaron Espana **mit Einsendeaufgaben** **SPL103 Studienbrief** Espana a comienzos del siglo XXI **mit Einsendeaufgaben** Online-Content Rosetta Stone: Videos: Cultura y sociedad **SPL104 Studienbrief Hispanoamérica:** Su geografia y su historia **mit Einsendeaufgaben** **SPL105 Studienbrief Hispanoamérica**: De la Independencia a las crisis

	políticas y económicas del siglo XX **mit Einsendeaufgaben** **SPL106 Studienbrief Hispanoamérica** contemporánea ante los antiguos y nuevos retos **mit Einsendeaufgaben**
Kompetenznachweis	Assignment
Lernaufwand	125 Stunden, 5 Leistungspunkte
Sprache	Spanisch
Häufigkeit	Jedes Semester
Dauer des Moduls	1 Semester
Verwendbarkeit	BA-IBC, BA-IBC-TOU
Studienleitung	Brigitte Souveton-Reichel

V5-3 SKO02 Correspondencia comercial

Kompetenzzuordnung	Instrumentelle Fertigkeiten
Kompetenzziele	Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls SKO02 kennen die Studierenden Form und Layout spanischer Geschäftsbriefe. Sie holen Angebote ein, erstellen selbst Angebote, geben Bestellungen auf und bestätigen Aufträge. Weiterhin können sie Mahnschreiben erstellen sowie die Korrespondenz im Zusammenhang mit Verpackung, Lieferung und Versicherung führen. Überdies verfassen sie Beschwerden und verfassen Antworten auf Beschwerden. Die Studierenden beherrschen den Wortschatz zur Organisation von Meetings und Konferenzen und schreiben spanische Bewerbungen sowie Lebensläufe. Sie werten geschäftliche Informationen (Aktennotizen, E-Mail, Telefax) aus sowie beherrschen die spanische Kommunikation per E-Mail, indem sie formelle und informelle Anfragen stellen. Die Studierenden können Antworten auf Informationsanfragen formulieren, Verabredungen bestätigen und verändern, Akronyme und Abkürzungen richtig verwenden.
Inhalt	**Cortesía, eventos y ofertas comerciales** **La correspondencia comercial** **Cortesía commercial y cartas de confirmación** **Presentaciones de productos, congresos y ferias** **Solicitud de oferta, ofertas y contraofertas** **Pedidos, facturación y demora en el pago** **Pedidos, confirmaciones, avisos de envío** **La facturación y el pago** **Demora en el pago: reclamaciones por demora en el pago** **Diferencias en el léxico del espanol de América y de Espana** **El transporte, el envío y reclamaciones** **El embalaje, el transporte y el seguro** **El envío, demoras en la entrega** **Reclamaciones** **Servicios bancarios, solicitud de empleo e informes comerciales** **Los servicios bancarios y el pago** **La solicitud de empleo** **Informes comerciales** **Apuntes de gramática: los verbos con preposición** **Correo electrónico**
Voraussetzungen	Spanischkenntnisse auf Niveau B2
Modulbausteine	**SKO201 Studienbrief** Cortesía, eventos y ofertas comerciales **mit Einsendeaufgabe** **SKO202 Studienbrief** Pedidos, facturación y demora en el pago **mit Einsendeaufgabe** **SKO203 Studienbrief** El transporte, el envío y reclamaciones **mit Einsendeaufgabe** **SKO204 Studienbrief** Servicios bancarios, solicitud de empleo e informes comerciales **mit Einsendeaufgabe** **SKO105-VH Studienbrief** Correo electrónico **mit Onlineübung**
Kompetenznachweis	Klausur (2 Stunden)
Lernaufwand	125 Stunden, 5 Leistungspunkte
Sprache	Spanisch
Häufigkeit	Jedes Semester
Dauer des Moduls	1 Semester

Verwendbarkeit	BA-FÜB-WSP, BA-IBC, BA-IBC-TOU
Studienleitung	Brigitte Souveton-Reichel

