

Modulhandbuch

Bachelorstudiengänge der Studienrichtung IBA

**Fachbereich Wirtschaftswissenschaften
Hochschule Worms**

Stand: 31.10.2018

Gültig: ab WS 2019/20

Inhalt

Allgemeiner Teil.....	5
I. Einführung.....	5
II. Allgemeine Studienziele/ Qualifikationsziele.....	5
II.1 Allgemeines	5
II.2 Qualifikationsziele Global Trade Management B.A.....	5
II.3 Qualifikationsziele Global Trade Management (dual) B.A.....	10
II.4 Qualifikationsziele Internationales Logistikmanagement B.A.	15
II.5 Qualifikationsziele Internationales Logistikmanagement (dual) B.A.	20
II.6 Qualifikationsziele Digital Business Management B.A.	26
II.7 Qualifikationsziele Digital Business Management (dual) B.A.	31
III. Zulassungsvoraussetzungen.....	37
III.1 Zulassungsvoraussetzungen für alle regulären Bachelorstudiengänge	37
III.2 Zulassungsvoraussetzungen für alle dualen Bachelorstudiengänge	37
IV. Modularisierte Studiengänge – Modulprüfungen	37
V. Erwerb von Leistungspunkten (Credit Points/CP).....	38
VI. Das 12-Wochenmodell.....	38
VII. Studienverlaufsplan.....	39
VII.1 Plattform Studienrichtung IBA	39
VII.2 Global Trade Management B.A. klassisch/dual	40
VII.3 Internationales Logistikmanagement B.A. klassisch/dual	40
VII.4 Digital Business Management B.A. klassisch/dual	41
Fachspezifischer Teil	42
Coremodule IBA Plattform	42
BA_1100 Grundlagen ABWL /SBWL.....	43
BA_1200 Operations Management	48
BA_1300 Grundlagen Marketing	51
BA_1400 Externes Rechnungswesen	54
BA_1500 Investition & Finanzierung	58
BA_1600 Modernes Kostenmanagement.....	61
BA_1700 Volkswirtschaftslehre.....	64
BA_1800 Wirtschaftspolitik	67
Coremodule Außenwirtschaft.....	69
BA_2110 Foreign Trade I - Operatives Import- und Exportmanagement.....	70
BA_2120 Foreign Trade II - Außenhandelsrisiken und Recht im Außenhandel	74
BA_2130 Foreign Trade III - Auslandszahlungsverkehr & Außenhandelsfinanzierung.....	78
BA_2140 Advanced Foreign Trade Management.....	81

Coremodule Logistik	84
BA_2210 Grundlagen Logistikmanagement	85
BA_2220 Prozesssicherheit	88
BA_2230 Industrie- und Fertigungslogistik	91
BA_2240 Planung und Optimierung von Supply Chains	94
BA_2250 Production Systems & Lean Manufacturing	96
BA_2260 Angewandte Logistik	99
Coremodule Digital Business	104
BA_2310 Analytics I - Einführung in die Arbeit mit Daten	105
BA_2320 Analytics II - Methods of Business Analytics	107
BA_2330 Analytics III - Advanced Analytics and Visualization	109
BA_2340 Databases and Data Warehousing	111
BA_2350 Advanced Analytics & Business Intelligence	113
BA_2360 Strategic Business Analytics	115
BA_2370 Design Thinking & Business Models	117
BA_2380 Transformation & Change Management	121
Transfermodule	124
BA_3100 Grundlagen Prozess- und Changemanagement	125
BA_3200 Academic Writing & Research	128
BA_3300 Angewandte Managementtechniken	130
BA_3400 Business Leadership	134
Supportmodule	138
BA_4100 Mathematik	139
BA_4200 Statistik	141
BA_4300 Recht	143
BA_4400 Management Information Systems	145
BA_4500 Business Communication	148
BA_4600 Advanced Business Communication	152
BA_4700 Intercultural Competence	155
Zweite Fremdsprache	164
BA_5110 Wirtschaftsfremdsprache I	165
BA_5120 Wirtschaftsfremdsprache II	167
BA_5130 Wirtschaftsfremdsprache III	169
BA_5140 Wirtschaftsfremdsprache IV	171
BA_5150 Wirtschaftsfremdsprache V	173
BA_5210 Wirtschaftsfremdsprache I	175
BA_5220 Wirtschaftsfremdsprache II	176
BA_5230 Wirtschaftsfremdsprache III	178
BA_5240 Wirtschaftsfremdsprache IV	180
BA_5250 Wirtschaftsfremdsprache V	182

BA_5310 Wirtschaftsfremdsprache I	184
BA_5320 Wirtschaftsfremdsprache II	186
BA_5330 Wirtschaftsfremdsprache III	188
BA_5340 Wirtschaftsfremdsprache IV	189
BA_5350 Wirtschaftsfremdsprache V	190
Wahlpflichtmodule	192
BA_6010 Advanced Topics in HR Management.....	193
BA_6020 Internationales Marketing	195
BA_6030 Wettbewerbsstrategien.....	198
BA_6040 Service Operations & Lean Administration	200
BA_6050 Supply Chain Services	202
BA_6060 Entrepreneurship	206
BA_6070 Innovation Management	210
BA_6080 International Controlling.....	214
BA_6090 Business Models 4.0, Mergers & Acquisitions	217
BA_6100 Bilanz- und Jahresabschlussanalyse	220
BA_6110 Corporate Finance.....	223
BA_6120 European Business and Economics	226
BA_6130 Wirtschaftspsychologie.....	228
Praxismodule	231
BA_7000 Praxissemester.....	232
BA_7100 Praxismodul I.....	234
BA_7200 Praxismodul II.....	236
BA_7300 Praxismodul III.....	238
BA_7400 Praxismodul IV	240
BA_7500 Praxismodul V	242
BA_7600 Praxismodul VI	244
Bachelorarbeit.....	246
BA_8900 Bachelorarbeit	247

Allgemeiner Teil

I. Einführung

Das vorliegende Modulhandbuch gilt für alle Bachelorstudiengänge der Studienrichtung International Business Administration (IBA) im Fachbereich Wirtschaftswissenschaften.

II. Allgemeine Studienziele/ Qualifikationsziele

II.1 Allgemeines

Die nachfolgenden Qualifikationsziele¹ für die Bachelorstudiengänge der Studienrichtung IBA beinhalten neben einer einleitenden präzisen Definition des Qualifikationszieles unter anderem die Rubrik „*Wissen und Verstehen*“ sowie die Rubrik „*Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen*“. Die Rubrik „*Wissen und Verstehen*“ beschäftigt sich eingangs mit der Wissensverbreitung, Wissensvertiefung und dem Wissensverständnis künftiger Absolventinnen und Absolventen. Die Rubrik „*Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen*“ gibt darauf aufbauend einen detaillierten Überblick über die Nutzung und den Transfer des Wissens sowie über die Wissenschaftliche Innovation des Studiengangs. Der dritte Teil der Qualifikationsziele beschäftigt sich mit dem Themenbereich „*Kommunikation und Kooperation*“. Abschließend wird die Rubrik „*Wissenschaftliches Selbstverständnis & Professionalität*“ behandelt.

II.2 Qualifikationsziele Global Trade Management B.A.

Der Bachelorstudiengang Global Trade Management ist ein betriebswirtschaftliches Studium mit internationalem und insbesondere außenwirtschaftlichem Schwerpunkt. Das Studium zum Bachelor of Arts vermittelt Absolventinnen und Absolventen ein breites und integriertes Wissen über betriebs- und außenwirtschaftliche Zusammenhänge. Zudem verfügen die Absolventinnen und Absolventen nach dem Abschluss über ein tiefgehendes wissenschaftliches Verständnis auf dem Gebiet der Betriebs- und Außenwirtschaftslehre. Absolventinnen und Absolventen werden im Rahmen ihres Studiums, des Auslandspraktikums sowie durch das Anfertigen einer Abschlussarbeit optimal auf eine erfolgreiche Karriere in kleinen oder mittelständischen Unternehmen sowie in internationalen Konzernen, Verbänden und Organisationen vorbereitet.

1. Wissen und Verstehen

a. Wissensverbreiterung im Rahmen der Grundlagenausbildung

Absolventinnen und Absolventen haben ein breites und integriertes Wissen und verstehen die wissenschaftlichen Grundlagen der Betriebs- und Außenwirtschaft.

Im Rahmen der ersten vier Semester wird das Fundament für eine Spezialisierung in der Betriebs- und Außenwirtschaft gelegt. In Veranstaltungen wie Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, Rechnungswesen, Volkswirtschaftslehre und weiteren Grundlagenvorlesungen wird den Studierenden ein grundlegendes Verständnis für betriebs- und volkswirtschaftliche Theorien vermittelt. Nach den ersten vier Semestern verfügen Studierende des Studiengangs Global Trade Management über die Fähigkeit des ökonomischen Denkens und der ökonomischen Theorienbildung. Darüber hinaus erlernen die

¹ Der Aufbau der Qualifikationsziele orientiert sich am Qualifikationsrahmen für deutsche Hochschulabschlüsse.

Studierenden in der Veranstaltung Academic Research wissenschaftliches Schreiben und Arbeiten. Komplementiert wird das betriebswirtschaftliche Fundament durch Kommunikationsfächer wie Advanced Business Communications sowie einer weiteren Fremdsprache.

Zudem werden interkulturelle Kompetenzen sowie weitere Soft Skills gelehrt, welche die Studierenden auf einen Einsatz in bzw. auf die Zusammenarbeit mit aufsteigenden und bereits führenden Industriestaaten vorbereiten. Die Grundlagenausbildung beinhaltet zudem weitere Ergänzungsmodule wie Mathematik und Statistik, welche die analytischen Fähigkeiten fördern sowie für das Verständnis und den weiteren Verlauf des Studiums essentiell sind.

b. Wissensvertiefung & Wissensverständnis im Rahmen der Wahlpflichtmodule

Absolventinnen und Absolventen haben ein kritisches Verständnis für die wichtigsten betriebs-, volks- und außenwirtschaftlichen Theorien und können diese kritisch analysieren und reflektieren.

Nachdem die Grundlagen innerhalb der ersten vier Semester gelegt wurden, haben die Studierenden in Abhängigkeit von der Wahl der Studienverlaufsvariante im fünften und sechsten beziehungsweise sechsten und siebten Semester die Möglichkeit, ihre Expertise durch die Wahl der angebotenen Wahlpflichtmodule ihren Vorstellungen entsprechend zu vertiefen. Die Wahlpflichtmodule sind ausnahmslos international ausgerichtet und werden Dank kleiner Gruppengrößen sehr praxisorientiert vermittelt. In diesen Modulen finden verstärkt Projektarbeiten, Workshops oder auch Exkursionen zu international tätigen Unternehmen statt. Durch die Wahlpflichtmodule entwickeln die Studierenden ein kritisches Verständnis für die wichtigsten Theorien, Prinzipien und Methoden der Betriebs- und Außenwirtschaft.

Darüber hinaus verfügen die Studierenden über die Befähigung, ihr Wissen zu erweitern, zu vertiefen und kritisch zu reflektieren. Diese Fähigkeiten ermöglichen es den Studierenden ihren Wissensstand durch kritisches Denken und Analysieren von unternehmerischen Herausforderungen und aktuellen Forschungsfragen über den aktuellen Stand der Fachliteratur hinaus zu erweitern. Zudem wird durch das Erlernen einer strukturierten und zielgerichteten Vorgehensweise, einer ganzheitlichen Betrachtung der unternehmerischen Herausforderung und einer transparenten und umsetzbaren Lösungsfindung die Problemlösungskompetenz während des gesamten Studiums gestärkt. Auf der Grundlage des erworbenen Wissens ordnen die Studierenden komplexe Sachverhalte fachgerecht ein und können wirtschaftsrelevante Daten sowie unternehmerische Kennzahlen verstehen und interpretieren. Die praxisbezogenen Veranstaltungen, diverse Gastvorträge und Exkursionen befähigen die Studierenden zudem zum interdisziplinären Denken, welches Perspektiven und neue Potenziale in Unternehmen sowie der Wirtschaft eröffnet.

2. Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen

a. Nutzung und Transfer

Absolventinnen und Absolventen des Global Trade Management Studiums haben aufgrund ihres Fachwissens die Befähigung zur qualitativen Erwerbstätigkeit.

Die Absolventinnen und Absolventen verfügen nach erfolgreicher Graduierung aufgrund ihrer Fachkompetenz im Außenhandel über ein Alleinstellungsmerkmal, welches gegenüber Absolventinnen und Absolventen eines rein betriebswirtschaftlichen Studiums einen Vorteil auf dem nationalen wie internationalen Arbeitsmarkt bedeutet. Im Besonderen die Foreign Trade-

Veranstaltungen wie beispielsweise Recht im Außenhandel, Außenhandelsrisiken, Auslandszahlungsverkehr oder Außenhandelsfinanzierung bereiten die Absolventinnen und Absolventen auf eine Karriere in einem global handelnden Unternehmen vor.

Die hier erworbenen Kenntnisse und Fähigkeiten werden durch spezifische Wahlpflichtmodule, welche stets einen außenwirtschaftlichen Bezug haben, erweitert und vertieft. Wahlpflichtmodule, wie beispielsweise European Business and Economics, Corporate Finance, Internationales Marketing und Internationales Controlling befähigen die Absolventinnen und Absolventen dazu, sich auf ein bestimmtes Spektrum zu fokussieren und im Anschluss an das Studium eine Karriere in den entsprechenden Bereichen anzustreben. Die Unternehmen profitieren von den Absolventinnen und Absolventen in mehrfacher Hinsicht. Neben dem betriebswirtschaftlichen Fundus verfügen die Absolventinnen und Absolventen zudem über eine internationale Expertise für gerade jenen Bereich, in dem sie tätig werden wollen. Dies versetzt die Absolventinnen und Absolventen in die Lage, unternehmerische Ziele selbstständig zu entwerfen und zu erreichen. Die Absolventinnen und Absolventen erlernen in der Veranstaltung Project Management, anwendungsorientierte Projekte durchzuführen und somit komplexen berufsrelevanten Herausforderungen erfolgreich entgegenzutreten. Zusätzlich zu den sprachlichen und kulturellen Fähigkeiten verfügen die Absolventinnen und Absolventen über wichtige analytische Fähigkeiten, welche es ermöglichen, komplexe Zusammenhänge zu erkennen sowie individuelle Lösungsvorschläge zu erarbeiten und somit einen Mehrwert für Unternehmen zu schaffen. Darüber hinaus befähigt die im Curriculum integrierte wissenschaftliche Ausbildung die Absolventinnen und Absolventen dazu, wissenschaftliche Erkenntnisse in den unternehmerischen Kontext zu implementieren.

Die branchenübergreifende Ausbildung ermöglicht den Absolventinnen und Absolventen in diversen Wirtschaftszweigen und Unternehmen tätig zu werden.

Die Grundlagen in der beruflichen Praxis (Auslandspraktikum)

Je nach Wahl der Studienverlaufsvariante kann der Studiengang Global Trade Management in sechs Semestern (180 CP) oder sieben Semestern (210 CP) Regelstudienzeit abgeschlossen werden. Fällt die Wahl auf die siebensemestrigere Studienverlaufsvariante, sieht das fünfte Semester ein Pflichtpraktikum vor. Dieses Praktikum umfasst einen zusammenhängenden Zeitraum von mindestens 20 Wochen und ist in einem Unternehmen im Ausland zu absolvieren. Ziel des Auslandspraktikums ist es, die betriebswirtschaftlichen Grundkenntnisse sowie die Fremdsprachenkompetenzen erstmalig in der Praxis anzuwenden und berufsqualifizierend umzusetzen.

Neben dem Auslandspraktikum, haben die Studierenden die Möglichkeit ein bis zwei Semester an einer der vielen Partnerhochschulen in über 40 verschiedenen Ländern zu studieren. Die dort erbrachten Leistungen werden bei guter Studienorganisation in allen Studiengängen der Studienrichtung IBA anerkannt, wodurch eine Verlängerung der Studiendauer ausgeschlossen werden kann. Durch die hier dargestellte Studienorganisation bietet das Studium den Gestaltungsfreiraum innerhalb der (sechs) sieben Semester Regelstudienzeit zwei Auslandsaufenthalte zu integrieren. Dadurch erfahren Absolventinnen und Absolventen eine ideale Berufsvorbereitung mit einer praxisorientierten, fachlichen wie auch sprachlichen Ausbildung.

b. Wissenschaftliche Innovation

Im Rahmen der Abschlussarbeit können Absolventinnen und Absolventen ihr Wissen und ihre methodischen Kompetenzen anwenden und neues Wissen schaffen.

Die im Modul „Academic Research“ erworbenen Fähigkeiten zum wissenschaftlichen Arbeiten werden im Zuge der Abschlussarbeit zielführend und praktisch angewendet. Die Studierenden können im Rahmen ihrer Bachelorarbeit relevante Themen, insbesondere im Bereich der Außenwirtschaft, kritisch analysieren und reflektieren. Durch die eigenständig formulierte Forschungsfrage erweitern die Studierenden ihre persönliche Expertise und schaffen zudem durch empirische Untersuchungen neue Erkenntnisse. Dank ihrer analytischen Kompetenzen verfügen die Absolventinnen und Absolventen über die Fähigkeit, die in der Abschlussarbeit gesammelten Daten und Erkenntnisse selbstständig zu interpretieren und darauf aufbauend sachgerechte Lösungen und Handlungsalternativen für Unternehmen, die Gesellschaft und Wirtschaft zu formulieren.

Die Prüfungsordnung des Global Trade Management Studiums sieht vor, dass die Abschlussarbeit in Kooperation mit einem Unternehmen geschrieben wird. Durch die in Kooperation mit einem Unternehmen anzufertigende Bachelorarbeit können Absolventinnen und Absolventen ihre Expertise in einem Unternehmen einbringen und somit einen marktrelevanten Wissenstransfer leisten.

3. Kommunikation und Kooperation

Absolventen/- innen verfügen über kommunikative und kooperative Fähigkeiten und können in einen fachbezogenen Diskurs mit einem fachfremden und fachkundigen Publikum treten.

Absolventinnen und Absolventen verfügen über ein hohes Maß an Teamfähigkeit, welche im Rahmen von Gruppenarbeiten und Präsentationen aktiv und kontinuierlich gefördert und gefordert wird. Absolventinnen und Absolventen des Studiengangs Global Trade Management sind konflikt- und kritikfähig. Diese Eigenschaften werden im Rahmen des Studiums, der Gruppenarbeiten und durch direktes Feedback der Dozenten sowie bei der Selbstevaluation in Veranstaltungen wie Project Management sichergestellt. Die Absolventinnen und Absolventen verfügen neben der Team- und Kritikfähigkeit auch über Präsentations- und Verhandlungsgeschick sowie rhetorische Kompetenzen. Im Rahmen diverser Seminare werden Ergebnisse von den Studierenden ausgearbeitet, illustriert und präsentiert. Durch eigene Erfahrungen und das Feedback der Dozenten ist hierbei eine nachhaltige Verbesserung gewährleistet. Dies befähigt die Absolventinnen und Absolventen in einen Diskurs mit einem Fachpublikum zu treten, Konzepte kritisch zu analysieren und nachhaltige Lösungsvorschläge zu präsentieren. Aufgrund des verfügbaren Fachwissens können die Absolventinnen und Absolventen auch Fachfremde in eine Diskussion einbeziehen und ihren Standpunkt methodisch und theoretisch darlegen. Ein weiterer Bestandteil der Persönlichkeitsentwicklung ist der Erwerb von Führungskompetenzen. Vor diesem Hintergrund werden die Studierenden befähigt, Handlungsalternativen zu erkennen und situativ ihre Führungsqualitäten einzusetzen, um unternehmerische Entscheidungen zu begründen und diese zu treffen.

Interkulturelle Kompetenz als Schlüsselqualifikation im globalen Handel

Vor dem Hintergrund der Globalisierung und der Vernetzung der globalen Märkte ist Englisch die Welthandelsprache. Die Pflichtveranstaltung Advanced Business Communications sowie diverse andere Veranstaltungen, welche in englischer Sprache gelesen werden, erhöhen die Chancen und Perspektiven auf dem nationalen wie internationalen Arbeitsmarkt für die

Absolventinnen und Absolventen. Zudem sprechen die Absolventinnen und Absolventen nach Abschluss des Studiums mindestens noch eine weitere Fremdsprache.

Förderlich sind zudem die Strukturen des Hochschulcampus. Mit insgesamt 3700 Studierenden aus 56 Nationen bietet die Hochschule Worms ein internationales Ambiente. Die Studierenden haben die Chance, ihre erworbenen Fremdsprachenkenntnisse mit Muttersprachlern zu erweitern und zu festigen. Darüber hinaus ist die Diversität des Hochschulcampus förderlich zur praktischen Umsetzung der im Curriculum verankerten Veranstaltung Interkulturelle Kompetenzen. Die Internationalität auf dem Campus ermöglicht es den Absolventen und Absolventinnen diese wichtigen Fähigkeiten jederzeit anzuwenden und zu schärfen.

Wie eingangs bereits erwähnt, werden die Studierenden im Rahmen der ersten vier Semester auf ein Auslandspraktikum vorbereitet. Die hier erworbenen Kenntnisse gehen über das fachliche Wissen eines betriebswirtschaftlichen Studiums hinaus und schulen die Studierenden in Bezug auf kulturelle Besonderheiten verschiedener Teile der Welt. Die Möglichkeit eines Auslandssemesters bietet neben dem Auslandspraktikum zudem eine weitere Möglichkeit des interkulturellen Wissensaustausches mit anderen Hochschulen und Studierenden aus aller Welt. Dies fördert neben dem eigenen Charakter auch das politische und gesellschaftliche Verständnis für andere Länder und Kulturen und dient somit der Völkerverständigung und der internationalen Zusammenarbeit.

4. Professionalität

Absolventinnen und Absolventen begründen ihre Entscheidungen mit methodischem und theoretischem Wissen und reflektieren ihr berufliches Handeln kritisch in Bezug auf gesellschaftliche Erwartungen.

Absolventinnen und Absolventen besitzen die Fähigkeit zum eigenverantwortlichen Selbstmanagement, welche durch die eigenständige Semester- und Studienorganisation sowie die Belegung der Wahlpflichtfächer gewährleistet wird. Für die Persönlichkeitsentwicklung ebenfalls von Bedeutung ist die Kompetenz, schwierige Entscheidungen zu treffen. Ein wesentlicher Gegenstand der Betriebs- und Außenwirtschaft ist das transparente und systematische Bewerten und Entscheiden über unternehmerische Herausforderungen. Anhand von Kennzahlen, aber auch anhand von Fallbeispielen aus der Praxis werden in Seminaren Entscheidungssituationen nachgestellt und reflektiert. Absolventinnen und Absolventen können demnach ihre eigenen Fähigkeiten sehr gut einschätzen und Entscheidungen aufgrund ihres vorhandenen Wissens fundiert begründen.

Darüber hinaus sind sich Absolventinnen und Absolventen des Bachelorstudiengangs Global Trade Management ihrer Verantwortung gegenüber der Wissenschaft, Wirtschaft und Gesellschaft bewusst. Neben dem fachspezifischen Wissen werden die Absolventinnen und Absolventen für Themen wie Nachhaltigkeit, Corporate Social Responsibility, Corporate Compliance und Ethik in der Geschäftswelt sensibilisiert und geschult. Die Absolventinnen und Absolventen können diverse Handlungsalternativen kritisch analysieren und haben ein Bewusstsein für die Tragweite ihrer wirtschaftlichen Entscheidungen. Zudem werden die Studierenden in der Veranstaltung Wirtschaftspolitik befähigt, wirtschaftspolitische Zielkonflikte zu identifizieren und Lösungsansätze zu konstruieren.

II.3 Qualifikationsziele Global Trade Management (dual) B.A.

Der Bachelorstudiengang Global Trade Management (dual) ist ein betriebswirtschaftliches Studium mit internationalem und insbesondere außenwirtschaftlichem Schwerpunkt. Das Studium zum Bachelor of Arts vermittelt Absolventinnen und Absolventen ein breites und integriertes Wissen über betriebs- und außenwirtschaftliche Zusammenhänge. Zudem verfügen die Absolventinnen und Absolventen nach dem Abschluss über ein tiefgehendes wissenschaftliches Verständnis auf dem Gebiet der Betriebs- und Außenwirtschaftslehre. Absolventinnen und Absolventen werden im Rahmen ihres Studiums, der Praxisphasen, des Auslandspraktikums sowie durch das Anfertigen einer Abschlussarbeit optimal auf eine erfolgreiche Karriere in kleinen oder mittelständischen Unternehmen sowie in internationalen Konzernen, Verbänden und Organisationen vorbereitet.

Praxisnähe ab dem ersten Semester

Der duale Studiengang Global Trade Management (dual) zeichnet sich im Besonderen durch die enge Verzahnung der praktischen und theoretischen Kompetenzen und Inhalten aus. Absolventinnen und Absolventen des dualen Studiengangs erlernen betriebs- und außenwirtschaftliches Fachwissen sowie berufsrelevante überfachliche Kompetenzen in der Hochschule als auch im Unternehmen. Sowohl die Studieninhalte als auch die Praxisphasen sind modularisiert und mit entsprechenden ECTS-Punkten versehen. Dies garantiert ein fachlich und organisatorisch aufeinander abgestimmtes akademisches und berufsqualifizierendes Ausbildungskonzept.

1. Wissen und Verstehen

a. Wissensverbreiterung im Rahmen der Grundlagenausbildung

Absolventinnen und Absolventen haben ein breites und integriertes Wissen und verstehen die wissenschaftlichen Grundlagen der Betriebs- und Außenwirtschaft.

Im Rahmen der ersten vier Semester wird das Fundament für eine Spezialisierung in der Betriebs- und Außenwirtschaft gelegt. In Veranstaltungen wie Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, Rechnungswesen, Volkswirtschaftslehre und weiteren Grundlagenvorlesungen wird den Studierenden ein grundlegendes Verständnis für betriebs- und volkswirtschaftliche Theorien vermittelt. Nach den ersten vier Semestern verfügen Studierende des Studiengangs Global Trade Management (dual) über die Fähigkeit des ökonomischen Denkens und der ökonomischen Theorienbildung. Darüber hinaus erlernen die Studierenden in der Veranstaltung Academic Research wissenschaftliches Schreiben und Arbeiten. Die Grundlagenausbildung beinhaltet zudem weitere Ergänzungsmodule wie Mathematik und Statistik, welche die analytischen Fähigkeiten fördern sowie für das Verständnis und den weiteren Verlauf des Studiums essentiell sind. Das duale Studium bietet Studierenden die Möglichkeit, die gelehrten Vorlesungsinhalte mit den praktischen Erfahrungen der Praxisphasen zu verknüpfen. Durch diese Praxisphasen sind die Studierenden ab dem ersten Semester in einem Unternehmen eingebunden und können berufsrelevante Soft Skills vor Ort praxisnah erleben und erlernen.

b. Wissensvertiefung & Wissensverständnis im Rahmen der Wahlpflichtmodule

Absolventinnen und Absolventen haben ein kritisches Verständnis für wichtige betriebs-, volks- und außenwirtschaftliche Theorien und können diese kritisch analysieren und reflektieren.

Nachdem die Grundlagen innerhalb der ersten vier Semester gelegt wurden, haben die Studierenden in Abhängigkeit von der Wahl der Studienverlaufsvariante im fünften und sechsten beziehungsweise sechsten und siebten Semester die Möglichkeit, ihre Expertise durch die Wahl der angebotenen Wahlpflichtmodule ihren Vorstellungen entsprechend zu vertiefen. Die Wahlpflichtmodule sind ausnahmslos international ausgerichtet und werden Dank kleiner Gruppengrößen sehr praxisorientiert vermittelt. In diesen Modulen finden verstärkt Projektarbeiten, Workshops oder auch Exkursionen zu international tätigen Unternehmen statt. Durch die Wahlpflichtmodule entwickeln die Studierenden ein kritisches Verständnis für die wichtigsten Theorien, Prinzipien und Methoden der Betriebs- und Außenwirtschaft.

Darüber hinaus verfügen die Studierenden über die Befähigung, ihr Wissen zu erweitern, zu vertiefen und kritisch zu reflektieren. Diese Fähigkeiten ermöglichen es den Studierenden ihren Wissensstand durch kritisches Denken und Analysieren von unternehmerischen Herausforderungen sowie diversen Forschungsfragen über den aktuellen Stand der Fachliteratur hinaus zu erweitern. Zudem wird durch das Erlernen einer strukturierten und zielgerichteten Vorgehensweise, einer ganzheitlichen Betrachtung der unternehmerischen Herausforderung und einer transparenten und umsetzbaren Lösungsfindung die Problemlösungskompetenz während des gesamten Studiums gestärkt. Auf der Grundlage des erworbenen Wissens ordnen die Studierenden komplexe Sachverhalte fachgerecht ein und können wirtschaftsrelevante Daten sowie unternehmerische Kennzahlen verstehen und interpretieren. Die praxisbezogenen Veranstaltungen, diverse Gastvorträge und Exkursionen befähigen die Studierenden darüber hinaus zum interdisziplinären Denken, welches Perspektiven und neue Potenziale im Unternehmen sowie in der Wirtschaft eröffnet.

2. Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen

a. Nutzung und Transfer

Absolventinnen und Absolventen des Studiengangs Global Trade Management (dual) haben aufgrund ihres Fachwissens die Befähigung zur qualitativen Erwerbstätigkeit.

Die Absolventinnen und Absolventen verfügen nach erfolgreicher Graduierung aufgrund ihrer Fachkompetenz im Außenhandel über ein Alleinstellungsmerkmal, welches gegenüber Absolventinnen und Absolventen eines rein betriebswirtschaftlichen Studiums einen Vorteil auf dem nationalen wie internationalen Arbeitsmarkt bedeutet. Im Besonderen die Foreign Trade-Veranstaltungen wie beispielsweise Recht im Außenhandel, Außenhandelsrisiken, Auslandszahlungsverkehr oder Außenhandelsfinanzierung bereiten die Absolventinnen und Absolventen auf eine Karriere in einem global agierenden Unternehmen vor.

Die hier erworbenen Kenntnisse und Fähigkeiten werden durch spezifische Wahlpflichtmodule, welche stets einen außenwirtschaftlichen Bezug haben, erweitert und vertieft. Wahlpflichtmodule, wie beispielsweise European Business and Economics, Corporate Finance, Internationales Marketing und Internationales Controlling befähigen die Absolventinnen und Absolventen dazu, sich auf ein bestimmtes Spektrum zu fokussieren und im Anschluss an das Studium eine Karriere in den entsprechenden Bereichen anzustreben.

Die Unternehmen profitieren demnach von den Absolventinnen und Absolventen in mehrfacher Hinsicht. Neben dem betriebswirtschaftlichen Fundus verfügen die Absolventinnen und Absolventen zudem über eine internationale Expertise für gerade jenen Bereich, in dem sie tätig werden wollen. Dies versetzt die Absolventinnen und Absolventen in die Lage, unternehmerische Ziele selbstständig zu entwerfen und zu erreichen. Die Absolventinnen und Absolventen erlernen in diversen Veranstaltungen anwendungsorientierte Projekte durchzuführen und somit komplexen berufsrelevanten Herausforderungen erfolgreich entgegenzutreten. Zusätzlich zu den sprachlichen und kulturellen Fähigkeiten verfügen die Absolventinnen und Absolventen über wichtige analytische Fähigkeiten, welche ermöglichen, komplexe Zusammenhänge zu erkennen sowie individuelle Lösungsvorschläge zu erarbeiten und somit einen Mehrwert für Unternehmen zu schaffen. Darüber hinaus befähigt die im Curriculum integrierte wissenschaftliche Ausbildung die Absolventinnen und Absolventen dazu, wissenschaftliche Erkenntnisse in den unternehmerischen Kontext zu implementieren.

Die branchenübergreifende Ausbildung ermöglicht den Absolventinnen und Absolventen in diversen Wirtschaftszweigen und Unternehmen tätig zu werden.

Die Grundlagen in der beruflichen Praxis (Praxisphasen & Auslandspraktikum)

Je nach Wahl der Studienverlaufsvariante kann der Studiengang Global Trade Management (dual) in sechs Semestern (180 CP) oder in sieben Semestern (210 CP) Regelstudienzeit abgeschlossen werden. Fällt die Wahl auf die siebensemestrigere Studienverlaufsvariante sieht das fünfte Semester ein Pflichtpraktikum vor. Dieses Praktikum umfasst einen zusammenhängenden Zeitraum von mindestens 20 Wochen und ist in einem Unternehmen im Ausland zu absolvieren. Ziel des Auslandspraktikums ist es, die betriebswirtschaftlichen Grundkenntnisse sowie die Fremdsprachenkompetenzen erstmalig im Ausland anzuwenden und berufsqualifizierend umzusetzen.

Aufgrund der bereits in den Praxisphasen gesammelten Erfahrung, können sich die dual Studierenden im Rahmen dieses 20-wöchigen Praktikums unmittelbar einem komplexen und verantwortungsvollen Projekt stellen.

Neben dem Auslandspraktikum haben die Studierenden die Möglichkeit ein bis zwei Semester an einer der vielen Partnerhochschulen in über 40 verschiedenen Ländern zu studieren. Die dort erbrachten Leistungen werden bei guter Studienorganisation in allen Studiengängen der Studienrichtung IBA anerkannt, wodurch eine Verlängerung der Studiendauer ausgeschlossen werden kann. Durch die hier dargestellte Studienorganisation bietet das Studium den Gestaltungsfreiraum innerhalb der sieben Semester Regelstudienzeit zwei Auslandsaufenthalte zu integrieren. Dadurch erfahren Absolventinnen und Absolventen eine ideale Berufsvorbereitung mit einer praxisorientierten, fachlichen wie auch sprachlichen Ausbildung.

b. Wissenschaftliche Innovation

Im Rahmen der Abschlussarbeit können Absolventinnen und Absolventen ihr Wissen und ihre methodischen Kompetenzen anwenden und neues Wissen schaffen.

Die im Modul Academic Research erworbenen Fähigkeiten zum wissenschaftlichen Arbeiten werden im Zuge der Abschlussarbeit zielführend und praktisch angewendet. Die Studierenden

können im Rahmen ihrer Bachelorarbeit relevante Themen, insbesondere im Bereich der Außenwirtschaft, kritisch analysieren und reflektieren. Durch die eigenständig formulierte Forschungsfrage erweitern die Studierenden ihre persönliche Expertise und schaffen zudem durch empirische Untersuchungen neue Erkenntnisse. Dank ihrer analytischen Kompetenzen verfügen die Absolventinnen und Absolventen über die Fähigkeit, die in der Abschlussarbeit gesammelten Daten und Erkenntnisse selbstständig zu interpretieren und darauf aufbauend sachgerechte Lösungen und Handlungsalternativen für Unternehmen, die Gesellschaft und Wirtschaft zu formulieren. Die Prüfungsordnung des Studiengangs Global Trade Management (dual) sieht vor, dass die Abschlussarbeit in Zusammenarbeit mit dem Kooperationsunternehmen geschrieben wird. Durch diese Kooperation können Absolventinnen und Absolventen ihre umfangreiche unternehmensspezifische Expertise in ihrem Unternehmen einbringen und somit einen marktrelevanten Wissenstransfer leisten.

3. Kommunikation und Kooperation

Absolventen/- innen verfügen über kommunikative und kooperative Fähigkeiten und können in einen fachbezogenen Diskurs mit einem fachfremden und fachkundigen Publikum treten.

Absolventinnen und Absolventen verfügen über ein hohes Maß an Teamfähigkeit, welche im Rahmen von Gruppenarbeiten und Präsentationen in der Hochschule und im Unternehmen aktiv und kontinuierlich gefördert und gefordert wird. Absolventinnen und Absolventen des Studiengangs Global Trade Management (dual) sind konflikt- und kritikfähig. Diese Eigenschaften werden während des Studiums und der Praxisphasen im Rahmen von Gruppenarbeiten oder Einzelleistungen durch direktes Feedback der Dozenten und Vorgesetzten vermittelt. Die Absolventinnen und Absolventen verfügen neben der Team- und Kritikfähigkeit auch über Präsentations- und Verhandlungsgeschick sowie über rhetorische Kompetenzen. Während diverser Seminare oder Praxissequenzen werden Ergebnisse von den Studierenden ausgearbeitet, illustriert und präsentiert. Durch eigene Erfahrungen und das Feedback der Dozenten ist hierbei eine nachhaltige Verbesserung gewährleistet. Dies befähigt die Absolventinnen und Absolventen in einen Diskurs mit einem Fachpublikum zu treten, Konzepte kritisch zu analysieren und nachhaltige Lösungsvorschläge zu präsentieren. Aufgrund des verfügbaren Fachwissens können die Absolventinnen und Absolventen auch Fachfremde in eine Diskussion einbeziehen und ihren Standpunkt methodisch und theoretisch darlegen. Ein weiterer Bestandteil der Persönlichkeitsentwicklung ist der Erwerb von Führungskompetenzen. Vor diesem Hintergrund werden die Studierenden befähigt, Handlungsalternativen zu erkennen und situativ ihre Führungsqualitäten einzusetzen, um unternehmerische Entscheidungen zu begründen und diese zu treffen.

Interkulturelle Kompetenz als Schlüsselqualifikation im globalen Handel

Vor dem Hintergrund der Globalisierung und der Vernetzung der globalen Märkte ist Englisch die Welthandelsprache. Die Pflichtveranstaltung Advanced Business Communications sowie diverse andere Veranstaltungen, welche in englischer Sprache gelesen werden, erhöhen die Chancen und Perspektiven für die Absolventinnen und Absolventen auf dem nationalen wie internationalen Arbeitsmarkt. Zudem sprechen die Absolventinnen und Absolventen nach Abschluss des Studiums mindestens noch eine weitere Fremdsprache.

Förderlich sind zudem die Strukturen des Hochschulcampus. Mit insgesamt 3700 Studierenden aus 56 Nationen bietet die Hochschule Worms ein internationales Ambiente. Die Studierenden haben die Chance, ihre erworbenen Fremdsprachenkenntnisse mit Muttersprachlern zu erweitern und zu festigen. Darüber hinaus ist die Diversität des Hochschulcampus förderlich zum interkulturellen und interdisziplinären Austausch unter Studierenden. Das im Unternehmen während der Praxisphasen oder während des Auslandspraktikums gesammelte interkulturelle Verständnis kann jederzeit auf dem Campus der Hochschule angewendet, aufgefrischt und verschärft werden.

Die Möglichkeit eines Auslandssemesters bietet neben dem Auslandspraktikum und der Internationalität des Campus eine weitere Möglichkeit des interkulturellen Wissensaustausches mit anderen Hochschulen und Studierenden aus aller Welt. Dies fördert neben dem eigenen Charakter auch das politische und gesellschaftliche Verständnis für andere Länder und Kulturen und dient somit der Völkerverständigung und der internationalen Zusammenarbeit.

4. Professionalität

Absolventinnen und Absolventen begründen ihre Entscheidungen mit methodischem und theoretischem Wissen und reflektieren ihr berufliches Handeln kritisch in Bezug auf gesellschaftliche Erwartungen.

Absolventinnen und Absolventen besitzen die Fähigkeit zum eigenverantwortlichen Selbstmanagement, welche durch die eigenständige Semester- und Studienorganisation sowie die Belegung der Wahlpflichtfächer gewährleistet wird. Für die Persönlichkeitsentwicklung ebenfalls von Bedeutung ist die Kompetenz, schwierige Entscheidungen zu treffen. Ein wesentlicher Gegenstand der Betriebs- und Außenwirtschaft ist das transparente und systematische Bewerten und Entscheiden über unternehmerische Herausforderungen. Anhand von Kennzahlen, aber auch anhand von Fallbeispielen aus der Praxis werden in Seminaren Entscheidungssituationen nachgestellt und reflektiert. Absolventinnen und Absolventen können ihre eigenen Fähigkeiten sehr gut einschätzen und Entscheidungen aufgrund ihres vorhandenen Wissens fundiert begründen. Darüber hinaus sind sich Absolventinnen und Absolventen des dualen Bachelorstudiengangs Global Trade Management (dual) ihrer Verantwortung gegenüber der Wissenschaft, Wirtschaft und Gesellschaft bewusst. Neben dem fachspezifischen Wissen werden die Absolventinnen und Absolventen für Themen wie Nachhaltigkeit, Corporate Social Responsibility, Corporate Compliance und Ethik in der Geschäftswelt sensibilisiert und geschult. Die Absolventinnen und Absolventen können diverse Handlungsalternativen kritisch analysieren und haben ein Bewusstsein für die Tragweite ihrer wirtschaftlichen Entscheidungen. Zudem werden die Studierenden in der Veranstaltung Wirtschaftspolitik befähigt, wirtschaftspolitische Zielkonflikte zu identifizieren und Lösungsansätze zu konstruieren.

Die Studiengangleitung des dualen Bachelorstudiengangs und die Kooperationspartner überprüfen regelmäßig das effektive und zielführende Zusammenwirken der Studien- und Praxisphasen anhand geeigneter Qualitätssicherungsmaßnahmen. Anregungen fließen direkt in die Ausgestaltung der Module ein bzw. werden für anstehende Verbesserungsmaßnahmen berücksichtigt.

II.4 Qualifikationsziele Internationales Logistikmanagement B.A.

Der Bachelorstudiengang Internationales Logistikmanagement ist ein betriebswirtschaftliches Studium mit dem Schwerpunkt Logistik. Das Studium zum Bachelor of Arts vermittelt Absolventinnen und Absolventen zum einen ein breites und integriertes Wissen über betriebswirtschaftliche Zusammenhänge und zum anderen logistische Fachkompetenzen. Der Fokus des Studiums liegt in der Gestaltung und Optimierung globaler Supply Chains. Zudem verfügen die Absolventinnen und Absolventen nach dem Abschluss über ein tiefgehendes wissenschaftliches Verständnis in dem entsprechenden Fachgebiet. Absolventinnen und Absolventen werden im Rahmen ihres Studiums, des Auslandspraktikums sowie durch das Anfertigen einer Abschlussarbeit optimal auf eine Karriere in kleinen oder mittelständischen Unternehmen sowie in internationalen Konzernen, in Verbänden und Organisationen vorbereitet.

Das Qualifizierungsprofil des Studiengangs Internationales Logistikmanagement garantiert Absolventinnen und Absolventen aufgrund der steigenden Bedeutung der Logistik bei Industrie-, Handels- und Dienstleistungsunternehmen eine interessante und zukunftssichere berufliche Perspektive.

1. Wissen und Verstehen

a. Wissensverbreiterung im Rahmen der Grundlagenausbildung

Absolventinnen und Absolventen haben ein breites und integriertes Fachwissen und verstehen die wissenschaftlichen Grundlagen der Betriebswirtschaft.

In den ersten vier Semestern wird den Studierenden neben fachspezifischem Wissen in Veranstaltungen wie Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, Rechnungswesen, Volkswirtschaftslehre und weiteren Grundlagenvorlesungen ein grundlegendes Verständnis für betriebs- und volkswirtschaftliche Theorien vermittelt. Nach den ersten vier Semestern verfügen Absolventinnen und Absolventen des Studiengangs Internationales Logistikmanagement über die Fähigkeit des ökonomischen Denkens und der ökonomischen Theorienbildung. Darüber hinaus erlernen die Absolventinnen und Absolventen im dritten Semester wissenschaftliches Schreiben und Arbeiten. Komplementiert wird das betriebswirtschaftliche Fundament durch die Veranstaltung Advanced Business Communications.

Zudem werden im vierten Semester interkulturelle Kompetenzen und weitere Soft Skills gelehrt, welche die Absolventinnen und Absolventen auf einen Einsatz bzw. auf die Zusammenarbeit mit aufsteigenden und bereits führenden Industriestaaten vorbereiten. Die Grundlagenausbildung beinhaltet zudem weitere Ergänzungsmodule wie Mathematik und Statistik, welche die analytischen Fähigkeiten fördern und für das Verständnis und den weiteren Verlauf des Studiums essentiell sind.

Logistikmanagement Basics

Bereits ab dem ersten Semester belegen die Absolventinnen und Absolventen Veranstaltungen im Bereich Logistik- und Operationsmanagement. In der Veranstaltung Grundlagen des Logistikmanagements werden grundlegende Aufgaben, Methoden und Fragestellungen des internationalen Logistikmanagements vermittelt. Die Absolventinnen und

Absolventen werden in die Lage versetzt, die unterschiedliche Bedeutung der Logistik in der Volkswirtschaft und den Unternehmen zu erkennen, zu unterscheiden und sind nach der Veranstaltung fähig, die wesentlichen Elemente, Teilbereiche, Instrumente und Systeme der Logistik zu unterscheiden. Im zweiten Semester werden den Studierenden Grundlagen der Industrie- und Fertigungslogistik vermittelt, logistische Betätigungsfelder genauer beleuchtet und konkrete Anwendungsfelder anhand von praktischen Beispielen diskutiert. Anschließend lernen die Absolventinnen und Absolventen in der Veranstaltung Prozesssicherheit die fachspezifischen Methoden und Verfahren eines IT-gestützten Supply Chain Managements und Qualitätsmanagements zu verstehen, anzuwenden und zu analysieren. Im Rahmen der Veranstaltung Planung und Optimierung von Supply Chains erlernen die Absolventinnen und Absolventen zudem die fachspezifischen Methoden, Verfahren, Arbeitsmittel und Materialien des Operations Research mit dem Schwerpunkt logistischer Fragestellungen anzuwenden sowie zu analysieren und zu evaluieren. Zudem können die Absolventinnen und Absolventen mathematische Methoden auf die dazugehörigen Werkzeuge des Operations Research anwenden und die entsprechenden Fachtermini verstehen.

b. Wissensvertiefung & Wissensverständnis im Rahmen der Wahlpflichtmodule

Absolventinnen und Absolventen haben ein kritisches Verständnis für logistische Prozesse und können betriebs- und volkswirtschaftliche Theorien kritisch analysieren.

Nachdem die Grundlagen innerhalb der ersten vier Semester gelegt wurden, haben die Studierenden in Abhängigkeit von der Wahl der Studienverlaufvariante im fünften und sechsten beziehungsweise sechsten und siebten Semester die Möglichkeit, ihre Expertise durch die Wahl der angebotenen Wahlpflichtmodule ihren Vorstellungen entsprechend zu vertiefen. Die Wahlpflichtmodule sind ausnahmslos international ausgerichtet und werden Dank kleiner Gruppengrößen sehr praxisorientiert vermittelt. In diesen Modulen finden verstärkt Projektarbeiten, Workshops oder auch Exkursionen zu international tätigen Unternehmen statt. Durch die Wahlpflichtmodule entwickeln die Studierenden ein kritisches und vertieftes Verständnis für die wichtigsten Theorien, Prinzipien und Methoden der Betriebs- und Außenwirtschaft sowie des Logistik- und Operationsmanagements.

Darüber hinaus verfügen die Studierenden über die Befähigung ihr Wissen zu erweitern, zu vertiefen und kritisch zu reflektieren. Diese Fähigkeiten ermöglichen es den Studierenden ihren Wissensstand durch kritisches Denken und Analysieren von unternehmerischen Herausforderungen und aktuellen Forschungsfragen über den aktuellen Stand der Fachliteratur hinaus zu erweitern. Zudem wird durch das Erlernen einer strukturierten und zielgerichteten Vorgehensweise, einer ganzheitlichen Betrachtung der unternehmerischen Herausforderung und einer transparenten und umsetzbaren Lösungsfindung die Problemlösungskompetenz während des gesamten Studiums gestärkt. Auf der Grundlage des erworbenen Wissens ordnen sie komplexe Sachverhalte fachgerecht ein und können wirtschaftsrelevante Daten sowie unternehmerische Kennzahlen verstehen und interpretieren. Die praxisbezogenen Veranstaltungen, diverse Gastvorträge und Exkursionen befähigen die Studierenden zudem zum interdisziplinären Denken, welches Perspektiven und neue Potenziale im Unternehmen eröffnet.

Advanced Knowledge in Logistikmanagement

Je nach Wahl der Studienverlaufsform vertiefen die Studierenden im Rahmen des fünften (sechsten) und sechsten (siebten) Semesters ihr Fachwissen in den Veranstaltungen Production Systems & Lean Manufacturing sowie Angewandte Logistik. Den Absolventinnen und Absolventen wird im Rahmen dieser Veranstaltungen unter anderem die Bedeutung effektiver und effizienter Geschäftsprozesse in einem sich dynamisch verändernden Geschäftsumfeld vermittelt. Nach erfolgreichem Abschluss der Veranstaltung Production Systems & Lean Manufacturing können die Absolventinnen und Absolventen effizientere und effektivere Prozesse, basierend auf dem Kaizen-Konzept, implementieren und die Wertschöpfungskette eines Unternehmens, die unmittelbar mit dem Unternehmenserfolg korreliert, evaluieren und optimieren. Die Veranstaltung Angewandte Logistik vermittelt den Absolventinnen und Absolventen ein vertieftes Verständnis für die internationale Logistik und verleiht ihnen die Kompetenz, Sachverhalte und Herausforderungen der Logistik zu erklären und eigenständig zu bewerten. Dabei ist den Absolventinnen und Absolventen bewusst, welche Zielkonflikte und Optimierungskriterien bestehen und wie diese in der Praxis gelöst werden.

Grundsätzlich fließen hier auch Gesichtspunkte der digitalen Transformation von logistischen Leistungsprozessen mit ein. Die Studierenden sind in der Lage, Trends und Technologien zu erkennen, Grenzen zu bewerten und Einsatzpotenziale eigenständig abzuschätzen.

2. Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen

a. Nutzung und Transfer

Absolventinnen und Absolventen des Studiums Internationales Logistikmanagement haben aufgrund ihres Fachwissens die Befähigung zur qualitativen Erwerbstätigkeit.

Die Absolventinnen und Absolventen verfügen nach erfolgreicher Graduierung aufgrund ihrer Fachkompetenz im Bereich des Logistik- und Operationsmanagements – ergänzt um außenwirtschaftliche Aspekte – über ein Alleinstellungsmerkmal, welches gegenüber Absolventinnen und Absolventen eines rein betriebswirtschaftlichen Studiums einen Vorteil auf dem nationalen wie internationalen Arbeitsmarkt bedeutet. Veranstaltungen wie beispielsweise Grundlagen des Logistikmanagements, Industrie- & Fertigungslogistik und Angewandte Logistik bereiten die Absolventinnen und Absolventen im Besonderen auf eine Karriere in Logistikfunktionen in Industrie-, Handels- und Dienstleistungsunternehmen vor.