Vertiefung 6: Einführung ins Tourismusmanagement

V6-1 TOU30 Dienstleistungsmanagement im Tourismus

Kompetenzzuordnung	Wissensverbreiterung
Kompetenzziele	Nach erfolgreicher Teilnahme am Modul TOU30 kennen und verstehen die Studierenden Bedeutung und Besonderheiten von Dienstleistungen und Dienstleistungsmärkten. Sie begreifen einfache Zusammenhänge aus unterschiedlichen Perspektiven und erkennen grundlegende Anforderungen an das Dienstleistungsmanagement. Die Studierenden können Phasen des Kundenlebenszyklus definieren und interpretieren und können Möglichkeiten zur Optimierung der touristischen Wertschöpfungskette kontextadäquat entwickeln. Sie kennen Faktoren der Kundenzufriedenheit im Tourismus und können situationsadäquat Empfehlungen zur Steigerung entwickeln. Des Weiteren kennen sie Instrumente des CRM im Tourismus und können sie analysieren und situationsadäquat auswählen und kombinieren. Die Studierenden kennen Maßnahmen zur Entwicklung von Kunden zu Stammkunden und können diese analysieren und entwickeln. Zudem kennen sie Verkaufsmodelle für den Bereich Tourismus und können diese beschreiben. Sie sind in der Lage, das erlernte Wissen auf konkrete Situationen und Fälle aus der Praxis anzuwenden.
Inhalt	**Einführungen in Besonderheiten von Dienstleistungen** Bedeutungsgrad des Dienstleistungssektors Begriff und Definition des Terminus Dienstleistung Dienstleistungsbegriff in der Betriebswirtschaftslehre Systematisierung von Dienstleistungen Ausgewählte Formen der Dienstleistungserbringung Dienstleistungskultur **Produktivität und Produktivitätsmanagement** Produktion von Dienstleistungen Relevanz der Integrativität Entwicklung und Relevanz des Dienstleistungssektors Ausgewählte Erklärungsansätze der ökonomischen und soziologischen Theorien zum Wandel zur Dienstleistungsgesellschaft Relevanz des Dienstleistungssektors Internationalisierung im Dienstleistungsbereich Entwicklungstendenzen im Dienstleistungsbereich Aufgaben und Funktionen des Dienstleistungsmanagements **Grundlagen des Dienstleistungsmanagements** Ziele im Dienstleistungsmanagement Strategien des Dienstleistungsmanagements Weitere Aufgaben des Dienstleistungsmanagements Kundenorientierung im Dienstleistungsmanagement Customer-Relationship-Management bei Dienstleistern Kundenverhalten im Dienstleistungsbereich **Kundenwertmanagement** Kundenorientiertes Beschwerdemanagement Kundenorientiertes Personalmanagement Kundenorientierte Dienstleistungsinnovationen Exkurs: Produktbegleitende Dienstleistungen und Kundendienst Kundenorientierung und Kundenservice in der Touristik Kundenservice und Kundenzufriedenheit als zentrale Elemente der Kundenorientierung **Erfolgsfaktoren zur Entwicklung eines systematischen Kundenbeziehungs- und Kundenerlebnismanagements** Customer Decision Chain und Closed Loop Prinzip als Meta-Prozess im Kundenbindungsmanagement Customer-Journey-Analyse: Steigerung der Werbeeffizienz und Kundenorientierung

Voraussetzungen	Keine.
Modulbausteine	**DLM201 Studienbrief** Einführung in Besonderheiten von Dienstleistungen **mit Onlineübung** **DLM202 Studienbrief** Entwicklung und Relevanz des Dienstleistungssektors **mit Onlineübung** **DLM203 Studienbrief** Aufgaben und Funktionen des Dienstleistungsmanagements **mit Onlineübung** **DLM204 Studienbrief** Kundenorientierung im Dienstleistungsmanagement **mit Onlineübung** **Fachbuch** Ratajczak, Oliver; Jockwer, Axel (Hrsg.): Kundenorientierung und Kundenservice in der Touristik mit **TOU203-BH Begleitheft und Onlineübung** **Onlinetutorium (1 Stunde)**
Kompetenznachweis	Klausur (1,5 Stunden)
Lernaufwand	125 Stunden, 5 Leistungspunkte
Sprache	Deutsch
Häufigkeit	Jedes Semester
Dauer des Moduls	1 Semester
Verwendbarkeit	BA-IBC-TOU
Studienleitung	Prof. Dr. Verena Jung