Die erworbenen Kenntnisse und Fähigkeiten werden durch spezifische Wahlpflichtmodule, welche stets einen internationalen Bezug haben, komplementiert. Die Unternehmen profitieren von den Absolventinnen und Absolventen in mehrfacher Hinsicht. Neben dem speziellen Fachwissen im Bereich der Logistik verfügen die Absolventinnen und Absolventen über ein tiefgehendes Wissen und Verständnis für betriebs- und außenwirtschaftliche Zusammenhänge und können somit relevante Schnittstellen analysieren und optimieren. Dies versetzt die Absolventinnen und Absolventen in die Lage, unternehmerische Ziele selbstständig zu entwerfen und zu erreichen. Die Absolventinnen und Absolventen erlernen in der Veranstaltung Project Management, anwendungsorientierte Projekte durchzuführen und somit komplexen berufsrelevanten Herausforderungen erfolgreich entgegenzutreten. Zusätzlich zu den sprachlichen und rhetorischen Fähigkeiten verfügen die Absolventinnen und Absolventen über wichtige analytische Fähigkeiten, welche es ermöglichen, komplexe

Zusammenhänge zu erkennen, individuelle Lösungsvorschläge zu erarbeiten und somit einen Mehrwert für Unternehmen zu schaffen. Darüber hinaus befähigt die im Curriculum integrierte wissenschaftliche Ausbildung die Absolventinnen und Absolventen, wissenschaftliche Erkenntnisse in den unternehmerischen Kontext zu implementieren.

Die branchenübergreifende Ausbildung ermöglicht den Absolventinnen und Absolventen in diversen Wirtschaftszweigen und Unternehmen tätig zu werden.

Die Grundlagen in der beruflichen Praxis (Auslandspraktikum)

Je nach Wahl der Studienverlaufsvariante kann der Studiengang Internationales Logistikmanagement in sechs Semestern (180 CP) oder sieben Semestern (210 CP) Regelstudienzeit abgeschlossen werden. Fällt die Wahl auf die siebensemestrigem Studienverlaufsvariante, sieht das fünfte Semester ein Pflichtpraktikum vor. Dieses Praktikum umfasst einen zusammenhängenden Zeitraum von mindestens 20 Wochen und ist in einem Unternehmen im Ausland zu absolvieren. Ziel des Auslandspraktikums ist es, das im Studium erworbene Wissen erstmalig in der Praxis anzuwenden und berufsqualifizierend umzusetzen.

Neben dem Auslandspraktikum haben die Studierenden die Möglichkeit, ein bis zwei Semester an einer der vielen Partnerhochschulen in über 40 verschiedenen Ländern zu studieren. Die dort erbrachten Leistungen werden bei guter Studienorganisation in allen Studiengängen der Studienrichtung IBA anerkannt, wodurch eine Verlängerung der Studiendauer ausgeschlossen werden kann. Durch die hier dargestellte Studienorganisation bietet das Studium den Gestaltungsfreiraum innerhalb der (sechs) sieben Semester Regelstudienzeit zwei Auslandsaufenthalte zu integrieren. Dadurch erfahren Absolventinnen und Absolventen eine ideale Berufsvorbereitung mit einer praxisorientierten, fachlichen wie auch sprachlichen Ausbildung.

b. Wissenschaftliche Innovation

Im Rahmen der Abschlussarbeit können Absolventinnen und Absolventen ihr Wissen und ihre methodischen Kompetenzen anwenden und neues Wissen schaffen.

Die im Modul „Academic Research“ erworbenen Fähigkeiten zum wissenschaftlichen Arbeiten werden im Zuge der Abschlussarbeit zielführend und praktisch angewendet. Die Studierenden können im Rahmen ihrer Bachelorarbeit relevante Themen, insbesondere auf ihrem Fachgebiet, kritisch analysieren und reflektieren. Durch die eigenständig formulierte Forschungsfrage erweitern die Studierenden ihre persönliche Expertise und schaffen zudem durch empirische Untersuchungen neue Erkenntnisse. Dank ihrer analytischen Kompetenzen verfügen die Absolventinnen und Absolventen über die Fähigkeit, die in der Abschlussarbeit gesammelten Daten und Erkenntnisse selbstständig zu interpretieren und darauf aufbauend sachgerechte Lösungen und Handlungsalternativen für Unternehmen, die Gesellschaft und die Wirtschaft zu formulieren. Die Prüfungsordnung des Studiengangs Internationales Logistikmanagement sieht vor, dass die Abschlussarbeit in Kooperation mit einem Unternehmen geschrieben wird. Hierdurch können Absolventinnen und Absolventen ihre Expertise in einem Unternehmen einbringen und somit einen marktrelevanten Wissenstransfer leisten.

3. Kommunikation und Kooperation

Absolventinnen und Absolventen verfügen über kommunikative und kooperative Fähigkeiten und können in einen fachbezogenen Diskurs mit einem fachfremden und fachkundigen Publikum treten.

Absolventinnen und Absolventen verfügen über ein hohes Maß an Teamfähigkeit, welche im Rahmen von Gruppenarbeiten und Präsentationen aktiv und kontinuierlich gefördert und gefordert wird. Absolventinnen und Absolventen des Studiengangs Internationales Logistikmanagement sind konflikt- und kritikfähig. Diese Eigenschaften werden im Rahmen des Studiums durch Gruppenarbeiten und direktes Feedback der Dozenten sowie bei der Selbstevaluation in Veranstaltungen wie Project Management sichergestellt. Absolventinnen und Absolventen verfügen neben der Team- und Kritikfähigkeit auch über Präsentations- und Verhandlungsgeschick sowie rhetorische Kompetenzen. Im Rahmen diverser Seminare werden Ergebnisse von den Studierenden ausgearbeitet, illustriert und präsentiert. Durch eigene Erfahrungen und das Feedback der Dozenten ist hierbei eine nachhaltige Verbesserung gewährleistet. Dies befähigt die Absolventinnen und Absolventen in einen Diskurs mit einem Fachpublikum zu treten, Konzepte kritisch zu analysieren und nachhaltige Lösungsvorschläge zu präsentieren. Aufgrund des verfügbaren Fachwissens können die Absolventinnen und Absolventen auch Fachfremde in eine Diskussion einbeziehen und ihren Standpunkt methodisch und theoretisch darlegen. Ein weiterer Bestandteil der Persönlichkeitsentwicklung ist der Erwerb von Führungskompetenzen. Vor diesem Hintergrund werden die Studierenden befähigt Handlungsalternativen zu erkennen und situativ ihre Führungsqualitäten einzusetzen.

Interkulturelle Kompetenz als Schlüsselqualifikation im globalen Handel

Vor dem Hintergrund der Globalisierung und der Vernetzung der globalen Märkte ist Englisch die Welthandelsprache. Die Pflichtveranstaltung Advanced Business Communications sowie diverse andere Veranstaltungen, welche in englischer Sprache gelesen werden, erhöhen die Chancen und Perspektiven auf dem nationalen wie internationalen Arbeitsmarkt für die Absolventinnen und Absolventen.

Förderlich sind zudem die Strukturen des Hochschulcampus. Mit insgesamt 3700 Studierenden aus 56 Nationen bietet die Hochschule Worms ein internationales Ambiente. Die Studierenden haben die Chance, ihre erworbenen Fremdsprachenkenntnisse mit Muttersprachlern zu erweitern und zu festigen. Darüber hinaus ist die Diversität des Hochschulcampus förderlich zur praktischen Umsetzung der im Curriculum verankerten Veranstaltung Interkulturelle Kompetenzen. Die Internationalität auf dem Campus ermöglicht es den Absolventinnen und Absolventen diese wichtigen Fähigkeiten jederzeit anzuwenden und zu schärfen.

Wie eingangs bereits erwähnt, werden die Studierenden im Rahmen der ersten vier Semester auf ein Auslandspraktikum vorbereitet. Die hier erworbenen Kenntnisse gehen über das fachliche Wissen eines betriebswirtschaftlichen Studiums hinaus und schulen die Studierenden in Bezug auf kulturelle Besonderheiten verschiedener Teile der Welt. Die Möglichkeit eines Auslandssemesters bietet neben dem Auslandspraktikum zudem eine weitere Möglichkeit des interkulturellen Wissensaustausches mit anderen Hochschulen und Studierenden aus aller Welt. Dies fördert neben dem eigenen Charakter auch das politische

und gesellschaftliche Verständnis für andere Länder und Kulturen und dient somit der Völkerverständigung und der internationalen Zusammenarbeit.

4. Professionalität

Absolventinnen und Absolventen begründen ihre Entscheidungen mit methodischem und theoretischem Wissen und reflektieren ihr berufliches Handeln kritisch in Bezug auf gesellschaftliche Erwartungen.

Absolventinnen und Absolventen besitzen die Fähigkeit zum eigenverantwortlichen Selbstmanagement, welche durch die eigenständige Semester- und Studienorganisation sowie die Belegung der Wahlpflichtfächer gewährleistet wird. Für die Persönlichkeitsentwicklung ebenfalls von Bedeutung ist die Kompetenz, schwierige Entscheidungen zu treffen. Ein wesentlicher Gegenstand des Logistikmanagements sowie der Betriebs- und Außenwirtschaft ist das transparente und systematische Bewerten und Entscheiden über unternehmerische Herausforderungen. Anhand von Kennzahlen, aber auch anhand von Fallbeispielen aus der Praxis, werden in Seminaren Entscheidungssituationen nachgestellt und reflektiert. Absolventinnen und Absolventen können ihre eigenen Fähigkeiten sehr gut einschätzen und Entscheidungen aufgrund ihres vorhandenen Wissens fundiert begründen. Darüber hinaus sind sich Absolventinnen und Absolventen des Bachelorstudienganges Internationales Logistikmanagement ihrer Verantwortung gegenüber der Wissenschaft, Wirtschaft und Gesellschaft bewusst. Neben dem fachspezifischen Wissen werden die Absolventinnen und Absolventen für Themen wie Nachhaltigkeit, Corporate Social Responsibility, Corporate Compliance und Ethik in der Geschäftswelt sensibilisiert und geschult. Die Absolventinnen und Absolventen können diverse Handlungsalternativen kritisch analysieren und haben ein Bewusstsein für die Tragweite ihrer wirtschaftlichen Entscheidungen. Zudem werden die Studierenden in der Veranstaltung Wirtschaftspolitik befähigt, wirtschaftspolitische Zielkonflikte zu identifizieren und Lösungsansätze zu konstruieren.

II.5 Qualifikationsziele Internationales Logistikmanagement (dual) B.A.

Der Bachelorstudiengang Internationales Logistikmanagement (dual) ist ein betriebswirtschaftliches Studium mit dem Schwerpunkt Logistik. Das Studium zum Bachelor of Arts vermittelt Absolventinnen und Absolventen zum einen ein breites und integriertes Wissen über betriebswirtschaftliche Zusammenhänge und zum anderen logistische Fachkompetenzen. Der Fokus des Studiums liegt in der Gestaltung und Optimierung globaler Supply Chains. Zudem verfügen die Absolventinnen und Absolventen nach dem Abschluss über ein tiefgehendes wissenschaftliches Verständnis in dem entsprechenden Fachgebiet. Absolventinnen und Absolventen werden im Rahmen ihres Studiums, der Praxisphasen, des Auslandspraktikums sowie durch das Anfertigen einer Abschlussarbeit optimal auf eine Karriere in kleinen oder mittelständischen Unternehmen sowie in internationalen Konzernen, in Verbänden und Organisationen vorbereitet.

Das Qualifizierungsprofil des Studienganges Internationales Logistikmanagement (dual) garantiert Absolventinnen und Absolventen aufgrund der steigenden Bedeutung der Logistik bei Industrie-, Handels- und Dienstleistungsunternehmen eine interessante und zukunftssichere berufliche Perspektive.

Praxisnähe ab dem ersten Semester

Der Studiengang Internationales Logistikmanagement (dual) zeichnet sich im Besonderen durch die enge Verzahnung der praktischen und theoretischen Kompetenzen und Inhalte aus. Absolventinnen und Absolventen des dualen Studiengangs erwerben neben dem speziellen Fachwissen zudem eine betriebs- und außenwirtschaftliche Expertise. Darüber hinaus erwerben sie berufsrelevante überfachliche Kompetenzen sowohl in der Hochschule als auch in Unternehmen aus dem Industrie-, Handels- oder Dienstleistungssektor. Die entsprechenden Studieninhalte und Praxisphasen sind modularisiert und mit entsprechenden ECTS-Punkten versehen. Dies garantiert ein fachlich und organisatorisch aufeinander abgestimmtes akademisches und berufsqualifizierendes Ausbildungskonzept.

1. Wissen und Verstehen

a. Wissensverbreiterung im Rahmen der Grundlagenausbildung

Absolventinnen und Absolventen haben ein breites und integriertes Fachwissen und verstehen die wissenschaftlichen Grundlagen der Betriebswirtschaft.

In den ersten vier Semestern wird den Studierenden neben fachspezifischem Wissen in Veranstaltungen wie Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, Rechnungswesen, Volkswirtschaftslehre und weiteren Grundlagenvorlesungen ein grundlegendes Verständnis für betriebs- und volkswirtschaftliche Theorien vermittelt. Nach den ersten vier Semestern verfügen Absolventinnen und Absolventen des Studiengangs Internationales Logistikmanagement (dual) über die Fähigkeit des ökonomischen Denkens und der ökonomischen Theorienbildung.

Darüber hinaus erlernen die Absolventinnen und Absolventen im dritten Semester wissenschaftliches Schreiben und Arbeiten. Die Grundlagenausbildung beinhaltet zudem weitere Ergänzungsmodule wie Mathematik und Statistik, welche die analytischen Fähigkeiten fördern und für das Verständnis und den weiteren Verlauf des Studiums essentiell sind. Das duale Studium bietet Absolventinnen und Absolventen die Möglichkeit, die gelehrten Vorlesungsinhalte mit den praktischen Erfahrungen der Praxisphasen zu verknüpfen. Durch diese Praxisphasen sind die Absolventinnen und Absolventen ab dem ersten Semester in einem Unternehmen eingebunden und können berufsrelevante Soft Skills vor Ort praxisnah erleben und erlernen.

Logistikmanagement Basics

Bereits ab dem ersten Semester belegen die Absolventinnen und Absolventen Veranstaltungen im Bereich Logistik- und Operationsmanagement. In der Veranstaltung Grundlagen des Logistikmanagements werden grundlegende Aufgaben, Methoden und Fragestellungen des internationalen Logistikmanagements vermittelt. Die Absolventinnen und Absolventen werden in die Lage versetzt, die unterschiedliche Bedeutung der Logistik in der Volkswirtschaft und den Unternehmen zu erkennen, zu unterscheiden und sind nach der Veranstaltung fähig, die wesentlichen Elemente, Teilbereiche, Instrumente und Systeme der Logistik zu unterscheiden. Im zweiten Semester werden den Studierenden Grundlagen der Industrie- und Fertigungslogistik vermittelt, logistische Betätigungsfelder genauer beleuchtet und konkrete Anwendungsfelder anhand von praktischen Beispielen diskutiert. Anschließend

lernen die Absolventinnen und Absolventen in der Veranstaltung Prozesssicherheit die fachspezifischen Methoden und Verfahren eines IT-gestützten Supply Chain Managements und Qualitätsmanagements zu verstehen, anzuwenden und zu analysieren. Im Rahmen der Veranstaltung Planung und Optimierung von Supply Chains erlernen die Absolventinnen und Absolventen zudem die fachspezifischen Methoden, Verfahren, Arbeitsmittel und Materialien des Operations Research mit dem Schwerpunkt logistischer Fragestellungen anzuwenden sowie zu analysieren und zu evaluieren. Zudem können die Absolventinnen und Absolventen mathematische Methoden auf die dazugehörigen Werkzeuge des Operations Research anwenden und die entsprechenden Fachtermini verstehen.

b. Wissensvertiefung & Wissensverständnis im Rahmen der Wahlpflichtmodule

Absolventinnen und Absolventen haben ein kritisches Verständnis für logistische Prozesse und können betriebs- und volkswirtschaftliche Theorien kritisch analysieren.

Nachdem die Grundlagen innerhalb der ersten vier Semester gelegt wurden, haben die Studierenden in Abhängigkeit von der Wahl der Studienverlaufsvariante im fünften und sechsten beziehungsweise sechsten und siebten Semester die Möglichkeit, ihre Expertise durch die Wahl der angebotenen Wahlpflichtmodule ihren Vorstellungen entsprechend zu vertiefen. Die Wahlpflichtmodule sind ausnahmslos international ausgerichtet und werden Dank kleiner Gruppengrößen sehr praxisorientiert vermittelt. In diesen Modulen finden verstärkt Projektarbeiten, Workshops oder auch Exkursionen zu international tätigen Unternehmen statt. Durch die Wahlpflichtmodule entwickeln die Studierenden ein kritisches und vertieftes Verständnis für die wichtigsten Theorien, Prinzipien und Methoden der Betriebs- und Außenwirtschaft sowie des Logistik- und Operationsmanagements.

Darüber hinaus verfügen die Studierenden über die Befähigung ihr Wissen zu erweitern, zu vertiefen und kritisch zu reflektieren. Diese Fähigkeiten ermöglichen es den Studierenden ihren Wissensstand durch kritisches Denken und Analysieren von unternehmerischen Herausforderungen und aktuellen Forschungsfragen über den aktuellen Stand der Fachliteratur hinaus zu erweitern. Zudem wird durch das Erlernen einer strukturierten und zielgerichteten Vorgehensweise, einer ganzheitlichen Betrachtung der unternehmerischen Herausforderung und einer transparenten und umsetzbaren Lösungsfindung die Problemlösungskompetenz während des gesamten Studiums gestärkt. Auf der Grundlage des erworbenen Wissens ordnen sie komplexe Sachverhalte fachgerecht ein und können wirtschaftsrelevante Daten sowie unternehmerische Kennzahlen verstehen und interpretieren. Die praxisbezogenen Veranstaltungen, diverse Gastvorträge und Exkursionen befähigen die Studierenden zudem zum interdisziplinären Denken, welches Perspektiven und neue Potenziale im Unternehmen eröffnet.

Advanced Knowledge in Logistikmanagement

Je nach Wahl der Studienverlaufsform vertiefen die Studierenden im Rahmen des fünften (sechsten) und sechsten (siebten) Semesters ihr Fachwissen in den Veranstaltungen Production Systems & Lean Manufacturing sowie Angewandte Logistik. Den Absolventinnen und Absolventen wird im Rahmen dieser Veranstaltungen unter anderem die Bedeutung effektiver und effizienter Geschäftsprozesse in einem sich dynamisch verändernden Geschäftsumfeld vermittelt. Nach erfolgreichem Abschluss der Veranstaltung Production

Systems & Lean Manufacturing können die Absolventinnen und Absolventen effizientere und effektivere Prozesse, basierend auf dem Kaizen-Konzept, implementieren und die Wertschöpfungskette eines Unternehmens, die unmittelbar mit dem Unternehmenserfolg korreliert, evaluieren und optimieren. Die Veranstaltung Angewandte Logistik vermittelt den Absolventinnen und Absolventen ein vertieftes Verständnis für die internationale Logistik und verleiht ihnen die Kompetenz, Sachverhalte und Herausforderungen der Logistik zu erklären und eigenständig zu bewerten. Dabei ist den Absolventinnen und Absolventen bewusst, welche Zielkonflikte und Optimierungskriterien bestehen und wie diese in der Praxis gelöst werden.

Grundsätzlich fließen hier auch Gesichtspunkte der digitalen Transformation von logistischen Leistungsprozessen mit ein. Die Studierenden sind in der Lage, Trends und Technologien zu erkennen, Grenzen zu bewerten und Einsatzpotenziale eigenständig abzuschätzen.

2. Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen

a. Nutzung und Transfer

Absolventinnen und Absolventen des Studiums Internationales Logistikmanagement (dual) haben aufgrund ihres Fachwissens die Befähigung zur qualitativen Erwerbstätigkeit.

Die Absolventinnen und Absolventen verfügen nach erfolgreicher Graduierung aufgrund ihrer Fachkompetenz im Bereich des Logistik- und Operationsmanagements – ergänzt um außenwirtschaftliche Aspekte – über ein Alleinstellungsmerkmal, welches gegenüber Absolventinnen und Absolventen eines rein betriebswirtschaftlichen Studiums einen Vorteil auf dem nationalen wie internationalen Arbeitsmarkt bedeutet. Veranstaltungen wie beispielsweise Grundlagen des Logistikmanagements, Industrie- & Fertigungslogistik sowie Angewandte Logistik bereiten die Absolventinnen und Absolventen im Besonderen auf eine Karriere in Logistikfunktionen in Industrie-, Handels- und Dienstleistungsunternehmen vor.

Die erworbenen Kenntnisse und Fähigkeiten werden durch spezifische Wahlpflichtmodule, welche stets einen internationalen Bezug haben, komplementiert. Die Unternehmen profitieren von den Absolventinnen und Absolventen in mehrfacher Hinsicht. Neben dem speziellen Fachwissen im Bereich der Logistik verfügen die Absolventinnen und Absolventen über ein tiefgehendes Wissen und Verständnis für betriebs- und außenwirtschaftliche Zusammenhänge und können somit relevante Schnittstellen analysieren und optimieren. Dies versetzt die Absolventinnen und Absolventen in die Lage, unternehmerische Ziele selbstständig zu entwerfen und zu erreichen. Die Absolventinnen und Absolventen erlernen in diversen Veranstaltungen anwendungsorientierte Projekte durchzuführen und somit komplexen berufsrelevanten Herausforderungen erfolgreich entgegenzutreten. Zusätzlich zu den sprachlichen und rhetorischen Fähigkeiten verfügen die Absolventinnen und Absolventen über wichtige analytische Fähigkeiten, welche es ermöglichen, komplexe Zusammenhänge zu erkennen, individuelle Lösungsvorschläge zu erarbeiten und somit einen Mehrwert für das Unternehmen zu schaffen. Darüber hinaus befähigt die im Curriculum integrierte wissenschaftliche Ausbildung die Absolventinnen und Absolventen, wissenschaftliche Erkenntnisse in den unternehmerischen Kontext zu implementieren.

Die branchenübergreifende Ausbildung ermöglicht den Absolventinnen und Absolventen in diversen Wirtschaftszweigen und Unternehmen tätig zu werden.

Die Grundlagen in der beruflichen Praxis (Praxisphasen & Auslandspraktikum)

Je nach Wahl der Studienverlaufsvariante kann der Studiengang Internationales Logistikmanagement (dual) in sechs Semestern (180 CP) oder sieben Semestern (210 CP) Regelstudienzeit abgeschlossen werden. Fällt die Wahl auf die siebensemestriges Studienverlaufsvariante, sieht das fünfte Semester ein Pflichtpraktikum vor. Dieses Praktikum umfasst einen zusammenhängenden Zeitraum von mindestens 20 Wochen und ist in einem Unternehmen im Ausland zu absolvieren. Ziel des Auslandspraktikums ist es, das im Studium erworbene Wissen im Ausland anzuwenden und berufsqualifizierend umzusetzen.

Aufgrund der bereits in den Praxisphasen gesammelten Erfahrung, können sich die dual Studierenden im Rahmen dieses 20-wöchigen Praktikums unmittelbar einem komplexen und verantwortungsvollen Projekt stellen. Das Praxissemester kann sowohl in dem Kooperationsunternehmen als auch in einem weiteren Unternehmen absolviert werden.

Neben dem Auslandspraktikum haben die Studierenden die Möglichkeit, ein bis zwei Semester an einer der vielen Partnerhochschulen in über 40 verschiedenen Ländern zu studieren. Die dort erbrachten Leistungen werden bei guter Studienorganisation in allen Studiengängen der Studienrichtung IBA anerkannt, wodurch eine Verlängerung der Studiendauer ausgeschlossen werden kann. Durch die hier dargestellte Studienorganisation bietet das Studium den Gestaltungsfreiraum innerhalb der (sechs) sieben Semester Regelstudienzeit zwei Auslandsaufenthalte zu integrieren. Dadurch erfahren Absolventinnen und Absolventen eine ideale Berufsvorbereitung mit einer praxisorientierten, fachlichen wie auch sprachlichen Ausbildung.

b. Wissenschaftliche Innovation

Im Rahmen der Abschlussarbeit können Absolventinnen und Absolventen ihr Wissen und ihre methodischen Kompetenzen anwenden und neues Wissen schaffen.

Die im Modul „Academic Research“ erworbenen Fähigkeiten zum wissenschaftlichen Arbeiten werden im Zuge der Abschlussarbeit zielführend und praktisch angewendet. Die Studierenden können im Rahmen ihrer Bachelorarbeit relevante Themen, insbesondere auf ihrem Fachgebiet, kritisch analysieren und reflektieren. Durch die eigenständig formulierte Forschungsfrage erweitern die Studierenden ihre persönliche Expertise und schaffen zudem durch empirische Untersuchungen neue Erkenntnisse. Dank ihrer analytischen Fähigkeiten verfügen die Absolventinnen und Absolventen über die Kompetenz, die in der Abschlussarbeit gesammelten Daten und Erkenntnisse selbstständig zu interpretieren und darauf aufbauend sachgerechte Lösungen und Handlungsalternativen für Unternehmen, die Gesellschaft und die Wirtschaft zu formulieren.

Die Prüfungsordnung des Studiengangs Internationales Logistikmanagement (dual) sieht vor, dass die Abschlussarbeit in Zusammenarbeit mit dem Kooperationsunternehmen geschrieben wird. Durch diese Kooperation können Absolventinnen und Absolventen ihre umfangreiche unternehmensspezifische Expertise in ihrem Unternehmen einbringen und somit einen marktrelevanten Wissenstransfer leisten.

3. Kommunikation und Kooperation

Absolventinnen und Absolventen verfügen über kommunikative und kooperative Fähigkeiten und können in einen fachbezogenen Diskurs mit einem fachfremden und fachkundigen Publikum treten.

Absolventinnen und Absolventen verfügen über ein hohes Maß an Teamfähigkeit, welche im Rahmen von Gruppenarbeiten und Präsentationen aktiv und kontinuierlich gefördert und gefordert wird. Absolventinnen und Absolventen des Studiengangs Internationales Logistikmanagement (dual) sind konflikt- und kritikfähig. Diese Eigenschaften werden während des Studiums und der Praxisphasen im Rahmen von Gruppenarbeiten oder Einzelleistungen durch direktes Feedback der Dozenten und Vorgesetzten vermittelt. Absolventinnen und Absolventen verfügen neben der Team- und Kritikfähigkeit auch über Präsentations- und Verhandlungsgeschick sowie rhetorische Kompetenzen. Während diverser Seminare oder Praxissequenzen werden Ergebnisse von den Studierenden ausgearbeitet, illustriert und präsentiert. Durch eigene Erfahrungen und das Feedback der Dozenten ist hierbei eine nachhaltige Verbesserung gewährleistet. Dies befähigt die Absolventinnen und Absolventen in einen Diskurs mit einem Fachpublikum zu treten, Konzepte kritisch zu analysieren und nachhaltige Lösungsvorschläge zu präsentieren. Aufgrund des verfügbaren Fachwissens können die Absolventinnen und Absolventen auch Fachfremde in eine Diskussion einbeziehen und ihren Standpunkt methodisch und theoretisch darlegen. Ein weiterer Bestandteil der Persönlichkeitsentwicklung ist der Erwerb von Führungskompetenzen. Vor diesem Hintergrund werden die Studierenden befähigt Handlungsalternativen zu erkennen und situativ ihre Führungsqualitäten einzusetzen, um unternehmerische Entscheidungen zu begründen und treffen zu können.

Interkulturelle Kompetenz als Schlüsselqualifikation im globalen Handel

Vor dem Hintergrund der Globalisierung und der Vernetzung der globalen Märkte ist Englisch die Welthandelsprache. Die Pflichtveranstaltung Advanced Business Communications sowie diverse andere Veranstaltungen, welche in englischer Sprache gelesen werden, erhöhen die Chancen und Perspektiven auf dem nationalen wie internationalen Arbeitsmarkt für die Absolventinnen und Absolventen.

Förderlich sind zudem die Strukturen des Hochschulcampus. Mit insgesamt 3700 Studierenden aus 56 Nationen bietet die Hochschule Worms ein internationales Ambiente. Die Studierenden haben die Chance, ihre erworbenen Fremdsprachenkenntnisse mit Muttersprachlern zu erweitern und zu festigen. Darüber hinaus ist die Diversität des Hochschulcampus förderlich zum interkulturellen und interdisziplinären Austausch unter Studierenden. Das im Unternehmen während der Praxisphasen oder im Rahmen des Auslandspraktikums gesammelte interkulturelle Verständnis kann jederzeit auf dem Campus der Hochschule angewendet, aufgefrischt und geschärft werden. Die Möglichkeit eines Auslandssemesters bietet neben dem Auslandspraktikum und der Internationalität des Campus eine weitere Möglichkeit des interkulturellen Wissensaustausches mit anderen Hochschulen und Studierenden aus aller Welt. Dies fördert neben dem eigenen Charakter auch das politische und gesellschaftliche Verständnis für andere Länder und Kulturen und dient somit der Völkerverständigung und der internationalen Zusammenarbeit.

4. Professionalität

Absolventinnen und Absolventen begründen ihre Entscheidungen mit methodischem und theoretischem Wissen und reflektieren ihr berufliches Handeln kritisch in Bezug auf gesellschaftliche Erwartungen.

Absolventinnen und Absolventen besitzen die Fähigkeit zum eigenverantwortlichen Selbstmanagement, welche durch die eigenständige Semester- und Studienorganisation sowie die Belegung der Wahlpflichtfächer gewährleistet wird. Für die Persönlichkeitsentwicklung ebenfalls von Bedeutung ist die Kompetenz schwierige Entscheidungen zu treffen. Ein wesentlicher Gegenstand der Betriebs- und Außenwirtschaft ist das transparente und systematische Bewerten und Entscheiden über unternehmerische Herausforderungen. Anhand von Kennzahlen, aber auch anhand von Fallbeispielen aus der Praxis werden in Seminaren Entscheidungssituationen nachgestellt und reflektiert. Absolventinnen und Absolventen können ihre eigenen Fähigkeiten sehr gut einschätzen und Entscheidungen aufgrund ihres vorhandenen Wissens fundiert begründen. Darüber hinaus sind sich Absolventinnen und Absolventen des Bachelorstudiengangs Internationales Logistikmanagement (dual) ihrer Verantwortung gegenüber der Wissenschaft, Wirtschaft und Gesellschaft bewusst. Neben dem fachspezifischen Wissen werden die Absolventinnen und Absolventen für Themen wie Nachhaltigkeit, Corporate Social Responsibility, Corporate Compliance und Ethik in der Geschäftswelt sensibilisiert und geschult. Die Absolventinnen und Absolventen können diverse Handlungsalternativen kritisch analysieren und haben ein Bewusstsein für die Tragweite ihrer wirtschaftlichen Entscheidungen. Zudem werden die Studierenden in der Veranstaltung Wirtschaftspolitik befähigt, wirtschaftspolitische Zielkonflikte zu identifizieren und Lösungsansätze zu konstruieren.

Die Studiengangleitung des dualen Bachelorstudiengangs und die Kooperationspartner überprüfen regelmäßig das effektive und zielführende Zusammenwirken der Studien- und Praxisphasen anhand geeigneter Qualitätssicherungsmaßnahmen. Anregungen fließen direkt in die Ausgestaltung der Module ein bzw. werden für anstehende Verbesserungsmaßnahmen berücksichtigt.

II.6 Qualifikationsziele Digital Business Management B.A.

Der Bachelorstudiengang Digital Business Management ist ein betriebswirtschaftliches Studium mit dem Schwerpunkt Digital Business. Das Studium zum Bachelor of Arts vermittelt Absolventinnen und Absolventen ein breites und integriertes Wissen über betriebswirtschaftliche Zusammenhänge. Der Fokus des Studiums liegt jedoch auf der Digitalisierung und den damit in Verbindung stehenden Chancen und Herausforderungen einer digitalisierten Geschäftswelt. Zudem verfügen die Absolventinnen und Absolventen nach dem Abschluss über ein tiefgehendes wissenschaftliches Verständnis in dem entsprechenden Fachgebiet. Absolventinnen und Absolventen werden im Rahmen ihres Studiums, des Auslandspraktikums sowie durch das Anfertigen einer Abschlussarbeit optimal auf eine Karriere in kleinen und mittelständischen Unternehmen sowie in internationalen Konzernen, Verbänden und Organisationen vorbereitet.

Das Qualifizierungsprofil des Digital Business Management Studiums garantiert Absolventinnen und Absolventen aufgrund der zunehmenden Digitalisierung und den damit

verbundenen Themen, wie beispielsweise Big Data, eine interessante und zukunftsichere berufliche Perspektive.

1. Wissen und Verstehen

a. Wissensverbreiterung im Rahmen der Grundlagenausbildung

Absolventinnen und Absolventen haben ein breites und integriertes Fachwissen und verstehen die wissenschaftlichen Grundlagen der Betriebswirtschaft.

In den ersten vier Semestern wird den Studierenden neben fachspezifischem Wissen in Veranstaltungen wie Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, Rechnungswesen, Volkswirtschaftslehre und weiteren Grundlagenvorlesungen ein grundlegendes Verständnis für betriebs- und volkswirtschaftliche Theorien vermittelt. Nach den ersten vier Semestern verfügen Studierende des Studiengangs Digital Business Management über die Fähigkeit des ökonomischen Denkens und der ökonomischen Theorienbildung. Darüber hinaus erlernen die Studierenden im dritten Semester wissenschaftliches Schreiben und Arbeiten. Komplementiert wird das betriebswirtschaftliche Fundament durch die Veranstaltung Advanced Business Communications.

Zudem werden im vierten Semester interkulturelle Kompetenzen und weitere Soft Skills gelehrt, welche die Studierenden auf einen Einsatz bei bzw. auf die Zusammenarbeit mit aufsteigenden und bereits führenden Industriestaaten vorbereitet. Die Grundlagenausbildung beinhaltet zudem weitere Ergänzungsmodule wie Mathematik und Statistik, welche die analytischen Fähigkeiten fördern und für das Verständnis und den weiteren Verlauf des Studiums essentiell sind.

Digital Business Basics

Bereits ab dem ersten Semester werden die Studierenden auf die Herausforderungen der Digitalisierung und anderen disruptiven Veränderungsprozessen vorbereitet. In den Analytics-Modulen erlernen die Studierenden die grundlegenden Methoden der statistischen Datenanalyse sowie die Fähigkeit, erfolgreiche Datenanalysen in Unternehmen durchzuführen. Die Veranstaltungen vermitteln den Studierenden ein weiterführendes Verständnis im Bereich der Konzeption und Funktion von Datenbanksystemen und ein grundlegendes Verständnis von Data Warehouses.

b. Wissensvertiefung & Wissensverständnis im Rahmen der Wahlpflichtmodule

Absolventinnen und Absolventen haben ein kritisches Verständnis für analytische und statistische Verfahren und können betriebs- und volkswirtschaftliche Theorien kritisch analysieren.

Nachdem die Grundlagen innerhalb der ersten vier Semester gelegt wurden, haben die Studierenden in Abhängigkeit von der Wahl der Studienverlaufsvariante im fünften und sechsten beziehungsweise sechsten und siebten Semester die Möglichkeit, ihre Expertise durch die Wahl der angebotenen Wahlpflichtmodule ihren Vorstellungen entsprechend zu vertiefen. Die Wahlpflichtmodule sind ausnahmslos international ausgerichtet und werden Dank kleiner Gruppengrößen sehr praxisorientiert vermittelt. In diesen Modulen finden verstärkt Projektarbeiten, Workshops oder auch Exkursionen zu international tätigen

Unternehmen statt. Durch die Wahlpflichtmodule entwickeln die Studierenden ein kritisches Verständnis für die wichtigsten Theorien, Prinzipien und Methoden der Betriebswirtschaft.

Darüber hinaus verfügen die Studierenden über die Befähigung, ihr Wissen zu erweitern, zu vertiefen und kritisch zu reflektieren. Diese Fähigkeiten ermöglichen es den Studierenden, ihren Wissensstand durch kritisches Denken und Analysieren von unternehmerischen Herausforderungen und aktuellen Forschungsfragen über den aktuellen Stand der Fachliteratur hinaus zu erweitern. Zudem wird durch das Erlernen einer strukturierten und zielgerichteten Vorgehensweise, einer ganzheitlichen Betrachtung der unternehmerischen Herausforderung sowie einer transparenten und umsetzbaren Lösungsfindung die Problemlösungskompetenz während des gesamten Studiums gestärkt. Auf der Grundlage des erworbenen Wissens ordnen die Studierenden komplexe Sachverhalte fachgerecht ein und können wirtschaftsrelevante Daten sowie unternehmerische Kennzahlen verstehen und interpretieren. Die praxisbezogenen Veranstaltungen, diverse Gastvorträge und Exkursionen befähigen die Studierenden zudem zum interdisziplinären Denken, welches Perspektiven und neue Potenziale in Unternehmen eröffnet.

Advanced Knowledge in Digital Business

Je nach Wahl der Studienverlaufsform fokussieren sich die Studierenden im Rahmen des fünften (sechsten) und sechsten (siebten) Semesters in den Veranstaltungen Strategic Business Analytics und Advanced Analytics & Business Intelligence auf ausgewählte Aspekte digitaler Geschäftsmodelle sowie auf deren wirtschaftliche Bewertung. Die Studierenden sind in der Lage, Unternehmensbewertungsmodelle aus der Kapitalmarkttheorie praktisch anzuwenden. Zudem lernen die Studierenden ausgewählte Analysemethoden mittels Statistik oder Business Intelligence Software im Unternehmenskontext anzuwenden. In beiden Veranstaltungen wird die Methodenkompetenz mittels Fallstudien gefördert.

2. Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen

a. Nutzung und Transfer

Absolventinnen und Absolventen des Digital Business Management Studiums haben aufgrund ihres Fachwissens die Befähigung zur qualitativen Erwerbstätigkeit.

Die Absolventinnen und Absolventen verfügen nach erfolgreicher Graduierung aufgrund ihrer Fachkompetenz im Bereich der Digitalisierung und den verwandten Nachbardisziplinen über ein Alleinstellungsmerkmal, welches gegenüber Absolventinnen und Absolventen eines rein betriebswirtschaftlichen Studiums einen Vorteil auf dem nationalen wie internationalen Arbeitsmarkt bedeutet. Im Besonderen Veranstaltungen wie beispielsweise Strategic Business Analytics und Advanced Analytics & Business Intelligence bereiten die Absolventinnen und Absolventen auf eine Karriere in fortschrittlichen Unternehmen vor.

Die erworbenen Kenntnisse und Fähigkeiten werden durch spezifische Wahlpflichtmodule, welche stets einen internationalen Bezug haben, komplementiert. Die Unternehmen profitieren von den Absolventinnen und Absolventen in mehrfacher Hinsicht. Neben dem speziellen Fachwissen verfügen die Absolventinnen und Absolventen über ein tiefgehendes Wissen und Verständnis für betriebswirtschaftliche Zusammenhänge und können somit relevante Schnittstellen analysieren und optimieren. Dies versetzt die Absolventinnen und Absolventen

in die Lage, unternehmerische Ziele selbstständig zu entwerfen und zu erreichen. Die Absolventinnen und Absolventen erlernen in der Veranstaltung Project Management anwendungsorientierte Projekte durchzuführen und somit komplexen berufsrelevanten Herausforderungen erfolgreich entgegenzutreten. Zusätzlich zu den sprachlichen und rhetorischen Fähigkeiten verfügen die Absolventinnen und Absolventen über wichtige analytische Kompetenzen, welche es ermöglichen, komplexe Zusammenhänge zu erkennen sowie individuelle Lösungsvorschläge zu erarbeiten und somit einen Mehrwert für Unternehmen zu schaffen. Darüber hinaus befähigt die im Curriculum integrierte wissenschaftliche Ausbildung die Absolventinnen und Absolventen dazu, wissenschaftliche Erkenntnisse in einen unternehmerischen Kontext zu implementieren.

Die branchenübergreifende Ausbildung ermöglicht den Absolventinnen und Absolventen in diversen Wirtschaftszweigen und Unternehmen tätig zu werden.

Die Grundlagen in der beruflichen Praxis (Auslandspraktikum)

Je nach Wahl der Studienverlaufsvariante kann der Studiengang Digital Business Management in sechs Semestern (180 CP) oder sieben Semestern (210 CP) Regelstudienzeit abgeschlossen werden. Fällt die Wahl auf die siebensemestrigere Studienverlaufsvariante, sieht das fünfte Semester ein Pflichtpraktikum vor. Dieses Praktikum umfasst einen zusammenhängenden Zeitraum von mindestens 20 Wochen und ist in einem Unternehmen im Ausland zu absolvieren. Ziel des Auslandspraktikums ist es, das im Studium erworbene Wissen erstmalig in der Praxis anzuwenden und berufsqualifizierend umzusetzen.

Neben dem Auslandspraktikum haben die Studierenden die Möglichkeit, ein bis zwei Semester an einer der vielen Partnerhochschulen in über 40 verschiedenen Ländern zu studieren. Die dort erbrachten Leistungen werden bei guter Studienorganisation in allen Studiengängen der Studienrichtung IBA anerkannt, wodurch eine Verlängerung der Studiendauer ausgeschlossen werden kann. Durch die hier dargestellte Studienorganisation bietet das Studium den Gestaltungsfreiraum innerhalb der (sechs) sieben Semester Regelstudienzeit zwei Auslandsaufenthalte zu integrieren. Dadurch erfahren Absolventinnen und Absolventen eine ideale Berufsvorbereitung mit einer praxisorientierten, fachlichen wie auch sprachlichen Ausbildung.

b. Wissenschaftliche Innovation

Im Rahmen der Abschlussarbeit können Absolventinnen und Absolventen ihr Wissen und ihre methodischen Kompetenzen anwenden und neues Wissen schaffen.

Die im Modul „Academic Research“ erworbenen Fähigkeiten zum wissenschaftlichen Arbeiten werden im Zuge der Abschlussarbeit zielführend und praktisch angewendet. Die Studierenden können im Rahmen ihrer Bachelorarbeit relevante Themen insbesondere auf ihrem Fachgebiet, kritisch analysieren und reflektieren. Durch die eigenständig formulierte Forschungsfrage erweitern die Studierenden ihre persönliche Expertise und schaffen zudem durch empirische Untersuchungen neue Erkenntnisse. Dank ihrer analytischen Fähigkeiten verfügen die Absolventinnen und Absolventen über die Fähigkeit, die in der Abschlussarbeit gesammelten Daten und Erkenntnisse selbstständig zu interpretieren und darauf aufbauend sachgerechte Lösungen und Handlungsalternativen für Unternehmen, die Gesellschaft und Wirtschaft zu formulieren. Die Prüfungsordnung des Digital Business Management Studiums

sieht vor, dass die Abschlussarbeit in Kooperation mit einem Unternehmen geschrieben wird. Durch die in Kooperation mit einem Unternehmen anzufertigende Bachelorarbeit können Absolventinnen und Absolventen ihre Expertise in einem Unternehmen einbringen und somit einen marktrelevanten Wissenstransfer leisten.

3. Kommunikation und Kooperation

Absolventen/- innen verfügen über kommunikative und kooperative Fähigkeiten und können in einen fachbezogenen Diskurs mit einem fachfremden und fachkundigen Publikum treten.

Absolventinnen und Absolventen verfügen über ein hohes Maß an Teamfähigkeit, welche im Rahmen von Gruppenarbeiten und Präsentationen aktiv und kontinuierlich gefördert und gefordert wird.

Absolventinnen und Absolventen des Studiengangs Digital Business Management sind konflikt- und kritikfähig. Diese Eigenschaften werden im Rahmen des Studiums, der Gruppenarbeiten und durch direktes Feedback der Dozenten sowie bei der Selbstevaluation in Veranstaltungen wie Project Management sichergestellt. Absolventinnen und Absolventen verfügen neben der Team- und Kritikfähigkeit auch über Präsentations- und Verhandlungsgeschick sowie rhetorische Kompetenzen. Im Rahmen diverser Seminare werden Ergebnisse von den Studierenden ausgearbeitet, illustriert und präsentiert. Durch eigene Erfahrungen und das Feedback der Dozenten ist hierbei eine nachhaltige Verbesserung gewährleistet. Dies befähigt die Absolventinnen und Absolventen dazu, in einen Diskurs mit einem Fachpublikum zu treten, Konzepte kritisch zu analysieren und nachhaltige Lösungsvorschläge zu präsentieren. Aufgrund des verfügbaren Fachwissens können die Absolventinnen und Absolventen auch Fachfremde in eine Diskussion einbeziehen und ihren Standpunkt methodisch und theoretisch darlegen. Ein weiterer Bestandteil der Persönlichkeitsentwicklung ist der Erwerb von Führungskompetenzen. Vor diesem Hintergrund werden die Studierenden befähigt, Handlungsalternativen zu erkennen und situativ ihre Führungsqualitäten einzusetzen, um selbst unternehmerische Entscheidungen zu treffen und begründen zu können.

Interkulturelle Kompetenz als Schlüsselqualifikation im globalen Handel

Vor dem Hintergrund der Globalisierung und der Vernetzung der globalen Märkte ist Englisch die Welthandelsprache. Die Pflichtveranstaltung Advanced Business Communications sowie diverse andere Veranstaltungen, welche in englischer Sprache gelesen werden, erhöht die Chancen und Perspektiven auf dem nationalen wie internationalen Arbeitsmarkt für die Absolventinnen und Absolventen.

Förderlich sind zudem die Strukturen des Hochschulcampus. Mit insgesamt 3700 Studierenden aus 56 Nationen bietet die Hochschule Worms ein internationales Ambiente. Die Studierenden haben die Chance, ihre erworbenen Fremdsprachenkenntnisse mit Muttersprachlern zu erweitern und zu festigen. Darüber hinaus ist die Diversität des Hochschulcampus förderlich zur praktischen Umsetzung der im Curriculum verankerten Veranstaltung Interkulturelle Kompetenzen. Die Internationalität auf dem Campus ermöglicht es den Absolventinnen und Absolventen diese wichtigen Fähigkeiten jederzeit anzuwenden und zu schärfen.

Wie eingangs bereits erwähnt, werden die Studierenden im Rahmen der ersten vier Semester auf ein Auslandspraktikum vorbereitet. Die hier erworbenen Kenntnisse gehen über das fachliche Wissen eines betriebswirtschaftlichen Studiums hinaus und schulen die Studierenden in Bezug auf kulturelle Besonderheiten verschiedener Teile der Welt. Die Möglichkeit eines Auslandssemesters bietet neben dem Auslandspraktikum zudem eine weitere Möglichkeit des interkulturellen Wissensaustausches mit anderen Hochschulen und Studierenden aus aller Welt. Dies fördert neben dem eigenen Charakter auch das politische und gesellschaftliche Verständnis für andere Länder und Kulturen und dient somit der Völkerverständigung und der internationalen Zusammenarbeit.

4. Professionalität

Absolventinnen und Absolventen begründen ihre Entscheidungen mit methodischem und theoretischem Wissen und reflektieren ihr berufliches Handeln kritisch in Bezug auf gesellschaftliche Erwartungen.

Absolventinnen und Absolventen besitzen die Fähigkeit zum eigenverantwortlichen Selbstmanagement, welche durch die eigenständige Semester- und Studienorganisation sowie die Belegung der Wahlpflichtfächer gewährleistet wird. Für die Persönlichkeitsentwicklung ebenfalls von Bedeutung ist die Kompetenz schwierige Entscheidungen zu treffen. Ein wesentlicher Gegenstand der Betriebswirtschaft ist das transparente und systematische Bewerten und Entscheiden über unternehmerische Herausforderungen. Anhand von Kennzahlen, aber auch anhand von Fallbeispielen aus der Praxis werden in Seminaren Entscheidungssituationen nachgestellt und reflektiert. Absolventinnen und Absolventen können ihre eigenen Fähigkeiten sehr gut einschätzen und Entscheidungen aufgrund ihres vorhandenen Wissens fundiert begründen. Darüber hinaus sind sich Absolventinnen und Absolventen des Bachelorstudiengangs Digital Business Management ihrer Verantwortung gegenüber der Wissenschaft, Wirtschaft und Gesellschaft bewusst. Neben dem fachspezifischen Wissen werden die Absolventinnen und Absolventen für Themen wie Nachhaltigkeit, Corporate Social Responsibility, Corporate Compliance und Ethik in der Geschäftswelt sensibilisiert und geschult. Die Absolventinnen und Absolventen können diverse Handlungsalternativen kritisch analysieren und haben ein Bewusstsein für die Tragweite ihrer wirtschaftlichen Entscheidungen. Zudem werden die Studierenden in der Veranstaltung Wirtschaftspolitik befähigt, wirtschaftspolitische Zielkonflikte zu identifizieren und Lösungsansätze zu konstruieren.

II.7 Qualifikationsziele Digital Business Management (dual) B.A.

Der Bachelorstudiengang Digital Business Management (dual) ist ein betriebswirtschaftliches Studium mit dem Schwerpunkt Digital Business. Das Studium zum Bachelor of Arts vermittelt Absolventinnen und Absolventen ein breites und integriertes Wissen über betriebswirtschaftliche Zusammenhänge. Der Fokus des Studiums liegt jedoch auf der Digitalisierung und den damit in Verbindung stehenden Chancen und Herausforderungen einer digitalisierten Geschäftswelt. Zudem verfügen die Absolventinnen und Absolventen nach dem Abschluss über ein tiefgehendes wissenschaftliches Verständnis in dem entsprechenden Fachgebiet. Absolventinnen und Absolventen werden im Rahmen ihres Studiums, der Praxisphasen, des Auslandspraktikums sowie durch das Anfertigen einer Abschlussarbeit

optimal auf eine Karriere in kleinen und mittelständischen Unternehmen sowie in internationalen Konzernen, Verbänden und Organisationen vorbereitet.

Das Qualifizierungsprofil des Studiengangs Digital Business Management (dual) garantiert Absolventinnen und Absolventen aufgrund der zunehmenden Digitalisierung und den damit verbundenen Themen, wie beispielsweise Big Data, eine interessante und zukunftssichere berufliche Perspektive.

Praxisnähe ab dem ersten Semester

Der Studiengang Digital Business Management (dual) zeichnet sich im Besonderen durch die enge Verzahnung der praktischen und theoretischen Kompetenzen und Inhalte aus. Absolventinnen und Absolventen des dualen Studiengangs erwerben neben dem speziellen Fachwissen zudem eine betriebswirtschaftliche Expertise. Darüber hinaus erwerben sie berufsrelevante überfachliche Kompetenzen sowohl in der Hochschule als auch im Unternehmen. Die entsprechenden Studieninhalte und Praxisphasen sind modularisiert und mit entsprechenden ECTS-Punkten versehen. Dies garantiert ein fachlich und organisatorisch aufeinander abgestimmtes akademisches und berufsqualifizierendes Ausbildungskonzept.

1. Wissen und Verstehen

a. Wissensverbreiterung im Rahmen der Grundlagenausbildung

Absolventinnen und Absolventen haben ein breites und integriertes Fachwissen und verstehen die wissenschaftlichen Grundlagen der Betriebswirtschaft.