V6-2 TOU31 Tourismusmanagement

Kompetenzzuordnung	Wissensverbreiterung
Kompetenzziele	Nach erfolgreicher Teilnahme am Modul TOU31 können die Studierenden Tourismusmanagement und weitere zentrale Begriffe im Kontext der Tourismuswirtschaft definieren und voneinander abgrenzen. Sie sind in der Lage, grundlegende Kenntnisse über die tourismusrelevanten Makro-Systeme und Märkte darzustellen. Des Weiteren können sie vertiefte Kenntnisse über die Akteure und die Branchenstruktur darlegen. Die Studierenden können Charakteristika der touristischen Leistung darlegen und analysieren und Modelle der wissenschaftlichen Disziplin anwenden. Zudem sind sie in der Lage, Nachfrager und Anbieter im Tourismus zu analysieren und können Leistungsträger im Hinblick auf die touristische Wertschöpfungskette untersuchen unter Bezug auf die relevanten Teilmärkte.
Inhalt	**Definitionen, Entwicklungen, Verortungen und Modelle** Charakteristika des Tourismus und der Besucher Reisen gestern, heute und morgen Wissenschaftliche Situierung und Paradigmen **Grundmodelle im Tourismus** Touristische Nachfrageseite Exemplarische Einteilungsformen der touristischen Nachfrage Reiseentscheidungs- und Informationsprozesse Touristische Angebotsseite Touristische Leistungsbündel **Beherbergungswesen** Transportwesen Reiseveranstalter Reisemittler **Touristische Märkte** Ausgewählte volkswirtschaftliche Aspekte Ausgewählte betriebswirtschaftliche Aspekte
Voraussetzungen	Keine.
Modulbausteine	**Fachbuch** Freyer, Walter (Hrsg.): Tourismus. Einführung in die Fremdenverkehrsökonomie mit **TOU204-BH Begleitheft und Onlineübung** **Onlinetutorium (1 Stunde)**
Kompetenznachweis	Klausur (2 Stunden)
Lernaufwand	125 Stunden, 5 Leistungspunkte
Sprache	Deutsch
Häufigkeit	Jedes Semester
Dauer des Moduls	1 Semester
Verwendbarkeit	BA-IBC-TOU
Studienleitung	Prof. Dr. Verena Jung