In den ersten vier Semestern wird den Studierenden neben fachspezifischem Wissen in Veranstaltungen wie Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, Rechnungswesen, Volkswirtschaftslehre und weiteren Grundlagenvorlesungen ein grundlegendes Verständnis für betriebs- und volkswirtschaftliche Theorien vermittelt. Nach den ersten vier Semestern verfügen Studierende des Studiengangs Digital Business Management (dual) über die Fähigkeit des ökonomischen Denkens und der ökonomischen Theorienbildung. Darüber hinaus erlernen die Studierenden im dritten Semester wissenschaftliches Schreiben und Arbeiten. Die Grundlagenausbildung beinhaltet zudem weitere Ergänzungsmodule wie Mathematik und Statistik, welche die analytischen Fähigkeiten fördern sowie für das Verständnis und den weiteren Verlauf des Studiums essentiell sind. Das duale Studium bietet Studierenden die Möglichkeit, die gelehrten Vorlesungsinhalte mit den praktischen Erfahrungen der Praxisphasen zu verknüpfen. Durch diese Praxisphasen sind die Studierenden ab dem ersten Semester in einem Unternehmen eingebunden und können berufsrelevante Soft Skills vor Ort praxisnah erleben und erlernen.

Digital Business Basics

Bereits ab dem ersten Semester werden die Studierenden auf die Herausforderungen der Digitalisierung und anderer disruptiver Veränderungsprozesse vorbereitet. In den Analytics-Modulen erlernen die Studierenden die grundlegenden Methoden der statistischen Datenanalyse sowie die Fähigkeit, erfolgreiche Datenanalysen im Unternehmen durchzuführen. Die Veranstaltungen vermitteln den Studierenden ein weiterführendes Verständnis im Bereich der Konzeption und Funktion von Datenbanksystemen und ein grundlegendes Verständnis von Data Warehouses.

b. Wissensvertiefung & Wissensverständnis im Rahmen der Wahlpflichtmodule

Absolventinnen und Absolventen haben ein kritisches Verständnis für analytische und statistische Verfahren und können betriebs- und volkswirtschaftliche Theorien kritisch analysieren.

Nachdem die Grundlagen innerhalb der ersten vier Semester gelegt wurden, haben die Studierenden in Abhängigkeit von der Wahl der Studienverlaufsvariante im fünften und sechsten beziehungsweise sechsten und siebten Semester die Möglichkeit, ihre Expertise durch die Wahl der angebotenen Wahlpflichtmodule ihren Vorstellungen entsprechend zu vertiefen. Die Wahlpflichtmodule sind ausnahmslos international ausgerichtet und werden Dank kleiner Gruppengrößen sehr praxisorientiert vermittelt. In diesen Modulen finden verstärkt Projektarbeiten, Workshops oder auch Exkursionen zu international tätigen Unternehmen statt. Durch die Wahlpflichtmodule entwickeln die Studierenden ein kritisches Verständnis für die wichtigsten Theorien, Prinzipien und Methoden der Betriebswirtschaft.

Darüber hinaus verfügen die Studierenden über die Befähigung, ihr Wissen zu erweitern, zu vertiefen und kritisch zu reflektieren. Diese Fähigkeiten ermöglichen es den Studierenden, ihren Wissensstand durch kritisches Denken sowie Analysieren von unternehmerischen Herausforderungen und aktuellen Forschungsfragen über den aktuellen Stand der Fachliteratur hinaus zu erweitern. Zudem wird durch das Erlernen einer strukturierten und zielgerichteten Vorgehensweise, einer ganzheitlichen Betrachtung der unternehmerischen Herausforderung sowie einer transparenten und umsetzbaren Lösungsfindung die Problemlösungskompetenz während des gesamten Studiums gestärkt. Auf der Grundlage des erworbenen Wissens ordnen die Studierenden komplexe Sachverhalte fachgerecht ein und können wirtschaftsrelevante Daten sowie unternehmerische Kennzahlen verstehen und interpretieren. Die praxisbezogenen Veranstaltungen, diverse Gastvorträge und Exkursionen befähigen die Studierenden darüber hinaus zum interdisziplinären Denken, welches Perspektiven und neue Potenziale im Unternehmen eröffnet.

Advanced Knowledge in Digital Business

Je nach Wahl der Studienverlaufsform fokussieren sich die Studierenden im Rahmen des fünften (sechsten) und sechsten (siebten) Semesters in den Veranstaltungen Strategic Business Analytics und Advanced Analytics & Business Intelligence auf ausgewählte Aspekte digitaler Geschäftsmodelle sowie auf deren wirtschaftliche Bewertung. Die Studierenden sind in der Lage, Unternehmensbewertungsmodelle aus der Kapitalmarkttheorie praktisch anzuwenden. Zudem lernen die Studierenden ausgewählte Analysemethoden mittels Statistik oder Business Intelligence Software im Unternehmenskontext anzuwenden. In beiden Veranstaltungen wird die Methodenkompetenz mittels Fallstudien gefördert.

2. Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen

a. Nutzung und Transfer

Absolventinnen und Absolventen des Studiengangs Digital Business Management (dual) haben aufgrund ihres Fachwissens die Befähigung zur qualitativen Erwerbstätigkeit.

Die Absolventinnen und Absolventen verfügen nach erfolgreicher Graduierung aufgrund ihrer Fachkompetenz im Bereich der Digitalisierung und den verwandten Nachbardisziplinen über

ein Alleinstellungsmerkmal, welches gegenüber Absolventinnen und Absolventen eines rein betriebswirtschaftlichen Studiums einen Vorteil auf dem nationalen wie internationalen Arbeitsmarkt bedeutet. Im Besonderen die Veranstaltungen wie beispielsweise Strategic Business Analytics und Advanced Analytics & Business Intelligence bereiten die Absolventinnen und Absolventen auf eine Karriere in fortschrittlichen Unternehmen vor.

Die erworbenen Kenntnisse und Fähigkeiten werden durch spezifische Wahlpflichtmodule, welche stets einen internationalen Bezug haben, komplementiert. Das Unternehmen profitiert von den Absolventinnen und Absolventen in mehrfacher Hinsicht. Neben dem speziellen Fachwissen verfügen die Absolventinnen und Absolventen über ein tiefgehendes Wissen und Verständnis für betriebswirtschaftliche Zusammenhänge und können somit relevante Schnittstellen analysieren und optimieren. Dies versetzt die Absolventinnen und Absolventen in die Lage, unternehmerische Ziele selbstständig zu entwerfen und zu erreichen. Die Absolventinnen und Absolventen erlernen in diversen Veranstaltungen anwendungsorientierte Projekte durchzuführen und somit komplexen berufsrelevanten Herausforderungen erfolgreich entgegenzutreten. Zusätzlich zu den sprachlichen und rhetorischen Fähigkeiten verfügen die Absolventinnen und Absolventen über analytische Fähigkeiten, welche es ermöglichen, komplexe Zusammenhänge zu erkennen sowie individuelle Lösungsvorschläge zu erarbeiten und somit einen Mehrwert für Unternehmen zu schaffen. Darüber hinaus befähigt die im Curriculum integrierte wissenschaftliche Ausbildung die Absolventinnen und Absolventen dazu, wissenschaftliche Erkenntnisse in den unternehmerischen Kontext zu implementieren.

Die branchenübergreifende Ausbildung ermöglicht den Absolventinnen und Absolventen in diversen Wirtschaftszweigen und Unternehmen tätig zu werden.

Die Grundlagen in der beruflichen Praxis (Praxisphasen & Auslandspraktikum)

Je nach Wahl der Studienverlaufsvariante kann der Studiengang Digital Business Management (dual) in sechs Semestern (180 CP) oder sieben Semestern (210 CP) Regelstudienzeit abgeschlossen werden. Fällt die Wahl auf die siebensemestrigem Studienverlaufsvariante, sieht das fünfte Semester ein Pflichtpraktikum vor. Dieses Praktikum umfasst einen zusammenhängenden Zeitraum von mindestens 20 Wochen und ist in einem Unternehmen im Ausland zu absolvieren. Ziel des Auslandspraktikums ist es, das im Studium erworbene Wissen im Ausland anzuwenden und berufsqualifizierend umzusetzen.

Aufgrund der bereits in den Praxisphasen gesammelten Erfahrung können sich die dual Studierenden im Rahmen dieses 20-wöchigen Praktikums unmittelbar einem komplexen und verantwortungsvollen Projekt stellen. Das Praxissemester kann sowohl in dem Kooperationsunternehmen als auch in einem weiteren Unternehmen absolviert werden.

Neben dem Auslandspraktikum haben die Studierenden die Möglichkeit, ein bis zwei Semester an einer der vielen Partnerhochschulen in über 40 verschiedenen Ländern zu studieren. Die dort erbrachten Leistungen werden bei guter Studienorganisation in allen Studiengängen der Studienrichtung IBA anerkannt, wodurch eine Verlängerung der Studiendauer ausgeschlossen werden kann. Durch die hier dargestellte Studienorganisation bietet das Studium den Gestaltungsfreiraum, innerhalb der (sechs) sieben Semester Regelstudienzeit zwei Auslandsaufenthalte zu integrieren. Dadurch erfahren Absolventinnen und Absolventen eine

ideale Berufsvorbereitung mit einer praxisorientierten, fachlichen wie auch sprachlichen Ausbildung.

b. Wissenschaftliche Innovation

Im Rahmen der Abschlussarbeit können Absolventinnen und Absolventen ihr Wissen und ihre methodischen Kompetenzen anwenden und neues Wissen schaffen.

Die im Modul „Academic Research“ erworbenen Fähigkeiten zum wissenschaftlichen Arbeiten werden im Zuge der Abschlussarbeit zielführend und praktisch angewendet. Die Studierenden können im Rahmen ihrer Bachelorarbeit relevante Themen, insbesondere in ihrem Fachgebiet, kritisch analysieren und reflektieren. Durch die eigenständig formulierte Forschungsfrage erweitern die Studierenden ihre persönliche Expertise und schaffen zudem durch empirische Untersuchungen neue Erkenntnisse. Dank ihrer analytischen Fähigkeiten verfügen die Absolventinnen und Absolventen über die Kompetenz, die in der Abschlussarbeit gesammelten Daten und Erkenntnisse selbstständig zu interpretieren und darauf aufbauend sachgerechte Lösungen und Handlungsalternativen für Unternehmen, die Gesellschaft und Wirtschaft zu formulieren.

Die Prüfungsordnung des Studiengangs Digital Business Management (dual) sieht vor, dass die Abschlussarbeit in Zusammenarbeit mit dem Kooperationsunternehmen geschrieben wird. Durch diese Kooperation können Absolventinnen und Absolventen ihre umfangreiche unternehmensspezifische Expertise in ihrem Unternehmen einbringen und somit einen marktrelevanten Wissenstransfer leisten.

3. Kommunikation und Kooperation

Absolventen/- innen verfügen über kommunikative und kooperative Fähigkeiten und können in einen fachbezogenen Diskurs mit einem fachfremden und fachkundigen Publikum treten.

Absolventinnen und Absolventen verfügen über ein hohes Maß an Teamfähigkeit, welche im Rahmen von Gruppenarbeiten und Präsentationen aktiv und kontinuierlich gefördert und gefordert wird. Absolventinnen und Absolventen des Studiengangs Digital Business Management (dual) sind konflikt- und kritikfähig. Diese Eigenschaften werden während des Studiums und der Praxisphasen im Rahmen von Gruppenarbeiten oder Einzelleistungen durch direktes Feedback der Dozenten und Vorgesetzten vermittelt. Absolventinnen und Absolventen verfügen neben der Team- und Kritikfähigkeit auch über Präsentations- und Verhandlungsgeschick sowie rhetorische Kompetenzen. Während diverser Seminare oder Praxissequenzen werden Ergebnisse von den Studierenden ausgearbeitet, illustriert und präsentiert. Durch eigene Erfahrungen und das Feedback der Dozenten ist hierbei eine nachhaltige Verbesserung gewährleistet. Dies befähigt die Absolventinnen und Absolventen dazu, in einen Diskurs mit einem Fachpublikum zu treten, Konzepte kritisch zu analysieren und nachhaltige Lösungsvorschläge zu präsentieren. Aufgrund des verfügbaren Fachwissens können die Absolventinnen und Absolventen auch Fachfremde in eine Diskussion einbeziehen und ihren Standpunkt methodisch und theoretisch darlegen. Ein weiterer Bestandteil der Persönlichkeitsentwicklung ist der Erwerb von Führungskompetenzen. Die Studierenden werden befähigt, Handlungsalternativen zu erkennen und situativ ihre Führungsqualitäten einzusetzen, um selbst unternehmerische Entscheidungen zu treffen und begründen zu können.

Interkulturelle Kompetenz als Schlüsselqualifikation im globalen Handel

Vor dem Hintergrund der Globalisierung und der Vernetzung der globalen Märkte ist Englisch die Welthandelsprache. Die Pflichtveranstaltung Advanced Business Communications sowie diverse andere Veranstaltungen, welche in englischer Sprache gelesen werden, erhöhen die Chancen und Perspektiven auf dem nationalen wie internationalen Arbeitsmarkt für die Absolventinnen und Absolventen.

Förderlich sind zudem die Strukturen des Hochschulcampus. Mit insgesamt 3700 Studierenden aus 56 Nationen bietet die Hochschule Worms ein internationales Ambiente. Die Studierenden haben die Chance, ihre erworbenen Fremdsprachenkenntnisse mit Muttersprachlern zu erweitern und zu festigen. Darüber hinaus ist die Diversität des Hochschulcampus förderlich zum interkulturellen und interdisziplinären Austausch unter Studierenden. Das im Unternehmen während der Praxisphasen oder im Rahmen des Auslandspraktikums gesammelte interkulturelle Verständnis kann jederzeit auf dem Campus der Hochschule angewendet, aufgefrischt und geschärft werden. Die Möglichkeit eines Auslandssemesters bietet neben dem Auslandspraktikum und der Internationalität des Campus eine weitere Möglichkeit des interkulturellen Wissensaustausches mit anderen Hochschulen und Studierenden aus aller Welt. Dies fördert neben dem eigenen Charakter auch das politische und gesellschaftliche Verständnis für andere Länder und Kulturen und dient somit der Völkerverständigung und der internationalen Zusammenarbeit.

4. Professionalität

Absolventinnen und Absolventen begründen ihre Entscheidungen mit methodischem und theoretischem Wissen und reflektieren ihr berufliches Handeln kritisch in Bezug auf gesellschaftliche Erwartungen.

Absolventinnen und Absolventen besitzen die Fähigkeit zum eigenverantwortlichen Selbstmanagement, welche durch die eigenständige Semester- und Studienorganisation sowie die Belegung der Wahlpflichtfächer gewährleistet wird. Für die Persönlichkeitsentwicklung ebenfalls von Bedeutung ist die Kompetenz schwierige Entscheidungen zu treffen. Ein wesentlicher Gegenstand der Betriebswirtschaft ist das transparente und systematische Bewerten und Entscheiden über unternehmerische Herausforderungen. Anhand von Kennzahlen, aber auch anhand von Fallbeispielen aus der Praxis werden in Seminaren Entscheidungssituationen nachgestellt und reflektiert. Absolventinnen und Absolventen können ihre eigenen Fähigkeiten sehr gut einschätzen und Entscheidungen aufgrund ihres vorhandenen Wissens fundiert begründen. Darüber hinaus sind sich Absolventinnen und Absolventen des Bachelorstudiengangs Digital Business Management (dual) ihrer Verantwortung gegenüber der Wissenschaft, Wirtschaft und Gesellschaft bewusst. Neben dem fachspezifischen Wissen werden die Absolventinnen und Absolventen für Themen wie Nachhaltigkeit, Corporate Social Responsibility, Corporate Compliance und Ethik in der Geschäftswelt sensibilisiert und geschult. Die Absolventinnen und Absolventen können diverse Handlungsalternativen kritisch analysieren und haben ein Bewusstsein für die Tragweite ihrer wirtschaftlichen Entscheidungen. Zudem werden die Studierenden in der Veranstaltung Wirtschaftspolitik befähigt, wirtschaftspolitische Zielkonflikte zu identifizieren und Lösungsansätze zu konstruieren.

Die Studiengangleitung des dualen Bachelorstudiengangs und die Kooperationspartner überprüfen regelmäßig das effektive und zielführende Zusammenwirken der Studien- und Praxisphasen anhand geeigneter Qualitätssicherungsmaßnahmen. Anregungen fließen direkt in die Ausgestaltung der Module ein bzw. werden für anstehende Verbesserungsmaßnahmen berücksichtigt.

III. Zulassungsvoraussetzungen

III.1 Zulassungsvoraussetzungen für alle regulären Bachelorstudiengänge

Über die in § 6 RPO geregelten Zugangsvoraussetzungen hinaus gelten folgende Zulassungsvoraussetzungen:

Nachweis einer einschlägigen praktischen Vorbildung gemäß § 65 Abs. 4 Nr. 3 HochSchG zu erbringen. Diese kann auf eine der beiden folgenden Weisen erfüllt werden:

a. Eine einschlägige kaufmännische Berufsausbildung

oder

b. Studienbewerberinnen und Studienbewerber ohne kaufmännische Berufsausbildung mit Fachhochschulreife bzw. Hochschulreife müssen ein zwölfwöchiges Praktikum im kaufmännischen Bereich vor Aufnahme des Studiums ableisten. Dies kann auch in zwei Teilpraktika à mindestens sechs Wochen erbracht werden. Bei Nichtvorliegen eines solchen Praktikums muss die Studienbewerberin oder der Studienbewerber dies nachholen und bis zum Ende des 1. Studienjahres nachweisen. Wird dieser Nachweis nicht fristgerecht erbracht, so wird die Einschreibung (Rückmeldung) in das Folgesemester versagt.

III.2 Zulassungsvoraussetzungen für alle dualen Bachelorstudiengänge

Über die in § 6 RPO geregelten Zugangsvoraussetzungen hinaus haben die Studierenden ein gültiges Vertragsverhältnis zwischen der oder dem Studierenden und einem Kooperationsunternehmen des Bachelorstudiengangs GTM bzw. der Studienrichtung IBA beizufügen.

IV. Modularisierte Studiengänge – Modulprüfungen

Alle Studiengänge der Studienrichtung IBA sind in Modulen organisiert. Unter Modulen versteht man in sich abgeschlossene Lehr- und Lerneinheiten, die aus mehreren inhaltlich aufeinander bezogenen Lehrveranstaltungen (z. B. aus Seminaren, Vorlesungen, Übungen) bestehen.

In jedem Modul werden bestimmte fachspezifische und/oder berufsbezogene Qualifikationen vermittelt. Am Ende eines jeden Moduls steht eine Modulprüfung, in der festgestellt wird, ob die vorgesehenen Studien- und Qualifikationsziele erreicht wurden. Die Ergebnisse der Modulprüfungen werden bewertet und fließen in die Abschlussnote (siehe Prüfungsordnung) ein.

Die Modulbeschreibungen im fachspezifischen Teil informieren über die Qualifikationsziele und Inhalte der einzelnen Module, über die zugehörigen Lehrveranstaltungen und über die jeweilige Modulprüfung.

V. Erwerb von Leistungspunkten (Credit Points/CP)

In den Studiengängen der Studienrichtung IBA werden mit Bezug auf das effektive Arbeitspensum (Workload) der Studierenden Leistungspunkte (äquivalent Credit Points = CP) entsprechend dem European Credit Transfer and Accumulation System (ECTS) vergeben. Die Leistungspunkte drücken aus, wie viel Zeit Studierende im Durchschnitt aufwenden müssen, um die vorgeschriebenen Qualifikationsziele des jeweiligen Studienabschnittes zu erreichen. Dabei zählt nicht nur die Zeitspanne, die Studierende in Lehrveranstaltungen verbringen (Präsenzstudium), sondern auch der Arbeitsaufwand, der für die Vorbereitung und für die Nachbereitung einer Lehrveranstaltung sowie für die Vorbereitung auf Prüfungen notwendig ist.

Bei der Berechnung von Leistungspunkten gilt folgende Regel: 30 Stunden studentische Arbeitszeit ergeben einen Leistungspunkt. Der Arbeitsaufwand für ein Studienjahr wird in ganz Europa mit insgesamt 60 Leistungspunkten veranschlagt. Das entspricht einem Workload von etwa 37 bis 40 Stunden pro Arbeitswoche.

Die Bachelorstudiengänge der Studienrichtung IBA können wahlweise in 6 Semestern mit 180 Leistungspunkten abgeschlossen werden oder mit der Absolvierung eines Praxissemesters in 7 Semestern mit 210 Leistungspunkten.

Nähere Bestimmungen zur CP-Vergabe der einzelnen Module finden sich im fachspezifischen Teil des Modulhandbuches.

VI. Das 12-Wochenmodell

Ein weiterer wichtiger Baustein in der Weiterentwicklung der Studienrichtung IBA ist die Einrichtung dualer Studiengänge und damit einhergehend ein neu eingeführtes Zeitmodell, das „12-Wochenmodell“. Um den Anforderungen der Kooperationspartner gerecht zu werden und den Studierenden einen längeren Zeitraum im Unternehmen zu ermöglichen, komprimiert sich die Kern-Vorlesungszeit inklusive Prüfungsphase für alle Studiengänge der Studienrichtung IBA auf 12 + 2 Wochen. In diesem Zeitraum werden Module im Umfang von 25 Leistungspunkten gelehrt und abgeprüft. Während die dual Studierenden anschließend in ihre Praxisphase gehen, erbringen die klassisch Studierenden eine weitere Präsenzphase von drei Wochen an der Hochschule, in der sie ein weiteres Modul im Umfang von 5 Leistungspunkten erbringen. Die Module, welche die klassisch Studierenden in dieser zweiten Präsenzphase erbringen, sind so gewählt, dass die vermittelten Kompetenzen von den dual Studierenden in der Regel während ihrer Praxisphasen im Unternehmen erreicht werden können. Dabei handelt es sich um folgende Module:

- 1. Semester: Business Communication
- 2. Semester: Grundlagen Prozess- und Changemanagement
- 3. Semester: Interkulturelle Kompetenzen
- 4. Semester: Angewandte Managementtechniken
- 6./7. (5./6.) Semester: Jeweils ein Wahlpflichtmodul

VII. Studienverlaufsplan

VII.1 Plattform Studienrichtung IBA

	1. Semester	2. Semester	3. Semester	4. Semester	5. Semester	6 (5). Semester	7 (6). Semester
	Rechnungswesen		Operationsmanagement	Grundlagen Marketing	Praxissemester (Ausland) (kann in der 6-semestrigen Studienverlaufsvariante ausgelassen werden)	Wahlpflichtmodule	
	Volkswirtschaftslehre						
	Mathematik	Recht	Investition & Finanzierung	Modernes Kostenmanagement			
	Statistik	Management Information Systems	Academic Research	Wirtschaftspolitik		Business Leadership	Bachelor-Thesis
	Grundlagen ABWL/SBWL	Spezialisierung	Spezialisierung	Spezialisierung		Advanced Business Communication	
	Spezialisierung	Spezialisierung	Spezialisierung	Spezialisierung		Spezialisierung	Spezialisierung
klassisch	Business Communication	Prozess- und Changemanagement	Interkulturelle Kompetenz	Angewandte Management-techniken		Wahlpflichtmodul	Wahlpflichtmodul
	dual	Praxismodul I	Praxismodul II	Praxismodul III		Praxismodul IV	Praxismodul V

VII.2 Global Trade Management B.A. klassisch/dual

Studienverlaufsplan Global Trade Management B.A.

	1. Semester	2. Semester	3. Semester	4. Semester	(5. Semester)	6 (5). Semester	7 (6). Semester
	Rechnungswesen		Operations Management	Grundlagen Marketing	Praxissemester (Ausland) <small>(entfällt in der 6-semestrigen Studienverlaufsvariante)</small>	Wahlpflichtmodule	
	Volkswirtschaftslehre						
	Mathematik	Recht	Investition & Finanzierung	Modernes Kostenmanagement			
	Statistik	Management Information Systems	Academic Writing & Research	Wirtschaftspolitik			
	Grundlagen ABWL/SBWL	Foreign Trade I	Foreign Trade II	Foreign Trade III		Business Leadership	Bachelor-Thesis
	Zweite Fremdsprache	Zweite Fremdsprache	Zweite Fremdsprache	Zweite Fremdsprache		Advanced Business Communication	
klassisch	Business Communication	Prozess- und Changemanagement	Interkulturelle Kompetenz	Angewandte Management-techniken		Wahlpflicht-modul	Wahlpflicht-modul
	Praxismodul I	Praxismodul II	Praxismodul III	Praxismodul IV		Praxismodul V	Praxismodul VI

VII.3 Internationales Logistikmanagement B.A. klassisch/dual

Studienverlaufsplan Internationales Logistikmanagement B.A.

	1. Semester	2. Semester	3. Semester	4. Semester	(5. Semester)	6 (5). Semester	7 (6). Semester	
	Rechnungswesen		Operations Management	Grundlagen Marketing	Praxissemester (Ausland) <small>(entfällt in der 6-semestrigen Studienverlaufsvariante)</small>	Wahlpflichtmodule		
	Volkswirtschaftslehre							
	Mathematik	Recht	Investition & Finanzierung	Modernes Kostenmanagement				
	Statistik	Management Information Systems	Academic Writing & Research	Wirtschaftspolitik				
	Grundlagen ABWL/SBWL	Foreign Trade I	Foreign Trade II	Foreign Trade III		Business Leadership	Bachelor-Thesis	
	Grundlagen Logistikmanagement	Prozess-sicherheit	Industrie- und Fertigungslogistik	Planung und Optimierung von Supply Chains		Advanced Business Communication		Angewandte Logistik
klassisch	Business Communication	Prozess- und Changemanagement	Interkulturelle Kompetenz	Angewandte Management-techniken		Wahlpflicht-modul	Wahlpflicht-modul	
	Praxismodul I	Praxismodul II	Praxismodul III	Praxismodul IV		Praxismodul V	Praxismodul VI	

VII.4 Digital Business Management B.A. klassisch/dual

Studienverlaufsplan Digital Business Management B.A.

	1. Semester	2. Semester	3. Semester	4. Semester	(5. Semester)	6 (5). Semester	7 (6). Semester	
	Rechnungswesen		Operations Management	Grundlagen Marketing	Praxissemester (Ausland) <small>(entfällt in der 6-semesterigen Studienverlaufsvariante)</small>	Wahlpflichtmodule		
	Volkswirtschaftslehre							
	Mathematik	Recht	Investition & Finanzierung	Modernes Kostenmanagement				
	Statistik	Management Information Systems	Academic Writing & Research	Wirtschaftspolitik				
	Grundlagen ABWL/SBWL	Design Thinking & Business Models	Data Base and Datawarehousing	Transformation & Change Management		Advanced Business Communication	Bachelor-Thesis	
	Analytics I	Analytics II	Analytics III	Advanced Analytics & Business Intelligence		Strategic Business Analytics		
klassisch	Business Communication	Prozess- und Changemanagement	Interkulturelle Kompetenz	Angewandte Management-techniken			Wahlpflicht-modul	Wahlpflicht-modul
	Praxismodul I	Praxismodul II	Praxismodul III	Praxismodul IV			Praxismodul V	Praxismodul VI

Fachspezifischer Teil

Coremodule IBA Plattform

BA_1100 Grundlagen ABWL /SBWL			
Modul-Nr./ Code	1100		
Studiengang	Global Trade Management B.A. (klassisch/dual) (1101 + 1102) Internationales Logistikmanagement B.A. (klassisch/dual) (1101 + 1102) Digital Business Management B.A. (klassisch/dual) (1101 + 1103)		
Lehrveranstaltungen des Moduls	Grundlagen ABWL (1101) Einführung in die Außenwirtschaft (1102) Grundlagen Digital Business (1103)		
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Stefan Lubritz (1101) Prof. Dr. Graef (1102) Prof. Dr. Kruk (1103)		
Name der/des Hochschullehrer/s der Lehrveranstaltungen	Prof. Dr. Stefan Lubritz (1101) Prof. Dr. Martin Keim / N.N. (1102) Prof. Dr. Kruk (1103)		
Unterrichtssprache	Deutsch		
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	5 ECTS-Punkte		
SWS	4 SWS		
Gesamtworkload	150 Stunden	Kontaktzeit	Gesamt: 45 Stunden: · LV 1101: 2 SWS · LV 1102: 2 SWS · LV 1103: 2 SWS
		Selbststudium	
Studiensemester	1. Semester		
Art des Moduls (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflicht		
Dauer des Moduls	Ein Semester		
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Jedes Semester		
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Klausur		
Prüfungsdauer	120 Minuten		
Prüfung benotet/ unbenotet	benotet		
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	Berechnet sich gemäß Prüfungsordnung anteilig aus der Gewichtung des Moduls an den gesamten ECTS-Punkten des Studiums.		
Inhalte des Moduls	<p><u>Grundlagen ABWL</u></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Grundlagen des Wirtschaftes 2. Entscheidungstheorie 3. Standortentscheidungen 4. Rechtsformentscheidungen 5. Entscheidungen über zwischenbetriebliche Verbindungen 6. Internes Rechnungswesen □ 7. Unternehmensverfassung 8. Organisation 9. Controlling 10. Personalmanagement ■ 11. Zusammenfassung und Ausblick <p><u>Einführung in die Außenwirtschaft</u></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Einbindung Deutschlands in den Welthandel 2. Ausgewählte Grundlagen der realen Außenwirtschaft <ol style="list-style-type: none"> 2.1. Gegenstand, Ziele und Grundlagen der Außenwirtschaft 2.2. Gründe für die Aufnahme von Außenhandelsbeziehungen 2.3. Wirtschaftlichkeit, Effizienz, Kostenoptimierung, Transaktionskosten als Grundlagen für betriebliche Entscheidungen im Außenhandel 		

	<ol style="list-style-type: none"> 3. Freihandel versus Protektionismus 4. Einführung in die Idee internationaler Organisationen 5. Ausgewählte Organisationen aus dem Bereich Internationale Handelspolitik 6. WTO 7. UNCTAD 8. Ausgewählte Organisationen aus dem Bereich Internationale Währungspolitik 9. Internationaler Währungsfonds 10. Weltbankgruppe 11. Bank für Internationalen Zahlungsausgleich 12. Ausgewählte Gremien und Organisationen aus dem Bereich der wirtschaftspolitischen Zusammenarbeit und Integration 13. Weltwirtschaftsgipfel: G7, G8 und G 20 14. OECD 15. Europäische Union als Beispiel für Regionale Integrationsclubs 16. Gestaltung des Außenhandels 17. Formen des Außenhandels (Export, FDI) 18. Konfiguration und Koordination von Wertschöpfung über Ländergrenzen hinweg 19. Erzielung von Wettbewerbsvorteilen <p>Grundlagen Digital Business</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Grundlagen und Grundbegriffe der Digitalisierung 2. Historische und gesamtwirtschaftliche Aspekte der Digitalisierung 3. Digitale Transformation von Unternehmen einschließlich Fallstudien 4. Die Plattform economy als zentrales Geschäftsmodell der digitalen Ökonomie 5. Digitale Transformation in ausgewählten Branchen (bspw. Handel, Gesundheitswesen, Automobilindustrie)
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Vorlesung, Übungsfälle, Selbststudium
Geförderte Kompetenzen	<p>Grundlagen ABWL Fachkompetenz Methodenkompetenz</p> <p>Einführung in die Außenwirtschaft Fachkompetenz Methodenkompetenz Soziale Kompetenz Selbstkompetenz</p> <p>Grundlagen Digital Business Fachkompetenz Methodenkompetenz</p>
Angestrebte Lernergebnisse des Moduls	<p>Grundlagen ABWL Fachkompetenz Die Studierenden entwickeln ein systematisches, praxis-, aber auch theorieorientiertes Verständnis für die Unternehmensführung im Allgemeinen und damit auch für die zentralen Fragestellungen der Allgemeinen Betriebswirtschaftslehre. Sie sollen dabei erkennen, dass es sich dabei um eine Vielzahl komplexer und integrierter Teildisziplinen handelt, die in einem hochdynamischen Umfeld stattfinden. Sie dabei zentrale Aufgaben der Unternehmensgründung und die übergreifenden Instrumente der Unternehmensführung und –konfiguration kennen. Auf die gängige und meist durchgängig oberflächliche Behandlung aller betriebswirtschaftlichen Funktionen wird dabei mit Blick auf die Curricula der Studiengänge verzichtet. Stattdessen wird auf die konstitutiven und übergreifenden (= steuernden) Funktionen fokussiert.</p>

Methodenkompetenz

Die Studierenden erarbeiten klassische betriebswirtschaftliche Modelle und Ansätze moderner Theorien und sind befähigt, diese auf ihre praktische Anwendbarkeit zu testen. Sie sind in der Lage, diese Erkenntnisse für weiterführende spezielle und funktionale Betriebswirtschaftslehren und für die Querschnittsfunktionslehre Unternehmensführung einzusetzen.

Einführung in die Außenwirtschaft

Fachkompetenz

Die Studierenden sind in der Lage,

- grundlegende Motive zu verstehen, warum Staaten miteinander wirtschaftliche Beziehungen haben,
- einschlägige Indikatoren zum Außenhandel und Daten zu kennen, diese aufzufinden und interpretieren zu können,
- Zielharmonien und -konflikte von Außenhandelsbeziehungen aus staatlicher und unternehmerischer Sicht zu diskutieren,
- die wichtigsten internationalen Organisationen in diesem Zusammenhang zu kennen und deren Beitrag zur Förderung des Außenhandels zu verstehen,
- Motive und Gestaltungsmöglichkeiten für die Internationalisierung von Unternehmen zu verstehen.

Methodenkompetenz

Die Studierenden sind in der Lage,

- grundlegende theoretische Ansätze aus der Volkswirtschaftslehre und der internationalen Betriebswirtschaftslehre mit aktuellen Vorgängen in der Weltwirtschaft zu verbinden,
- die aktuellen Motive der führenden Industrieländer (Deutschland bzw. EU, USA, Russland, China etc.) in der Gestaltung eigener wirtschaftspolitischer Interessen nachzuvollziehen,
- Spannungsfelder zwischen nationalstaatlichen Interessen und den Zielen der internationalen Organisationen zu identifizieren,
- daraus Erkenntnisse für Internationalisierungsaktivitäten von Unternehmen abzuleiten,
- alle weiteren außenwirtschaftlichen Veranstaltungen in einen Gesamtkontext zu stellen.

Soziale Kompetenz

Die Studierenden sind in der Lage, komplexen wirtschafts- und gesellschaftspolitischen Diskussionen in den Medien (wie etwa Handelsblatt, Economist etc.) zu folgen, und dabei eigene Beiträge leisten zu können.

Selbstkompetenz

Die Studierenden sind in der Lage,

- Sicherheit in der außenwirtschaftlichen Terminologie zu entwickeln,
- eigenständig, akademisch einschlägige weiterführende theoretische Literatur zu den behandelten Themen finden und verstehen zu können,
- aktuelle Informationen zum weltpolitischen Tagesgeschäft finden und verstehen zu können.

Grundlagen Digital Business

Fachkompetenz

Die Studierenden befassen sich mit zentralen Entwicklungen und Modellen rund um die Digitale Transformation von Unternehmen. Hierzu werden wir ausgewählte Modelle anhand einer Vielzahl von Beispielen diskutieren. Die Studierenden werden in die Lage versetzt zu beurteilen, in wieweit die Digitalisierung Branchen verändert hat und Unternehmen dazu veranlasst, Strategie und Geschäftsmodell anzupassen. Prominente Beispiele von Unternehmen, die eine solche Transformation vollzogen haben werden anhand von Fallstudien erarbeitet und diskutiert.

	<p>Methodenkompetenz</p> <p>Der Kurs vermittelt neben theoretischen Grundlagen insbesondere das kritische Reflektieren von unternehmerischen Strategien vor dem Hintergrund einer sich schnell verändernden Umwelt. Studierende werden befähigt, selbständig unternehmerische Lösungsstrategien zu erarbeiten. Die Studierende lernen sich die deutsch- und englischsprachige Fachliteratur selbst zu erschließen.</p>
Verwendbarkeit des Moduls	Grundsätzlich für alle Studiengänge der Hochschule Worms und eventuell an anderen Hochschulen verwendbar.
Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine
Besonderes	-
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	<p>Grundlagen ABWL</p> <p>Basisliteratur (Pflichtlektüre):</p> <ul style="list-style-type: none"> • Jung, Hans: Allgemeine Betriebswirtschaftslehre. 12. Aufl. München: Oldenbourg, 2010. • Franz Xaver Bea, Marcell Schweitzer (Hrsg.): Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, Band 1: Grundfragen, Uni-Taschenbücher, 9. Auflage, Stuttgart 2009. • Klaus Brockhoff: Geschichte der Betriebswirtschaftslehre: Kommentierte Meilensteine und Originaltexte. 2. Auflage. Gabler-Verlag, Wiesbaden 2002. • Wolfgang Domschke, Armin Scholl: Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre: Eine Einführung aus entscheidungsorientierter Sicht, 4. Auflage. Springer, Berlin 2008. • Karl Lechner, Anton Egger, Reinbert Schauer: Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, 25. Auflage, Linde Verlag, Wien 2010. • Jean-Paul Thommen, Ann-Kristin Achleitner: Allgemeine Betriebswirtschaftslehre: Umfassende Einführung aus managementorientierter Sicht. 6. Auflage. Gabler Verlag, Wiesbaden 2009. • Günter Wöhe, Ulrich Döring: Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, 24. Auflage, Franz Vahlen, München 2010. • Henner Schierenbeck: Grundzüge der Betriebswirtschaftslehre. 16. Auflage. Oldenbourg Wissenschaftsverlag, München 2008. • Dietmar Vahs / Jan Schäfer-Kunz: Einführung in die Betriebswirtschaftslehre; 7. Auflage, Schäffer-Poeschel, 2015. <p>Sonstiges Material:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Veranstaltungsbegleitende Vorlesungs-/ Übungsunterlagen • Weitere Literatur wird zu Anfang des Kurses bekannt gegeben. <p>Einführung in die Außenwirtschaft</p> <ul style="list-style-type: none"> • Büter, C.: Internationale Unternehmensführung: Entscheidungsorientierte Einführung, Oldenbourg, 2010. • Büter, C.: Außenhandel: Grundlagen internationaler Handelsbeziehungen, 4. A., Springer, 2017. • Daniels, J.D.: Radebaugh, L.H., Sullivan, D.P. (2012), International Business – Environments and Operations, mind. 14. Auflage, Pearson. • Eibner, W.: Internationale wirtschaftliche Integration, Ausgewählte internationale Organisationen und die EU, Oldenbourg, 2008. • Eibner, W.: Understanding International Trade & Policy / Anwendungsorientierte Außenwirtschaft: Theorie & Politik, Oldenbourg, 2006. • Kehr, H.; Jahrmann, F.-U.: Außenhandel (Kompendium der praktischen Betriebswirtschaft), 14. A., Kiehl, 2015. • Kutschker, M.; Schmid, S.: Internationales Management, 3. Auflage, Oldenbourg, 2010. • Peng, M; Meyer, K.: International Business, 2. Auflage, Cengage, 2016 • Wagner, H.: Einführung in die Weltwirtschaftspolitik – Internationale

Wirtschaftsbeziehungen, Internationale Organisationen und internationale Politikkoordination, 7. Auflage, Oldenbourg, 2014
Aktuelle Texte aus Handelsblatt und The Economist

Grundlagen Digital Business

- G. Parker, M. Van Alstyne, P. Choudary: The platform revolution, Norton & Company, 2017
- Linz, Müller-Stewens, Zimmermann: Radical Business Model Transformation, KoganPage, 2017
- D. Schallmo et al: Digitale Transformation von Geschäftsmodellen: Grundlagen, Instrumente und Best Practices, Springer Gabler, 2016
- Lopez Lubian, Jose Esteves: Value in a Digital World: How to assess business models and measure value in a digital world, Palgrave Macmillan, 2017

Weitere aktuelle Literatur wird während des Kurses bekannt gegeben.

BA_1200 Operations Management

Modul-Nr./ Code	1200		
Studiengang	Global Trade Management B.A. (klassisch/dual) Internationales Logistikmanagement B.A. (klassisch/dual) Digital Business Management B.A. (klassisch/dual)		
Lehrveranstaltungen des Moduls	F&E, Beschaffung Produktion und Logistik		
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Christian Reuter		
Name der/des Hochschullehrer/s der Lehrveranstaltungen	Prof. Dr. Christian Reuter		
Unterrichtssprache	Deutsch		
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	5 ECTS-Points		
SWS	4 SWS		
Gesamtworkload	150 Stunden	Kontaktzeit	45 Stunden
		Selbststudium	105 Stunden
Studiensemester	3. Semester		
Art des Moduls (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflicht		
Dauer des Moduls	Ein Semester		
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Jedes Semester		
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Klausur		
Prüfungsdauer	120 Minuten		
Prüfung benotet/ unbenotet	benotet		
GEWichtung der Note in der Gesamtnote	Berechnet sich gemäß Prüfungsordnung anteilig aus der Gewichtung des Moduls an den gesamten ECTS-Punkten des Studiums.		
Inhalte des Moduls	<p>200_I: F&E, Beschaffung / R&D, Procurement</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Grundlagen des Innovationsmanagements 2. FuE-Kernfelder 3. FuE-Steuerungsfelder 4. Grundlagen der Beschaffung 5. Strategische Beschaffung 6. Operative Beschaffung <p>200_II: Produktion, Logistik, Qualität / Production, Logistics, Quality</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Grundlagen und Einführung Produktion 2. Fertigungsorganisation 3. Produktionsplanung und -steuerung (PPS) 4. Logistik – Grundlagen 5. Grundlagen der Qualität 		
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Vorlesung Praktische Beispiele und Übungen		
Geförderte Kompetenzen	Fachkompetenz Methodenkompetenz Sozialkompetenz Selbstkompetenz		
Angestrebte Lernergebnisse des Moduls	<p>Fachkompetenz</p> <p>Durch die erfolgreiche Absolvierung des Moduls sind die Studierenden in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> • die grundlegenden fachspezifischen Methoden, Verfahren, Arbeitsmittel und Materialien der innerbetrieblichen Leistungserstellung zu verstehen, anzuwenden und zu analysieren. • mathematische Methoden auf dazugehörige Werkzeuge anzuwenden • den dazugehörigen Umgang mit Standards und Rechtsrahmen zu verstehen 		

	<ul style="list-style-type: none"> • diese Themen auf den Dienstleistungssektor zu übertragen und anzuwenden. <p>Methodenkompetenz Die Studierenden erlangen,</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kompetenz des wissenschaftlichen Arbeitens, in dem sie Forschungsmethoden anwenden und Ergebnisse schriftlich und mündlich wiedergeben können • Problemlösungskompetenz, in dem sie Problem erfassen und benennen, komplexe Problemstellungen zergliedern, Lösungswege entwickeln sowie Problemlösungen kritisch bewerten können <p>Soziale Kompetenz Die Studierenden sind in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ergebnisse und Lösungen zu erwirken (Teamkompetenz) • Konflikte verstehen, einordnen und analysieren zu können (Konfliktkompetenz) • Prozesse nachvollziehen und überprüfe, ggf. auch korrigieren zu können (Führungskompetenz) <p>Selbstkompetenz Die Studierenden erlangen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sich selbst motivieren und eigene Lern- und Erfolgsprozesse überprüfen zu können (Selbstmanagement) • für das Erreichen von Studienleistungen einzustehen (Verantwortung) • Handlungsalternativen zu erkennen und Konsequenzen von Entscheidungen abzuwägen und einschätzen können // Ziele priorisieren zu können // Sich Risiken einer Entscheidung bewusst machen und einschätzen zu können (Entscheidungskompetenz)
Verwendbarkeit des Moduls	Das Modul ist geeignet, in allen betriebswirtschaftlichen Studiengängen bzw. Studiengängen mit betriebswirtschaftlichen Anteilen die Grundlagen der innerbetrieblichen Leistungserstellung zu vermitteln.
Voraussetzungen für die Teilnahme	Die Studierenden haben ein grobes Verständnis unternehmensinterner Abläufe, Prozesse und Funktionen und deren Wichtigkeit hinsichtlich Effektivität und Effizienz. Die Vorlesungen „Mathematik & Operations Research“ (IBA-BA-2100), „Statistik“ (IBA-BA-2200), Grundlagen der Logistik sowie Prozess- und Change-Management sowie „Grundlagen der ABWL/BWL (IBA-BA-100) sollten erfolgreich absolviert worden sein.
Besonderes	-
Literatur (Pflichtlektüre/ zusätzlich empfohlene Literatur)	<p>200_I: F&E, Beschaffung (zusätzlich empfohlene Literatur)</p> <p>Forschung und Entwicklung:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Günter Specht (Autor), Christoph Beckmann (Autor), Jenny Amelingmeyer (Autor): F&E-Management: Kompetenz im Innovationsmanagement, 2. Auflage überarb. u. erw., Schäffer-Poeschel Verlag, 2002. • Dietmar Vahs, Alexander Brem: Innovationsmanagement: Von der Idee zur erfolgreichen Vermarktung, Gebundene Ausgabe, 5. Auflage Schäffer-Poeschel, 2015. • Hans Corsten, Ralf Gössinger, Gordon Müller-Seitz, Herfried Schneider: Grundlagen des Technologie- und Innovationsmanagements, 2. überarbeitete und erweiterte Auflage, Verlag Franz Vahlen, München 2016 <p>Beschaffung:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kummer, S.: Grundzüge der Beschaffung, Produktion und Logistik, 3. Auflage, Pearson Studium, 2013. • Peter Krampf: Beschaffungsmanagement: Eine praxisorientierte Einführung in Materialwirtschaft und Einkauf, Gebundene Ausgabe, 2. Auflage, Vahlen, 2014. <p>200_II: Produktion und Logistik (zusätzlich empfohlene Literatur)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kummer, S.; Grundzüge der Beschaffung, Produktion und Logistik, 3. Auflage, Pearson Studium, 2013.

- | | |
|--|--|
| | <ul style="list-style-type: none">• Wilfried Sihh, Alexander Sunk, Tanja Nemeth, Peter Kuhlang, Kurt Matyas: Produktion und Qualität: Organisation, Management, Prozesse, Carl Hanser Verlag GmbH & Co. KG, 2016.• Horst Tempelmeier, Hans-Otto Günther: Produktion und Logistik - Supply Chain und Operations Management, 12. Auflage• Schulte, Christof: Logistik - Wege zur Optimierung der Supply Chain, 7. Auflage, Vahlen, München |
|--|--|

BA_1300 Grundlagen Marketing

Modul-Nr./ Code	1300		
Studiengang	Global Trade Management B.A. (klassisch/dual) Internationales Logistikmanagement B.A. (klassisch/dual) Digital Business Management B.A. (klassisch/dual)		
Lehrveranstaltungen des Moduls	Grundlagen Marketing		
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Stefan Lubritz		
Name der/des Hochschullehrer/s der Lehrveranstaltungen	Prof. Dr. Stefan Lubritz/ Dr. Cindy Chung		
Unterrichtssprache	Deutsch		
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	5 ECTS-Punkte		
SWS	4 SWS		
Gesamtworkload	150 Stunden	Kontaktzeit	45 Stunden
		Selbststudium	105 Stunden
Studiensemester	4. Semester		
Art des Moduls (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflicht		
Dauer des Moduls	Ein Semester		
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Jedes Semester		
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Klausur		
Prüfungsdauer	Klausur 120 Minuten		
Prüfung benotet/ unbenotet	benotet		
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	Berechnet sich gemäß Prüfungsordnung anteilig aus der Gewichtung des Moduls an den gesamten ECTS-Punkten des Studiums.		
Inhalte des Moduls	<p>TEIL A: Marketinggrundlagen</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Einleitung und Überblick 2. Marketing als Konzept der Unternehmensführung 3. Marketingplanung, -organisation und -implementierung 4. Marktsegmentierung und Marktwahl 5. Marketingziele und -strategien 6. Marketinginstrumente 7. Marketingcontrolling 8. Aktuelle Entwicklung im Marketing <p>TEIL B: Konsumentenverhalten/ Customer Insights</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Bedeutung der Marktforschung für Marketingentscheidungen 2. Prozess der Marktforschung und Diskussion zentraler Problemstellungen 3. Konzeption und Durchführung von Befragungen und Experimenten 4. Grundlegende statistische Analyseverfahren 5. Messmodelle 6. Moderations- und Mediationseffekte 7. Fortgeschrittene statistische Analyseverfahren 		
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	<p>Im Teil A werden die begrifflichen, fachlichen und methodischen Grundlagen des Marketings abgebildet. Dieser Teil wird überwiegend im Sinne einer Grundlagenvermittlung als klassische Vorlesung gestaltet. Dabei wird besonderer Wert auf die Zusammenhänge der vielfältigen Erscheinungsformen des Marketings und der zugehörigen Instrumente gelegt. Die Erscheinungsformen werden durch zahlreiche Praxisbeispiele erläutert, die durch Bild-, Video- oder Schaumaterial unterlegt werden. Jedes der o.g. Kapitel wird um zahlreiche Übungsfragen ergänzt, die den Studierenden mit jedem Kapitel ausgehändigt werden.</p> <p>Das Teil B „Customer Insights“, das i.d.R. in der Semestermitte startet und in Blockveranstaltungen durchgeführt wird, setzt auf die in Teil A</p>		