V6-3	KOM24	Psychologie und Kommunikation im Tourismus

Kompetenzzuordnung	Wissensverbreiterung
Kompetenzziele	Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls KOM24 kennen die Studierenden die Grundlagen der Tourismuspsychologie. Sie können touristische Leistungen aus Kundensicht darstellen, vergleichen, analysieren, bewerten und weiterentwickeln. Weiterhin stellen sie Faktoren des effizienten touristischen Marketings dar sowie können diese analysieren. Sie können Vor- und Nachteile der Reisevermittler aus Kundensicht darstellen, vergleichen und bewerten. Die Studierenden definieren Charakteristika der Reiseberatung und stellen die Wirkung des Reisevermittlers auf den Kunden dar. Sie stellen Faktoren des effizienten touristischen Marketings dar und analysieren diese. Weiterhin können sie Vor- und Nachteile der Reisevermittler aus Kundensicht darstellen, vergleichen und bewerten sowie die Charakteristika der Reiseberatung definieren und die Wirkung des Reisevermittlers auf den Kunden darstellen. Nach erfolgreicher Teilnahme am Modul KOM24 stellen die Studierenden die Faktoren der Reiseentscheidung als Prozess dar, analysieren diese und erörtern die Lenkungs- und Einflussmöglichkeiten. Weiterhin stellen sie Ängste und Verhaltensauffälligkeiten bei Reisen dar und entwickeln Unterstützungsmöglichkeiten. Überdies kennen und erörtern sie spezifische Aspekte der Gästebetreuung. Die Studierenden kennen psychologische Aspekte des Führungsmanagements in touristischen Unternehmen und analysieren diese im Kontext. Sie kennen und analysieren Einflussfaktoren der Kommunikation auf die Erwartungshaltung der Kunden und erläutern Instrumente zur situationsadäquaten Kommunikation mit den Kunden zur Steigerung der Kundenzufriedenheit sowie wenden sie an. Darüber hinaus wenden sie das erlernte Wissen auf konkrete Situationen und Fälle aus der Praxis an.
Inhalt	**Grundlagen der Tourismuspsychologie** Reisen und touristische Leistungen aus Kundensicht Reisepreis, touristische Marken, Desti**nationsimage, Reisetrends** **Touristisches Marketing** Wahrnehmung, Werbewirkung, touristische Informations- und Werbemedien, Werbegestaltung, Push-Werbestrategie im Tourismus Reisebüro aus Kundensicht Stationäres vs. Online-Reisebüro, mobile Reisemittler, Fachmessen Reiseberatung und Reisedarbietung Reisekunde, Beratungsgespräch, Wirkung des Reisemittlers auf den Kunden **Faktoren der Reiseentscheidung** Reiseentscheidung als Prozess, Lenkungs- und Einflussmöglichkeiten Ängste und Verhaltensauffälligkeiten bei Reisen und Urlaubsaufenthalten Arten von Störungen und Ängsten, Krisenintervention und Unterstützung Spezifische Aspekte der Gästebetreuung **Psychologische Aspekte des Führungsmanagements in touristischen Unternehmen** Kundenorientierung und Kundenservice in der Touristik Macht der Kommunikation über Kundenservice und -zufriedenheit in der Touristik Kundenkommunikation: Situation erkennen - Erwartungen und Wünsche erfüllen
Voraussetzungen	Keine.
Modulbausteine	**Fachbuch** Herrmann, Hans-Peter: Tourismuspsychologie **Fachbuch** Ratajczak, Oliver; Jockwer, Axel (Hrsg.): Kundenorientierung und Kundenservice in der Touri**stik** **KOM109-BH** Begleitheft **mit Onlineübung**

Kompetenznachweis	Assignment
Lernaufwand	125 Stunden, 5 Leistungspunkte
Sprache	Deutsch
Häufigkeit	Jedes Semester
Dauer des Moduls	1 Semester
Verwendbarkeit	BA-IBC-TOU
Studienleitung	Prof. Dr. Gardenia Alonso

Vertiefung 7: Marketingmanagement im Tourismus

V7-1 TOU63 Tourismusmarketing

Kompetenzzuordnung	Wissensverbreiterung
Kompetenzziele	Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls TOU63 können die Studierenden theoretische Grundlagen und Besonderheiten des Marketings im Tourismus verstehen, reflektieren und anwenden, d.h. den touristischen Markt, seine Akteure und Produkte/Dienstleistungen verstehen und analysieren. Sie können das Integrierte Marketing und den Marketing-Mix in Bezug auf den Tourismus verstehen, reflektieren und gestalten. Des Weiteren verstehen und reflektieren sie die Spezifika des touristischen Dienstleistungsmarketing und verstehen den Ansatz und die Instrumente des Kundenbeziehungsmanagements. Die Studierenden können den Stellenwert der Digitalisierung und des Internets für den Tourismus bewerten. Zudem verstehen, definieren und reflektieren sie die Charakteristika und die Bedeutung des digitalen Marketings für den Tourismus. Sie sind in der Lage erlerntes Fachwissen auf konkrete branchenspezifische Situationen und Fälle aus der Praxis anzuwenden.
Inhalt	**Wirtschaftszweig Tourismus** Das Phänomen Tourismus Die touristischen Akteure, ihre Märkte und Produkte **Grundlagen und Besonderheiten des touristischen Marketings** **Marketing-Mix im Tourismus** Tourismusmarketing als spezielles Dienstleistungsmarketing Merkmale des Marketings von touristischen Dienstleistungen Besonderheiten des Dienstleistungsmarketing sowie Prinzipien von Dienstleistungen auf dem touristischen Markt Integriertes Marketing **Marketinganalysen im Tourismus** Digitales Marketing im Tourismus Einfluss der Digitalisierung und des Internet auf die Vermarktung touristischer Produkte und Dienstleistungen Online Marketing im Tourismus Social Media Marketing und Management im Tourismus
Voraussetzungen	Keine.
Modulbausteine	**E-Book** Hinterholzer, Thomas; Jooss, Mario: Social Media Marketing und -Management im Tourismus, Berlin Heidelberg 2013**.** **E-Book** Freyer: Tourismus-Marketing, 2011 **TOU604-BH Begleitheft**
Kompetenznachweis	Assignment
Lernaufwand	125 Stunden, 5 Leistungspunkte
Sprache	Deutsch
Häufigkeit	Jedes Semester
Dauer des Moduls	1 Semester
Verwendbarkeit	BA-IBC-TOU
Studienleitung	Prof. Dr. Verena Jung