	<p>vermittelten Grundlagen auf und fokussiert in besonderer Weise die Fragen der Marktforschung.</p> <p>Nach der vertieften Vermittlung der Grundlagen der Marktforschung setzen die Studierenden die Methoden in Gruppenarbeit um, in dem sie jeweils eigene Markt- bzw. Konsumentenverhaltensforschungsprojekte durchführen. Hierzu werden in jedem Semester neue Themenstellungen festgelegt, die durch die Studierenden als empirische Forschung umzusetzen sind. Dabei wird der gesamte Marktforschungsprozess vom Design bis zur Auswertung und Interpretation der Befunde abgedeckt.</p>
Geförderte Kompetenzen	<p>Fachkompetenz Die Studierenden lernen Methoden und Instrumente des Marketings und der Marktforschung kennen. Sie sind in der Lage diese zu verstehen und im Rahmen von konkreten Aufgaben anzuwenden.</p> <p>Methodenkompetenz Insb. durch die interaktiven Module im Teil B (Marktforschung) werden die Studierenden in die Lage versetzt, an realen Aufgaben und Herausforderungen zu lernen und ihre Problemlösungskompetenz zu erproben. Dabei bearbeiten sie Aufgaben selbstständig in Teams, ziehen Schlussfolgerungen und präsentieren eigenverantwortlich die Ergebnisse mit konkreten Lösungsvorschlägen.</p> <p>Soziale Kompetenz Durch die Arbeit in Teams entwickeln die Studierenden ihre sozialen Kompetenzen nachhaltig. Durch gemeinsame Diskussionen, ggf. konträre Meinungen und unterschiedliche Charaktereigenschaften erfahren die Studierenden Herausforderungen der Teamarbeit und der Problem- und Konfliktbewältigung.</p> <p>Selbstkompetenz Die Studierenden übernehmen Verantwortung für Ihr Handeln und sind in der Lage die Überlegungen in konkrete Ergebnisse zu überführen, die vor einem Gremium zu argumentieren und zu vertreten sind.</p>
Angestrebte Lernergebnisse des Moduls	<p>Fachkompetenz Die Studierenden kennen unterschiedliche Verständnisse des Marketingbegriffs, die grundlegenden Denkweisen und Entwicklungsphasen der Marketingkonzeption, die zentralen Entscheidungstatbestände (Ziele, Strategien, Instrumente) des Marketings, die institutionellen Besonderheiten des Konsumgüter-, Investitionsgüter- und des Dienstleistungsmarketings sowie die aktuellen Entwicklungen in der Marketingpraxis. Sie können wesentliche Problemstellungen der Marktbearbeitung formulieren, relevante Handlungsoptionen herausarbeiten und zielgerichtete Marktentscheidungen treffen.</p> <p>Methodenkompetenz Studierende verfügen über einen fundierten Überblick über die vielfältigen Analyse-, Planungs-, Kontroll- und Entscheidungsmethoden des Marketings und sind damit vertraut, diese bei der Lösung von Marketingentscheidungen anzuwenden.</p> <p>Selbstkompetenz Die Studierenden reflektieren die eigene Fachkompetenz kritisch in Bezug auf die Vielfalt der Marketingkonzepte unter wirtschaftlichen Aspekten</p> <p>Selbstkompetenz Die Studierenden lernen insb. in der Gruppenarbeit, ihre Inputs und Outputs realistisch einzuschätzen und dementsprechend eine Rolle in einem Team zu übernehmen.</p>
Verwendbarkeit des Moduls	Aufgrund der im positiven Sinne generischen Ausrichtung des Moduls (kein ausgeprägter Branchenbezug, keine geographisch spezifizierte und funktionsspezifische Sicht) kann das Modul vielfältig in Bachelorstudiengängen eingesetzt werden.
Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine

Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	-
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	<p>Veranstaltungsbegleitend wird ein Skript angeboten, das im Wesentlichen aus den in der Vorlesung verwendeten Materialien besteht. Das Skript wird zeitnah zur Vorlesung als pdf-Download im IBA-Intranet bereitgestellt. Dieses Skript ersetzt nicht das Studium der vertiefenden Literatur.</p> <p>Das Studium folgender Quellen wird empfohlen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Becker, J.: Marketing-Konzeption, 10. Auflage, München 2012. • Bruhn, M.: Marketing, 12. Auflage, Wiesbaden 2014. • Homburg, C./ Krohmer, H.: Marketingmanagement, 5. Auflage Wiesbaden 2014. • Berekoven, L.; Eckert, W. & Ellenrieder, P.: Marktforschung: Methodische Grundlagen und praktische Anwendung, 12. Auflage, Wiesbaden 2009. • Kotler, Ph., Bliemel, F.: Marketing-Management, 10. Auflage, München 2006. • Meffert, H.; Burmann, C.: Marketing, 12. Auflage, Wiesbaden 2014. • Scharf, A./ Schubert, B.: Marketing, 5. Auflage, Stuttgart 2012. • Weis, H. Ch.: Marketing, 16. Auflage, Ludwigshafen 2012. <p>Weiterführende Literatur wird themenspezifisch in der Vorlesung bekannt gegeben.</p>

BA_1400 Externes Rechnungswesen

Modul-Nr./ Code	1400		
Studiengang	Global Trade Management B.A. (klassisch/dual) Internationales Logistikmanagement B.A. (klassisch/dual) Digital Business Management B.A. (klassisch/dual)		
Lehrveranstaltungen des Moduls	Buchführung (1401) Bilanzierung und Jahresabschluss (nach HGB und IFRS) (1402)		
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Lars Jäger		
Name der/des Hochschullehrer/s der Lehrveranstaltungen	Prof. Dr. Lars Jäger		
Unterrichtssprache	Deutsch		
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	5 ECTS-Punkte		
SWS	6 SWS		
Gesamtworkload	150 Stunden	Kontaktzeit	67,5 Stunden
		Selbststudium	82,5 Stunden
Studiensemester	1401 1. Semester 1402 2. Semester		
Art des Moduls (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflicht		
Dauer des Moduls	Zwei Semester		
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Jedes Semester		
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	1401 Klausur, 1. Semester 1402 Klausur, 2. Semester		
Prüfungsdauer	1401 90 Minuten, 1. Semester 1402 90 Minuten, 2. Semester		
Prüfung benotet/ unbenotet	benotet		
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	Berechnet sich gemäß Prüfungsordnung anteilig aus der Gewichtung des Moduls an den gesamten ECTS-Punkten des Studiums.		
Inhalte des Moduls	<p>Buchführung</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Grundlagen der Buchführung 2. Inventur und Inventar 3. Bilanz 4. Buchen auf Konten 5. Organisation der Buchführung 6. Buchungen während des Geschäftsjahres 7. Vorbereitende Abschlussarbeiten 8. Hauptabschlussübersicht <p>Bilanzierung und Jahresabschluss nach HGB und IFRS</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Grundlagen der Bilanzierung nach HGB/IFRS 2. Bilanzierungsgrundsätze 3. Bilanzierung nach HGB und EStG 4. Bilanzierung nach IFRS 		
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	<p>Buchführung</p> <p>Im Rahmen der Vorlesung Buchführung wird ein klassischer Vorlesungsansatz verfolgt. Ergänzt wird dieser um Übungen, die notwendig sind, damit die Studierenden sicher im Umgang mit den entsprechenden Geschäftsvorfällen und der Arbeitssystematik werden. Dabei ist ein Teil der Übungen auch als Selbstlerneinheiten konzipiert (Learning by Doing). Es besteht die Möglichkeit einzelne Einheiten online abzuhalten und über multimediale Selbstlernerntests die Lernfortschritte den einzelnen Studierenden aufzuzeigen.</p> <p>Bilanzierung</p> <p>Im Rahmen der Vorlesung wird ein Portfolio verschiedener Lern- und Lehrmethoden verwendet. Neben der klassischen Vorlesung zur</p>		

	<p>Vermittlung theoretischer und praktischer Inhalte werden verschiedene weitere Instrumente eingesetzt. So erhalten die Studierenden ein Feedback zu ihre Lernfortschritten über Audienz Response Systeme (eLearning, „bring your own device“ -Ansatz (BYOD)), mit denen die fachspezifischen Kenntnisse der Studierenden kontinuierlich getestet werden.</p> <p>Daneben werden den Studierenden für das Selbststudium multimediale Übungen, Fallstudien (teils als Gruppenarbeit) und interaktive Selbsttests mit automatischer Auswertung zur Verfügung gestellt (Learning by Doing-Ansatz, eLearning).</p> <p>Ebenso werden einzelne Veranstaltungen gemeinsam mit den Studierenden über das Internet abgehalten (Streaming) und Aufzeichnungen selbiger vorgenommen. Praxis-Gäste (vor Ort oder per Streaming über das Internet) zu bestimmten Inhalten sorgen für einen Einblick in spezielle Themen. Zusätzlich erhalten die Studierenden aktuelle Literaturempfehlungen zu theoretischen Inhalten und Praxisbeispielen zum Selbststudium.</p>
Geförderte Kompetenzen	<p>Buchführung Fachkompetenz Methodenkompetenz Selbstkompetenz</p> <p>Bilanzierung Fachkompetenz Methodenkompetenz Soziale Kompetenz Selbstkompetenz</p>
Angestrebte Lernergebnisse des Moduls	<p>Buchführung Fachkompetenz Die Buchführung zählt zu den Kernelementen des betrieblichen Rechnungswesens und ist in der Praxis von essentieller Bedeutung, da auf sie aufbauend die Bilanz erstellt und die Besteuerung abgeleitet wird. Die Studierenden verstehen die Bedeutung und Notwendigkeit entsprechende Kenntnisse zu haben, um betriebliche Zusammenhänge besser zu verstehen und selbst Geschäftsvorfälle buchen zu können.</p> <p>Methodenkompetenz Die Studierenden erlernen die Anwendung des Systems der doppelten Buchführung anhand aktueller Kontenrahmen und können Geschäftsvorfälle von Unternehmen entsprechend verbuchen.</p> <p>Selbstkompetenz Durch eine Vielzahl von Übungsaufgaben wird den Studierenden die Möglichkeit gegeben, den eigenen Lernfortschritt zu erkennen und selbständig zu entscheiden, ob und wann weitere Übungen durchgeführt werden.</p> <p>Bilanzierung Fachkompetenz Kenntnis der Bedeutung, Bestandteile und Aufstellung des Jahresabschlusses als Instrument der Rechnungslegung und der Informationsvermittlung Kenntnis der Gemeinsamkeiten und Unterschiede der Bilanzierung nach HGB, EStG und IFRS</p> <p>Methodenkompetenz Anwendung der methodischen Grundlagen und Regelungen im Hinblick auf spezifische Ansatz-, Bewertungs- und Ausweisfragen von betrieblichen Vorgängen (nach deutschem Handels- und Steuerrecht (HGB und EStG) sowie nach den internationalen Rechnungslegungsvorschriften (IFRS))</p> <p>Soziale Kompetenz Entscheidungs- und Diskussionskompetenz</p>

	<p>Selbstkompetenz Selbstmanagement, Selbstlernen, eigenständiges Üben (“Learning by Doing“)</p>
Verwendbarkeit des Moduls	<p>Der Teil Buchführung ist Voraussetzung für den Modulteil Bilanzierung. Ferner bildet die Buchführung eines der betriebswirtschaftlichen Basiselemente um das betriebliche Rechnungswesen und damit zusammenhängende Entscheidungen zu verstehen. Grundlagen der Bilanzierung des Jahresabschlusses nach HGB und IFRS werden in verschiedensten betriebswirtschaftlichen Zusammenhängen benötigt, um unternehmerische Entscheidungen vorzubereiten, deren Auswirkungen abzuschätzen und letztlich darüber Rechenschaft abzulegen. Insofern kann es als grundlegendes betriebswirtschaftliches Modul verstanden werden, was die Basis für ein Verständnis komplexer Zusammenhänge der Investitions- und Finanzierungsthematik legt.</p>
Voraussetzungen für die Teilnahme	<p>Buchführung Es werden Kenntnisse in Mathematik und Grundverständnis betriebswirtschaftlicher Zusammenhänge als Voraussetzung empfohlen. Bilanzierung Es werden Grundverständnis betriebswirtschaftlicher Zusammenhänge und Buchführungskennnisse als Voraussetzung empfohlen.</p>
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	<p>Buchführung - Bilanzierung Online-Anteil, Audience-Response Systeme (Live und Online) mit „bring your own device“- Ansatz, Gastvorträge (Live und Online)</p>
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	<p>Buchführung</p> <ul style="list-style-type: none"> • Vorlesungsskript mit Übungsaufgaben • Fallübungen • Bornhofen, M. / Bornhofen, M.C.: Buchführung 1 – Datev-Kontenrahmen 2017: Grundlagen der Buchführung für Industrie- und Handelsbetriebe. 29. Auflage, Berlin 2017. • Littkemann, J./Holtrup, M./Schulte, K.: Buchführung: Grundlagen – Übungen – Klausurvorbereitung. Mit Excel-Übungen zur Buchhaltung online. 8. Auflage, Wiesbaden 2016. • Mindermann, T./Brösel, G.: Buchführung und Jahresabschlusserstellung nach HGB – Lehrbuch, 6. Auflage, Berlin 2017. • Mindermann, T./Brösel, G.: Buchführung und Jahresabschlusserstellung nach HGB – Klausurtraining, 5. Auflage, Berlin 2017. • Schäfer-Kunz, J.: Buchführung und Jahresabschluss, 2. Auflage, Stuttgart 2016. • Wüstemann, J.: Buchführung case by case, 7. Auflage, Frankfurt 2017. <p>Bilanzierung</p> <ul style="list-style-type: none"> • Vorlesungsskript mit Übungen • Interaktive Selbstlernerheiten • Übungsfälle • Baetge, J./Kirsch, H.-J./Thiele, S.: Bilanzen, 14. Auflage, Düsseldorf 2017. • Buchholz, R.: Internationale Rechnungslegung: Die wesentlichen Vorschriften nach IFRS und HGB - mit Aufgaben und Lösungen Internationale Rechnungslegung, 13. Auflage, Berlin 2017. • Coenberg, A.G./Haller, A./ Schultze, W.: Jahresabschluss und Jahresabschlussanalyse: Betriebswirtschaftliche, handelsrechtliche, steuerrechtliche und internationale Grundlagen - HGB, IAS/IFRS, US-GAAP, DRS, 25. Auflage, Stuttgart 2018. • Kirsch, H.: Einführung in die internationale Rechnungslegung nach IFRS, 11. Auflage, Herne 2017. • Kudert, S. / Sorg, P.: IFRS leicht gemacht, 4. Auflage, Berlin 2014. • Meyer, C./Theile, C.: Bilanzierung nach Handels- und Steuerrecht – unter

	<p>Einschluss der Konzernrechnungslegung und der internationalen Rechnungslegung, 29. Auflage, Herne 2018.</p> <ul style="list-style-type: none">• Pellens, B. /Fülbier, R. U./Gassen J. /Sellhorn, T.: Internationale Rechnungslegung: IFRS 1 bis 16, IAS 1 bis 41, IFRIC- Interpretationen, Standardentwürfe - Mit Beispielen, Aufgaben und Fallstudie, 10. Auflage, Stuttgart 2017.• Speth, H. /Kaier, A. /Schuster, D.: Bilanzierung nach Handelsrecht, Steuerrecht, IFRS, 3. Auflage, Rinteln 2012.• Wüstemann, J. /Wüstemann, S.: Bilanzierung case by case – Lösungen nach HGB und IFRS, 10. Auflage, Frankfurt a.M. 2018.• Quick, R. / Wolz, M.: Bilanzierung in Fällen: Grundlagen, Aufgaben und Lösungen nach HGB und IFRS, 6. Auflage, Stuttgart 2016.
--	--

BA_1500 Investition & Finanzierung

Modul-Nr./ Code	1500		
Studiengang	Global Trade Management B.A. (klassisch//dual) Digital Business Management B.A. (klassisch/dual) Internationales Logistikmanagement B.A. (klassisch/dual)		
Lehrveranstaltungen des Moduls	Investition & Finanzierung		
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Lars Jäger		
Name der/des Hochschullehrer/s der Lehrveranstaltungen	Prof. Dr. Lars Jäger		
Unterrichtssprache	Deutsch		
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	5 ECTS-Punkte		
SWS	3 SWS		
Gesamtworkload	150 Stunden	Kontaktzeit	33,75 Stunden
		Selbststudium	116,25 Stunden
Studiensemester	3. Semester		
Art des Moduls (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflicht		
Dauer des Moduls	Ein Semester		
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Jedes Semester		
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Klausur		
Prüfungsdauer	90 Minuten		
Prüfung benotet/ unbenotet	benotet		
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	Entsprechend der ECTS-Punkte		
Inhalte des Moduls	<ol style="list-style-type: none"> 1. Grundlagen der Finanzwirtschaft 2. Grundlagen der Finanzmathematik und Bewertung 3. Investitionsplanungsmethoden 4. Investitionsrechnungsverfahren (statisch, dynamisch) 5. Grundlagen der Finanzplanung 6. Arten und Instrumente der Finanzierung 		
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	<p>Im Rahmen der Vorlesung wird ein Portfolio verschiedener Lern- und Lehrmethoden verwendet. Neben der klassischen Vorlesung zur Vermittlung theoretischer und praktischer Inhalte werden multimediale Inhalte mit aktuellem Praxisbezug thematisch passend präsentiert. Darüber hinaus erhalten die Studierenden ein Feedback zu ihren Lernfortschritten über Audienz Response Systeme (eLearning, „bring your own device“ - Ansatz (BYOD)), mit denen die fachspezifischen Kenntnisse der Studierenden kontinuierlich getestet werden.</p> <p>Daneben werden den Studierenden für das Selbststudium multimediale Übungen, Fallstudien (teils als Gruppenarbeit) und interaktive Selbsttests mit automatischer Auswertung zur Verfügung gestellt (Learning by Doing-Ansatz, eLearning). Ebenso werden einzelne Veranstaltungen gemeinsam mit den Studierenden über das Internet abgehalten (Streaming) und Aufzeichnungen selbiger vorgenommen. Praxis-Gäste (vor Ort oder per Streaming über das Internet) zu bestimmten Inhalten sorgen für einen Einblick in spezielle Themen. Zusätzlich erhalten die Studierenden aktuelle Literaturempfehlungen zu theoretischen Inhalten und Praxisbeispielen zum Selbststudium.</p>		
Geförderte Kompetenzen	Fachkompetenz Methodenkompetenz Soziale Kompetenz		

	Selbstkompetenz
Angestrebte Lernergebnisse des Moduls	<p>Fachkompetenz Kenntnis grundlegender Begriffe im Investitions- und Finanzierungskontext. Beurteilung und Anwendung verschiedener Instrumente der Finanzmathematik, Investitionsrechnung und Unternehmensfinanzierung sowie Abschätzung der Entscheidungs-Implicationen.</p> <p>Methodenkompetenz Kenntnis verschiedener Methoden der Finanzmathematik, zur Planung und Kalkulation von Investitionen und deren Finanzierung. Nutzung von modernen Kommunikationsmedien im Rahmen des eLearning (Desktopsharing, LiveChats text- und videobasiert, Audience Response Systeme)</p> <p>Soziale Kompetenz Entscheidungs- und Diskussionskompetenz, Teamarbeit bei Fallstudien und Übungen)</p> <p>Selbstkompetenz Selbstmanagement, Selbstlernen, eigenständiges Üben ("Learning by Doing").</p>
Verwendbarkeit des Moduls	<p>Ziel ist es, vertiefte anwendungsorientierte betriebswirtschaftliche Kenntnisse in Bezug auf die Investitionsplanung in Unternehmen, deren Finanzierung und damit zusammenhängenden strategischen Entscheidungen, zu vermitteln. Ferner sollen durch die zu erlernenden finanzmathematischen Methoden, die Studierenden in der Lage sein, Bewertungen von Finanztransaktionen und Finanzinstrumenten unter Einbeziehung von Ausfallrisiken vorzunehmen.</p> <p>Da die Fragen der Investition und Finanzierung in den verschiedensten Formen unabhängig vom Tätigkeitsbereich des Unternehmens sind, stellt die Kenntnis der Inhalte des Moduls eine essenzielle Basis für die Entscheidungsfindung in Unternehmen aller Art und das Verständnis wirtschaftlichen Agierens dar.</p> <p>Insofern ist das Modul geeignet, den Studierenden wichtige theoretische und praktische Grundlagen zu vermitteln, sie zur Anwendung zu befähigen und diese später im Unternehmen vielfältig einzusetzen.</p>
Voraussetzungen für die Teilnahme	Es werden Kenntnisse in Mathematik und Grundverständnis betriebswirtschaftlicher Zusammenhänge als Voraussetzung empfohlen.
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	Onlineanteil, Audience-Response Systeme (Live und Online) mit „bring your own device“- Ansatz, Gastvorträge (Live und Online)
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	<ul style="list-style-type: none"> • Vorlesungsskript mit Übungen • Interaktive Selbstlernerheiten • Fallstudien • Arrenberg, J.: Finanzmathematik: Lehrbuch mit Übungen, 3. Auflage, München 2015. • Becker, H. P.: Investition und Finanzierung, 8. Auflage, Wiesbaden 2018. • Bitz, M. /Ewert, J./Terstege, U.: Investition: Multimediale Einführung in finanzmathematische Entscheidungskonzepte, 3. Auflage, Berlin 2018. • Däumler, K.-D./Grabe, J.: Betr. Finanzwirtschaft, 10. Aufl., Herne 2013. • Däumler, K.-D./Grabe, J.: Grundlagen der Investitions- und Wirtschaftlich-keitsrechnung, 13. Auflage, Herne 2014. • Dörsam, P.: Grundlagen der Investitionsrechnung, 2007. • Hauser, M. /Warns, M.: Grundlagen der Finanzierung, 5. Auflage, 2014. • Härtl, J.: Finanzierungs- und Investitionsrechnung, Berlin 2005. • Kruschwitz, L.: Finanzmathematik: Lehrbuch der Zins-, Renten-, Tilgungs-, Kurs- und Renditerechnung, 6. Auflage, München 2018. • Luderer, B.: Starthilfe Finanzmathematik: Zinsen – Kurse – Renditen, 4. Auflage, Berlin 2015. • Perridon/Steiner/Rathgeber: Finanzwirtschaft der Unternehmung, 17. Auflage, München 2016.

- | | |
|--|--|
| | • Volkart, R./Wagner A.F.: Corporate Finance – Grundlagen von Finanzierung und Investition, 6. Auflage, Zürich 2014. |
|--|--|

BA_1600 Modernes Kostenmanagement

Modul-Nr./ Code	1600		
Studiengang	Global Trade Management B.A. (klassisch/dual) Internationales Logistikmanagement B.A. (klassisch/dual) Digital Business Management B.A. (klassisch/dual)		
Lehrveranstaltungen des Moduls	Modernes Kostenmanagement		
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Benno Feldmann		
Name der/des Hochschullehrer/s der Lehrveranstaltungen	Prof. Dr. Benno Feldmann		
Unterrichtssprache	Deutsch		
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	5 ECTS-Punkte		
SWS	4 SWS		
Gesamtworkload	150 Stunden	Kontaktzeit	45 Stunden
		Selbststudium	105 Stunden
Studiensemester	4. Semester		
Art des Moduls (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflicht		
Dauer des Moduls	Ein Semester		
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Jedes Semester		
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Klausur		
Prüfungsdauer	120 Minuten		
Prüfung benotet/ unbenotet	benotet		
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	Berechnet sich gemäß Prüfungsordnung anteilig aus der Gewichtung des Moduls an den gesamten ECTS-Punkten des Studiums.		
Inhalte des Moduls	<ol style="list-style-type: none"> 1. Einführung und Einordnung des betrieblichen Rechnungswesens 2. Grundbegriffe und kostentheoretische Grundlagen 3. Kostenartenrechnung 4. Kostenstellenrechnung 5. Kostenträgerrechnung – Kostenträgerstückrechnung 6. Kostenträgerrechnung – Kostenträgerzeitrechnung 7. Kostenrechnung für operative Entscheidungen 1 8. Kostenrechnung für operative Entscheidungen 2 9. Plankostenrechnung und Abweichungsanalyse 10. Prozesskostenrechnung 11. Zielkostenrechnung 		
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	<p>Die Lehr- und Lernmethoden des Moduls orientierten sich grundsätzlich an einer studierendenzentrierten Lehre, die einen deutlichen Fokus auf kollaborativen Lernformen legt. Die ggf. heterogene Lerngruppe soll aktiv in den Prozess der akademischen Bildung involviert werden.</p> <p>Das Modul basiert auf Lehrgesprächen zu den (ebenfalls) modular aufgebauten Inhalten. Das Gelernte wird dann jeweils begleitend in Form von praxisnahen Übungsaufgaben und Fallbeispielen angewandt. Elemente des E-Learnings runden die Veranstaltung ab.</p>		
Geförderte Kompetenzen	Fachkompetenz (40%) Methodenkompetenz (40%) Soziale Kompetenz (10%) Selbstkompetenz (10%)		
Angestrebte Lernergebnisse des Moduls	<p>Fachkompetenz</p> <p>Das Modul vermittelt breites und integriertes Wissen des Internen Rechnungswesens einschließlich der wissenschaftlichen Grundlagen, der praktischen Anwendung des wissenschaftlichen Faches sowie eines kritischen Verständnisses der wichtigsten Theorien und Methoden der Kostenrechnung.</p>		