V7-2	DLM40	Persönlicher Verkauf in der Dienstleistung

Kompetenzzuordnung	Kommunikation
Kompetenzziele	Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls DLM40 kennen und verstehen die Studierenden verschiedene Methoden des Verkaufens und können sie situativ einbinden. Weiterhin können sie Anforderungen des Unternehmens mit den Bedürfnissen der Kunden abgleichen und in Einklang bringen (Kurzfrist- vs. Langfristorientierung).
Inhalt	**Grundlagen des persönlichen Verkaufs im Dienstleistungssektor** Klärung themenrelevanter Begriffe Theoretische Ansätze für professionelle Verkaufsgespräche Bedeutende Charaktertypologien Optimierungschancen und -möglichkeiten für das persönliche Gespräch Zur Motivation des Verkaufsgesprächs in der Dienstleistung Zur Kommunikation im Dienstleistungsverkaufsgespräch Visualisierung der Verkäufer-Kunde-Beziehung und Bewertung der Kundenzufriedenheit Serviceorientierte Mitarbeiter als Erfolgsfaktor im persönlichen Verkauf von Dienstleistungen Front-Office-Mitarbeiter als Visitenkarte eines Dienstleisters Service-Empowerment der Mitarbeiter **Customer- und Employee-Relationship-Management** Kundenorientierte Beratungs- und Verkaufsgespräche im Dienstleistungssektor Zum Kontext eines Beratungs- und Verkaufsgesprächs Bemerkungen zum Aspekt Kundenorientierung Überblick zu den Stufen und Phasen des Beratungs- bzw. Verkaufsgesprächs Vorbereitungsphase für ein Beratungs- und Verkaufsgespräch Kontaktphase eines Beratungs- und Verkaufsgespräches Bedarfsermittlungsphase Angebotsphase Phase der Beratungs- und Verkaufsargumentation Phase der Herbeiführung des Vertragsabschlusses Phase der Verabschiedung des Kunden Phase der Nachbereitung Praxisbeispiele Umgang mit Ideen und Beschwerden **Grundlagen und Begriffe** Beschwerdestimulierung und Beschwerdeannahme Beschwerdebearbeitung Beschwerdereaktion
Voraussetzungen	Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre
Modulbausteine	**DLW409 Studienbrief** Grundlagen des persönlichen Verkaufs im Dienstleistungssektor **mit Onlineübung** **DLW410 Studienbrief** Serviceorientierte Mitarbeiter als Erfolgsfaktor im persönlichen Verkauf von Dienstleistungen **mit Onlineübung** **DLW411 Studienbrief** Kundenorientierte Beratungs- und Verkaufsgespräche im Dienstleistungssektor **mit Onlineübung** **DLW412 Studienbrief** Umgang mit Ideen und Beschwerden **mit Onlineübung**
Kompetenznachweis	Assignment
Lernaufwand	125 Stunden, 5 Leistungspunkte

Sprache	Deutsch
Häufigkeit	Jedes Semester
Dauer des Moduls	1 Semester
Verwendbarkeit	BA-BWL, BA-BWL-D, BA-DLM, BA-IBC-TOU, BA-SPM
Studienleitung	Prof. Dr. Torsten Olderog

V7-3	DLM23	Marketing und Kundenbeziehungsmanagement für Dienstleistungsunternehmen

Kompetenzzuordnung	Wissensverbreiterung
Kompetenzziele	Nach erfolgreicher Teilnahme verstehen die Studierenden Grundlagen des Marketings für Dienstleistungsunternehmen. Sie gestalten Marketing im Kontext von Dienstleistungen. Zudem erklären und verstehen sie den Ansatz und die Instrumente des Kundenbeziehungsmanagements (insb. Beschwerdemanagement).
Inhalt	**Einführung in das DL-Marketing** Bedeutung und Charakteristika von Dienstleistungen Strategisches Dienstleistungsmarketing Service Profit Chain als konzeptioneller Rahmen des Dienstleistungsmarketing Leistungspolitik Preispolitik Distributionspolitik Kommunikationspolitik Management und Kundenbeziehungsmanagement für Dienstleistungsunternehmen **Grundlagen des Relationship Marketing** Die Kundenwertanalyse Ausgestaltung eines beziehungszyklusorientierten Kundenbindungsmanagements in Dienstleistungsunternehmen Kundenrückgewinnungsmanagement Leistungs-, Preis-, Distributions- und Kommunikationspolitik im Dienstleistungsmanagement Leistungspolitik Preispolitik Distributionspolitik Kommunikationspolitik Personal-, Prozess-, und Ausstattungspolitik im Dienstleistungsmanagement Personalpolitik Prozesspolitik Physical Facilities von Dienstleistungen **Qualitätsmanagement, Controlling und Internationales Dienstleistungsmarketing** Qualität Controlling Internationalisierung von Dienstleistungen
Voraussetzungen	Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre
Modulbausteine	**DLM213 Studienbrief** Einführung Dienstleistungsmarketing **mit Onlineübung** **DLM214 Studienbrief** Management und Kundenbeziehungsmanagement für Dienstleistungsunternehmen **mit Onlineübung** **DLM215 Studienbrief** Leistungs-, Preis-, Distributions- und Kommunikationspolitik im Dienstleistungsmanagement **mit Onlineübung** **DLM216 Studienbrief** Personal-, Prozess-, und Ausstattungspolitik im Dienstleistungsmanagement **mit Onlineübung** **DLM217 Studienbrief** Qualitätsmanagement, Controlling und Internationales Dienstleistungsmarketing **mit Onlineübung** **Onlinetutorium** (1 Stunde)

Kompetenznachweis	Klausur (1 Stunde)
Lernaufwand	125 Stunden, 5 Leistungspunkte
Sprache	Deutsch
Häufigkeit	Jedes Semester
Dauer des Moduls	1 Semester
Verwendbarkeit	BA-IBC-TOU, BA-MVM, BA-SPM
Studienleitung	Prof. Dr. Torsten Olderog

Vertiefung 8: Praxisfelder, Herausforderung und Perspektiven im Tourismus

V8-1 TOU60 Hotelmanagement

Kompetenzzuordnung	Wissensverbreiterung
Kompetenzziele	Nach erfolgreicher Teilnahme am Modul TOU60 sind die Studierenden in der Lage, die Hotellerie und das Hotelmanagement in den Kontext des Tourismusmanagements einzuordnen. Sie können Charakteristika in der Hotellerie benennen und nach Betriebsart, Leistungsangebot, Standort, Größe, Kapazitäten, Unternehmensform etc. differenzieren. Des Weiteren können sie hotelspezifische Leistungen beschreiben, analysieren und weiterentwickeln. Zudem können sie Fachkenntnisse der Betriebswirtschaft aus den Bereichen Organisation, Qualitätsmanagement, Planung, Management, Personalmanagement und Kostenmanagement auf den hotelspezifischen Kontext anwenden.
Inhalt	**Definition, Abgrenzung und Einordnung des Hotelmanagements** Charakteristika und Differenzierung in der Hotellerie: Betriebsart, Leistungsangebot, Standort, Größe, Kapazitäten, Unternehmensform Hotelbetrieb und seine Leistungen **Organisation des Hotelbetriebs** Qualitätsmanagement im Hotelbetrieb Planung und Management im Hotelbetrieb Personalmanagement im Hotelbetrieb Kostenmanagement im Hotelbetrieb
Voraussetzungen	Keine.
Modulbausteine	**Fachbuch** Henschel, Karla; Gruner, Axel; Freyberg, Burkhard von: Hotelmanagement **mit** **TOU601 Studienbrief** Hotelmanagement **mit Onlineübung** **Onlinetutorium (1 Stunde)**
Kompetenznachweis	Klausur
Lernaufwand	125 Stunden, 5 Leistungspunkte
Sprache	Deutsch
Häufigkeit	Jedes Semester
Dauer des Moduls	1 Semester
Verwendbarkeit	BA-IBC-TOU
Studienleitung	Prof. Dr. Verena Jung

V8-2	TOU61	Verkehr und Mobilität im Tourismus

Kompetenzzuordnung	Wissensverbreiterung
Kompetenzziele	Nach erfolgreicher Teilnahme am Modul TOU61 können die Studierenden die begriffliche Abgrenzung von Mobilität und Verkehr vornehmen und Verkehr systematisieren. Sie kennen Verkehrsdienstleistungen als Bestandteil der touristischen Leistungskette und können ihre Charakteristika beschreiben und einordnen. Sie kennen zentrale Aspekte des Luft-, Schiffs-, Bahn- und Straßenverkehrs sowie ihre operativen Bereiche und Managementaufgaben. Zudem können sie touristische Maßnahmen auf Basis der benötigten Handlungsfelder Information, Kommunikation, Organisation, Koordination und Marketing nachfrageorientiert im Kontext eines Mobilitätsmanagements beschreiben und entwickeln.
Inhalt	**Theoretische Grundlagen zu Mobilität und Verkehr** Verkehrsdienstleistungen Mietwagen Busreisen Bahnreisen Schifffahrt/Kreuzfahrten Luftverkehr Sonderbereiche im touristischen Verkehr **Mobilitätsmanagement: Dienstleistungen entlang der touristischen Dienstleistungskette**
Voraussetzungen	Keine.
Modulbausteine	**Fachbuch** Groß, Sven: Handbuch Tourismus und Verkehr **mit TOU602-BH Begleitheft mit Onlineübung**
Kompetenznachweis	Assignment
Lernaufwand	125 Stunden, 5 Leistungspunkte
Sprache	Deutsch
Häufigkeit	Jedes Semester
Dauer des Moduls	1 Semester
Verwendbarkeit	BA-IBC-TOU
Studienleitung	Prof. Dr. Verena Jung

V8-3 TOU62 CSR, Nachhaltigkeit und Tourismus

Kompetenzzuordnung	Systemische Fertigkeiten
Kompetenzziele	Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls TOU62 können die Studierenden Corporate Social Responsibility als Begriff bestimmen und CSR als Management Ansatz, seine Implementierung und Bedingungsfaktoren erläutern. Sie sind in der Lage, Nachhaltigkeit aus Nachfragesicht erläutern und sie kennen CSR-Handlungsfelder im Tourismus. Zudem können die Studierenden das erlernte Wissen auf konkrete branchenspezifische Situationen und Fälle aus der Praxis anwenden.
Inhalt	**Definition: Corporate Social Responsibility** CSR als Managementansatz Möglichkeiten und Bedingungsfaktoren für eine erfolgreiche Implementierung des CSR-Ansatzes **Nachhaltigkeit aus Nachfragesicht** **CSR-Handlungsfelder im Tourismus** **Menschenrechte, ökologischer Tourismus, Diversity Management, Entwicklungszusammenarbeit, Friedensförderung**
Voraussetzungen	Keine.
Modulbausteine	**Fachbuch** Lund-Durlacher, Dagmar; Fifka, Matthias; Reiser, Dirk (Hrsg.): CSR und Tourismus. Handlungs- und branchenspezifische Felder **mit TOU603 und Onlineübung**
Kompetenznachweis	Assignment
Lernaufwand	125 Stunden, 5 Leistungspunkte
Sprache	Deutsch
Häufigkeit	Jedes Semester
Dauer des Moduls	1 Semester
Verwendbarkeit	BA-IBC-TOU
Studienleitung	Prof. Dr. Verena Jung