	<p>Ziele sind insbesondere</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kennen und Verstehen der wichtigsten Begriffe, Teilgebiete und Systeme der Kostenrechnung • Anwenden der Kenntnisse im konkreten betrieblichen Kontext und in komplexen betrieblichen Entscheidungssituationen • Analyse der wichtigsten Theorien und Methoden der Kostenrechnung und Ableiten von Folgerungen für Unternehmen • Beurteilen der Anwendbarkeit ausgewählter Instrumente der Kostenrechnung <p>Methodenkompetenz Die Studierenden sollen befähigt werden, in der betrieblichen Praxis über die Kenntnis, das Wissen und die Fähigkeiten zu verfügen, jeweils betriebsindividuelle Problemlösungen in den Bereichen der Voll- und Teilkostenrechnung sowie der Plan-, Prozess- und Zielkostenrechnung sowie der Abweichungsanalysen als Projektverantwortliche zu entwickeln und in Betrieben anzuwenden. Sie kennen Nutzen und Grenzen der jeweiligen Kostenrechnungssysteme und -methoden.</p> <p>Soziale Kompetenz Die Studierenden sind der Lage, komplexe Sachverhalte und Herausforderungen der Kostenrechnung zu erläutern und gegenüber Fachleuten argumentativ zu vertreten. Dabei ist Ihnen bewusst, welche Zielkonflikte und Optimierungskriterien bestehen und wie diese in der Praxis gelöst werden. Bei in der Lehrveranstaltung stattfindenden Gruppendiskussionen und -übungen sollen Konflikt-, Konsens- und Teamfähigkeit trainiert werden.</p> <p>Selbstkompetenz Die Studierenden sind in der Lage, sich fremde Sachverhalte des Internen Rechnungswesens aus der Vorlesung auch im Selbststudium zu erarbeiten und so die eigene Wissensbasis zu vertiefen. Durch die Reflexion des Lernstoffes können die Studierenden die richtigen Fragen stellen und strategische Entscheidung begründen und hinterfragen. Ziele für Lern- und Arbeitsprozesse definieren, reflektieren und bewerten und Lern- und Arbeitsprozesse eigenständig und nachhaltig gestalten.</p>
Verwendbarkeit des Moduls	<p>Kenntnisse des Kostenmanagements (Internes Rechnungswesen) haben einen grundlegenden betriebswirtschaftlichen Charakter und sind für sämtliche BWL-Funktionen wie Finanzen, Einkauf, Produktion, Logistik, etc. hilfreich.</p> <p>Das Modul versetzt Studierende, die eine Fach- oder Führungsaufgabe in Unternehmen anstreben, in die Lage, Gesamtzusammenhänge besser zu verstehen und sich über Wechselwirkungen bei der Optimierung des Unternehmens und dessen Steuerung bewusst zu sein. Auch Methoden und Instrumente, die nicht nur im (internen) Rechnungswesen hilfreich sind, werden aktiv trainiert und die Herangehensweise kann ohne Weiteres auf ähnliche Aufgaben der Veränderung und Gestaltung von Prozessen übertragen werden.</p>
Voraussetzungen für die Teilnahme	Es werden grundlegende Kenntnisse der Allgemeinen Betriebswirtschaftslehre zum erfolgreichen Absolvieren dieses Moduls empfohlen.
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	-
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	<p>Basisliteratur (Pflichtlektüre):</p> <ul style="list-style-type: none"> • Friedl, G., Hofmann, C., Pedell, B.: Kostenrechnung, Vahlen, 2010. • Hungenberg, H., Kaufmann, L.: Kostenmanagement, 2. überarb. und erw. Auflage, 2014. • Olfert, K.: Kostenrechnung, 17. Auflage, NWB Verlag, 2013. <p>Vertiefende Literatur:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Haberstock, L., Breithecker, V.: Kostenrechnung, neu bearbeitete

	<p>Auflage, Erich Schmidt Verlag GmbH und Co., 2008.</p> <ul style="list-style-type: none">• Coenenberg, A. G., Fischer T.M., Günther, T.: Kostenrechnung und Kostenanalyse, 9. überarb. Auflage, Schäffer Poeschel, 2016.• Schmolke, S., et al., Industrielles Rechnungswesen <p>Sonstiges Material:</p> <ul style="list-style-type: none">• Veranstaltungsbegleitende Vorlesungs-/ Übungsunterlagen, (online-) Übungsaufgaben Accompanying lecture / tutorial documents, (online-) exercises
--	--

BA_1700 Volkswirtschaftslehre			
Modul-Nr./ Code	1700		
Studiengang	Global Trade Management B.A. (klassisch/dual) Internationales Logistikmanagement B.A. (klassisch/dual) Digital Business Management B.A. (klassisch/dual)		
Lehrveranstaltungen des Moduls	Makroökonomie (1701) Mikroökonomie (1702)		
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Martin Keim (1701) Prof. Dr. Olaf Rieck (1702)		
Name der/des Hochschullehrer/s der Lehrveranstaltungen	Prof. Dr. Martin Keim (1701) Prof. Dr. Kai Eberhard Kruk (1702)		
Unterrichtssprache	Deutsch (1701) Englisch (1702)		
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	5 ECTS-Punkte		
SWS	4 SWS		
Gesamtworkload	150 Stunden	Kontaktzeit	45 Stunden
		Selbststudium	105 Stunden
Studiensemester	1701 1. Semester 1702 2. Semester		
Art des Moduls (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflicht		
Dauer des Moduls	Zwei Semester		
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Jedes Semester		
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	1701 Klausur, 1. Semester 1702 Klausur, 2. Semester		
Prüfungsdauer	1701 60 Minuten, 1. Semester 1702 60 Minuten, 2. Semester		
Prüfung benotet/ unbenotet	Benotet		
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	Berechnet sich gemäß Prüfungsordnung anteilig aus der Gewichtung des Moduls an den gesamten ECTS-Punkten des Studiums.		
Inhalte des Moduls	<p>Makroökonomie</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Grundlegende Fragen der Volkswirtschaftslehre 2. Marktmechanismus 3. Wohlstandsbegriff, Wachstum und Magisches Viereck 4. Volkswirtschaftliche Gesamtrechnung und Zahlungsbilanz 5. Makromärkte und Interdependenzen 6. Grundlagen der Fiskalpolitik 7. Grundlagen der Geldpolitik 8. Neoklassische makroökonomische Theorie 9. Keynesianische makroökonomische Theorie 10. Kurzfristige makroökonomische Modelle 11. Langfristige makroökonomische Modelle <p>Mikroökonomie</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Supply and demand 2. Consumer theory 3. Production Functions 4. Cost Theory 5. Markets and Competition 6. Information Economics 		
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Vorlesungen, Übungen, Selbststudium, E-Learning		
Geförderte Kompetenzen	Fachkompetenz Methodenkompetenz Sozialkompetenz		

	Selbstkompetenz
Angestrebte Lernergebnisse des Moduls	<p>Makroökonomie</p> <p>Fachkompetenz Die Studierenden sind in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> • Indikatoren zur Beurteilung der gesamtwirtschaftlichen Situation zu identifizieren, • diese Indikatoren zu beschreiben und zu verstehen, • makroökonomische Zielkonflikte und -harmonien zu identifizieren und • Lösungsansätze zu konstruieren. <p>Methodenkompetenz Die Studierenden sind in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> • gesamtwirtschaftliche Analysen kritisch auf Widersprüche zu hinterfragen und • dabei Lösungsansätze gemäß den verschiedenen makroökonomischen Schulen zu präsentieren. • Zusammenhänge von gesamtwirtschaftlichen Entwicklungen und einzelwirtschaftlichen Entscheidungen zu verstehen. • eigenständig einschlägige Quellen zu finden, um laufende Informationen zu den gesamtwirtschaftlichen Entwicklungen zu bekommen. <p>Selbstkompetenz Die Studierenden sind in der Lage, eigenes Handeln im betriebswirtschaftlichen Kontext durch die Interaktion mit gesamtwirtschaftlichen Zusammenhängen zu untermauern.</p> <p>Mikroökonomie</p> <p>Professional competence Students acquire knowledge of basic economic terms and concepts, such as preferences, demand functions, price elasticities, equilibria, cost functions, different types of costs, competition models, market structure, and externalities. Students are able to apply these concepts in real life contexts</p> <p>Methodological competence Students are able to</p> <ul style="list-style-type: none"> • understand approaches to economic conceptualization and modelling • apply economic methods, such as the principle of marginality, profit maximization, price adjustment processes and the derivation of cost functions <p>Social skills Students are able to understand complex economic arguments and contribute to discussions with theoretically sound arguments.</p> <p>Self-competence Students are able to independently learn and comprehend complex theoretical materials. Their abstract thinking is developed and they get prepared for scientific work.</p>
Verwendbarkeit des Moduls	<p>Makroökonomie Wirtschaftspolitik, Europäische Wirtschaft, International Economics (IBA Master)</p> <p>Mikroökonomie E-Commerce (IBA Master)</p>
Voraussetzungen für die Teilnahme	keine
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	-
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	<p>Makroökonomie</p> <ul style="list-style-type: none"> • Baßeler, U. et al.: Grundlagen und Probleme der Volkswirtschaft, 19. Auflage, Schäffer-Poeschel, 2010. • Blanchard, O.; Illing, G.: Makroökonomie, 5. Auflage, Pearson-Studium, 2009. • Clement, R.; Terlau, W.; Kiy, M.: Grundlagen der Angewandten

	<p>Makroökonomie, 5. Auflage, Vahlen, 2013.</p> <ul style="list-style-type: none">• Dornbusch, R. et al.: Macroeconomics, 11th ed., McGraw-Hill, 2011.• Mankiw, N.G.: Makroökonomik, 6. Auflage, Schäffer-Poeschel, 2011.• Mussel, G.: Einführung in die Makroökonomik, 11. A., Vahlen, 2013.• Samuelson, P.A.; Nordhaus, W.D., Volkswirtschaftslehre, aktuelle Auflage, mi-Wirtschaftsbuch <p>Mikroökonomie</p> <ul style="list-style-type: none">• Varian; Hal, Intermediate Microeconomics: A Modern Approach, 9th ed., New York 2014.• Mankiw; Principles of Microeconomics, 7th ed., Stamford CT 2015.• Pyndick, Rubinfeld: Microeconomics, 8th edition, Pearson International.
--	--

BA_1800 Wirtschaftspolitik			
Modul-Nr./ Code	1800		
Studiengang	Global Trade Management B.A. (klassisch/dual) Internationales Logistikmanagement B.A. (klassisch/dual) Digital Business Management B.A. (klassisch/dual)		
Lehrveranstaltungen des Moduls	Wirtschaftspolitik		
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Martin Keim		
Name der/des Hochschullehrer/s der Lehrveranstaltungen	Prof. Dr. Martin Keim		
Unterrichtssprache	Deutsch		
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	5 ECTS-Punkte		
SWS	3 SWS		
Gesamtworkload	150 Stunden	Kontaktzeit	33,75 Stunden
		Selbststudium	116,25 Stunden
Studiensemester	4. Semester		
Art des Moduls (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflicht		
Dauer des Moduls	Ein Semester		
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Jedes Semester		
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Klausur		
Prüfungsdauer	90 Minuten		
Prüfung benotet/ unbenotet	benotet		
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	Berechnet sich gemäß Prüfungsordnung anteilig aus der Gewichtung des Moduls an den gesamten ECTS-Punkten des Studiums.		
Inhalte des Moduls	<ol style="list-style-type: none"> 1. Wirtschaftsordnungen und Wirtschaftssysteme 2. Träger der Wirtschaftspolitik 3. Wirtschaftspolitische Konzeptionen 4. Ziele und Instrumente der Wirtschaftspolitik 		
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Vorlesungen, Übungen, Selbststudium, E-Learning		
Geförderte Kompetenzen	Fachkompetenz Methodenkompetenz Soziale Kompetenz Selbstkompetenz		
Angestrebte Lernergebnisse des Moduls	<p>Fachkompetenz Die Studierenden sind in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> · mikro- und makroökonomisches Basiswissen auf wirtschaftspolitische Inhalte anzuwenden, · wirtschaftspolitische Zielkonflikte und -harmonien zu identifizieren und Lösungsansätze zu konstruieren, · zu verstehen, wie nationale Wirtschaftspolitik mit der internationalen Wirtschaftspolitik interagiert. <p>Methodenkompetenz Die Studierenden sind in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> · wirtschaftspolitische Analysen – auch im internationalen Kontext – kritisch auf Widersprüche zu hinterfragen und dabei Lösungsansätze gemäß den verschiedenen wirtschaftspolitischen Schulen zu präsentieren, · Zusammenhänge von wirtschaftspolitischen Entwicklungen und einzelwirtschaftlichen Entscheidungen zu verstehen, · wirtschaftspolitische Phänomene aus interdisziplinärer Sicht zu beurteilen (z.B. aus der Neuen Institutionenökonomik, Neue Politische Ökonomie und Wirtschaftspsychologie). 		

	<p>Soziale Kompetenz Die Studierenden sind in der Lage, komplexen wirtschafts- und gesellschaftspolitischen Diskussionen zu folgen und dabei eigene Beiträge leisten zu können.</p> <p>Selbstkompetenz Die Studierenden sind in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> • eigenständig einschlägige Quellen zu finden, umlaufende Informationen zu den wirtschaftspolitischen Entwicklungen zu bekommen • eigenes Handeln im betriebswirtschaftlichen Kontext durch die Interaktion mit wirtschaftspolitischen Zusammenhängen zu untermauern.
Verwendbarkeit des Moduls	Bachelor-Spezialisierung Europäische Wirtschaft
Voraussetzungen für die Teilnahme	Es wird empfohlen, vor Aufnahme dieses Moduls das Modul Volkswirtschaftslehre abzuschließen.
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	-
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	<ul style="list-style-type: none"> • Altmann, J.: Wirtschaftspolitik, 8. Auflage, UTB, 2007. • Baßeler, U. et al.: Grundlagen und Probleme der Volkswirtschaft, 19. Auflage, Schäffer-Poeschel, 2010. • Becker, M.; John, St.; Schirm, St. Auflage: Globalisierung und Global Governance, UTB, 2007. • Brasche, U.: Europäische Integration, 4. Auflage, Oldenbourg, 2017. • Blankart, C.: Öffentliche Finanzen in der Demokratie, 8. Auflage, Vahlen, 2011. • Clement, R.; Terlau, W.; Kiy, M.: Grundlagen der Angewandten Makroökonomie, 5. Auflage, Vahlen, 2013. • Fredebeul-Krein, M. et al.: Grundlagen der Wirtschaftspolitik, 4. Auflage, UTB, 2013. • Freistein, K.; Leininger, J.: Handbuch Internationale Organisationen, Oldenbourg, 2012. • Klump, R.: Wirtschaftspolitik - Instrumente, Ziele und Institutionen, 2. Auflage, Pearson, 2011. • Mussel, G.; Pätzold, J.: Grundfragen der Wirtschaftspolitik, 8. Auflage, Vahlen, 2012. • Sachverständigenrat: Aktuelle Jahresgutachten. • Schmidt, S.; Schünemann, W.J.: Europäische Union – Eine Einführung, 2. Auflage, UTB, 2013. • Wagener, H.-J.; Eger, T.: Europäische Integration: Wirtschaft und Recht, Gesellschaft und Politik, 3. Auflage, Vahlen, 2014. • Weidenfeld, W.: Die Europäische Union, 3. Auflage, UTB, 2013.

Coremodule Außenwirtschaft

BA_2110 Foreign Trade I - Operatives Import- und Exportmanagement

Modul-Nr./ Code	2110		
Studiengang	Global Trade Management B.A. (klassisch/dual) Internationales Logistikmanagement B.A. (klassisch/dual)		
Lehrveranstaltungen des Moduls	Management von Zöllen und Handelsschranken Einführung internationale Logistik		
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Michael Graef Prof. Dr. Martin Keim		
Name der/des Hochschullehrer/s der Lehrveranstaltungen	Michael Gummersbach LfbA / N.N.		
Unterrichtssprache	Deutsch		
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	5 ECTS-Punkte		
SWS	4 SWS		
Gesamtworkload	150 Stunden	Kontaktzeit	45 Stunden
		Selbststudium	105 Stunden
Studiensemester	2. Semester		
Art des Moduls (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflicht		
Dauer des Moduls	Ein Semester		
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Jedes Semester		
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Klausur		
Prüfungsdauer	120 Minuten		
Prüfung benotet/ unbenotet	benotet		
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	Entsprechend der ECTS-Punkte		
Inhalte des Moduls	<p>Management von Zöllen und Handelsschranken</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Entscheidungsfelder im Customs Management <ol style="list-style-type: none"> a. Entscheidung über grenzüberschreitende Warenlieferungen (Export, Import von Rohstoffen, Halbfertigprodukten, Fertigprodukten) b. Entscheidung für Bearbeitung und Verarbeitung von Produkten im Ausland (über Zulieferer, Monteure, eigene Gesellschaften) c. Informationseinholung über wirtschaftliche und politische Rahmenbedingungen für Handel, Direktinvestitionen, strategische Partnerschaften d. Identifikation von Handelshemmnissen / Protektionistische Maßnahmen im Außenhandel (Zölle, nichttarifäre Handelsschranken, neoprotektionistische Maßnahmen) e. Vernetzung mit Transport, Logistiklösungen und Versicherung f. Gestaltungsentscheidungen für Konzernstrukturen 2. Importe, Exporte und Transitverkehr als Erscheinungsformen des Außenhandels <ol style="list-style-type: none"> a. Einfuhrabfertigung b. Ausfuhrabfertigung 3. Zollarten und Wirkungen 4. Grundlagen des Europäischen Zollwesens <ol style="list-style-type: none"> a. Zollbegriff b. Grundprinzipien c. Zollgebiet d. Zollverwaltung 5. Warenursprungsbegriff / Kumulation / Pan-Euro-Med-Kumulation 6. Ablauf einer zollamtlichen Warenbehandlung 		

	<ul style="list-style-type: none"> a. Zollantrag, Zollverfahrensarten und Vereinfachungsverfahren b. Zollbeschau, Zollbefund c. Zolltarif (gemeinsamer Zolltarif, Zolltariftypen, Zollkontingente) d. Zollbescheid e. Einfuhrumsatzsteuer und Verbrauchssteuern <ul style="list-style-type: none"> 7. Europäische standardisierte Zollverfahren <ul style="list-style-type: none"> a. Überführung zum freien Verkehr b. Normales Ausfuhrverfahren 8. Zugelassene Wirtschaftsbeteiligte / Authorized Economic Operator (AEO) 9. Außenwirtschaftliche Beschränkungsmaßnahmen / Exportkontrolle 10. Besondere Zollverfahren <ul style="list-style-type: none"> a. Veredelungsverkehr (aktive und passive Veredelung) b. Zolllagerverfahren c. Vorübergehende Verwendung d. Umwandlungsverfahren e. Versandverfahren 11. Aktuelle Herausforderungen im Zollwesen <p>Einführung Internationale Logistik</p> <ul style="list-style-type: none"> 1. Begriff der Logistik 2. Ziele der Logistik <ul style="list-style-type: none"> a. Einbindung der Logistik in die Unternehmensstrategie b. Einordnung der Logistik in die Außenwirtschaft 3. Dokumentation von Warensendungen 4. Verkehrsträger und Transportketten <ul style="list-style-type: none"> a. Seefrachtverkehr b. Binnenschiffverkehrsverkehr c. Eisenbahngüterverkehr d. Straßengüterverkehr e. Gebrochener, kombinierter und multimodaler Güterverkehr 5. Handels- und Zollpapiere / Transportabwicklung 6. INCOTERMS / Risikoübergänge beim Transport 7. Transportrecht und Transportversicherungen
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Vorlesungen
Geförderte Kompetenzen	Fachkompetenz Methodenkompetenz Soziale Kompetenz Selbstkompetenz
Angestrebte Lernergebnisse des Moduls	<p>Management von Zöllen und Handelsschranken</p> <p>Fachkompetenz Die Studierenden erwerben Grundlagenwissen über</p> <ul style="list-style-type: none"> • internationale Wirtschaftsbeziehungen • Auswirkungen der europäischen Integration auf den Internationalen Warenverkehr • Grund- und Sonderformen der Internationalisierung • Grundprinzipien und grundlegenden Rahmenbedingungen des internationalen Handels • Zölle und Handelsschranken im internationalen Geschäft • Ablauf von Zollverfahren in der EU <p>Methodenkompetenz Die Studierenden entwickeln instrumentale und systemische Kompetenz, die folgendes ermöglichen,</p> <ul style="list-style-type: none"> • Entscheidung zu grenzüberschreitenden Aktivitäten • Entscheidungen über die Gestaltung von Wertschöpfungsaktivitäten über Ländergrenzen hinweg

	<ul style="list-style-type: none"> • Informationseinholung über wirtschaftliche und politische Rahmenbedingungen • Identifikation von Handelshemmnissen • Betriebswirtschaftliche Entscheidungen in den außenwirtschaftlichen Gesamtkontext einzuordnen und Struktur für einen außenwirtschaftlichen Instrumentenkasten zu erfassen • Beurteilung von unternehmerischen Entscheidungen nicht nur aus klassisch betriebswirtschaftlicher Sicht, sondern auch aus außenwirtschaftlichem Blickwinkel <p>Soziale Kompetenz</p> <ul style="list-style-type: none"> • Involvierung in Diskussionen; fundierte Beiträge zu außenwirtschaftlichen Sachverhalten machen <p>Selbstkompetenz</p> <ul style="list-style-type: none"> • Entwicklung von verschiedenen Perspektiven für das internationale Geschäft; Hineinversetzen in internationale Geschäftspartner • Regelmäßige Überprüfung des Lernerfolgs durch Teilnahme an offenen Diskussionen und dem Lösen von kleinen Fällen <p>Einführung Internationale Logistik</p> <p>Fachkompetenz Die Studierenden kennen die Grundlagen der internationalen Transportwirtschaft und können diese in den Kontext der Außenwirtschaft einordnen. Sie verstehen die Auswirkungen der Transportmittelwahl im internationalen Geschäft auf Profitabilität und Liefersicherheit. Sie können logistische Zusammenhänge unter Berücksichtigung der Querschnittsfunktion der Logistik erkennen.</p> <p>Methodenkompetenz Die Studierenden erlangen instrumentale Kompetenz durch Kenntnis der gängigen Dokumentationen, Voraussetzungen und Rahmenbedingungen für die einzelnen Transportarten und können diese im Unternehmen optimierend für die Wertschöpfungskette einsetzen. Sie können geeignete Planungsverfahren für ausgewählte operative und strategische Logistikprobleme auswählen bzw. übertragen und anwenden.</p> <p>Soziale Kompetenz Involvierung in Gruppendiskussionen und offenen Diskussionsforen in den Veranstaltungen; fundierte Beiträge zu Transport und Logistik beisteuern</p> <p>Selbstkompetenz Selbst- und Zeitmanagement / rechtzeitige Vor- und Nachbereitung von Veranstaltungsinhalten; regelmäßige Selbstevaluation des Lernfortschritts</p>
Verwendbarkeit des Moduls	
Voraussetzungen für die Teilnahme	<ul style="list-style-type: none"> • Einführung in die Außenwirtschaft (1102) sollte zuerst besucht werden, um die Inhalte dieses Modul in den Gesamtkontext Außenwirtschaft einordnen zu können. • Grundlegendes Interesse an internationalen Wirtschaftsbeziehungen und außenwirtschaftlichen Fragestellungen • Regelmäßige Zeitungslektüre (z.B. Handelsblatt)
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	

<p>Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)</p>	<p><u>Management von Zöllen und Handelsschranken</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Büter, Clemens: Außenhandel – Grundlagen globaler und innergemeinschaftlicher Handelsbeziehungen, 4. Auflage, SpringerLink, Heidelberg u.a. 2017. • Fraedrich, Dieter: Zoll-Leitfaden für die Betriebspraxis, Der Wegweiser für das gesamte Ein- und Ausfuhrverfahren, 15. Auflage, Berlin 2015. • Witte, Peter, und Hans-Michael Wolfgang (Hrsg.): Lehrbuch des Europäischen Zollrechts, 9. Auflage, Herne/Berlin 2018. • Witte, Peter, Der Unionszollkodex (UZK): Praxisleitfaden zu den Neuerungen im europäischen Zollrecht, 3. Auflage, Köln 2016. • Zeitschrift Außenwirtschaftliche Praxis (AW Prax) <p>Einführung Internationale Logistik</p> <ul style="list-style-type: none"> • Aberle, Gerd, Transportwirtschaft: Einzelwirtschaftliche und gesamtwirtschaftliche Grundlagen, 5. Auflage, München 2009. • Brenner, Hatto, Anita Langenhagen und Wolfgang Reckel, Erfolgreich exportieren: Richtig vorbereitet ins Exportgeschäft: Wie Sie Auslandsgeschäfte in der Praxis erfolgreich vorbereiten, abschließen und durchführen, 4. Auflage, Köln 2017. • Czerwenka, Beate: Textsammlung Transportrecht: Einführung - Gesetze - Übereinkünfte - EU-Verordnungen, Köln 2014. • Jahrman, Ulrich und Kehr, Henning: Außenhandel, 14. Auflage, Ludwigshafen 2015. • Ovie, Talke et. al. (Hrsg.): Praxishandbuch Transport: Logistik - Versicherung - Zoll - Exportkontrolle - Steuern – VuB, 2. Auflage, Köln 2017. • Schulte, Christof: Logistik: Wege zur Optimierung der Supply Chain, München 2016.
---	---

BA_2120 Foreign Trade II - Außenhandelsrisiken und Recht im Außenhandel

Modul-Nr./ Code	2120		
Studiengang	Global Trade Management B.A. (klassisch/dual) Internationales Logistikmanagement B.A. (klassisch/dual)		
Lehrveranstaltungen des Moduls	Außenhandelsrisiken Recht im Außenhandel		
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Michael Graef Prof. Dr. Martin Keim		
Name der/des Hochschullehrer/s der Lehrveranstaltungen	Michael Gummersbach LfbA / N.N. / Dr. Annekathrin Schmoll		
Unterrichtssprache	Deutsch		
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	5 ECTS-Punkte		
SWS	4 SWS		
Gesamtworkload	150 Stunden	Kontaktzeit	45 Stunden
		Selbststudium	105 Stunden
Studiensemester	3. Semester		
Art des Moduls (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflicht		
Dauer des Moduls	Ein Semester		
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Jedes Semester		
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Klausur		
Prüfungsdauer	120 Minuten		
Prüfung benotet/ unbenotet	benotet		
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	Entsprechend der ECTS-Punkte		
Inhalte des Moduls	<p>Außenhandelsrisiken</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Aktuelle Risiken im Außenhandel / Wirkungen auf unternehmerische Planung und Wertschöpfung 2. Risikodefinition, Risikoanalyse und Risikopolitik 3. Risikoarten in der Außenwirtschaft <ol style="list-style-type: none"> a. Länderrisiken / Country Risks und Ökonomische Risiken b. Politische Risiken, Eigentumsrisiken, Dispositionsrisiken c. Interkulturelle Risiken d. Grundlegende Absicherungsmöglichkeiten 4. Preisrisiken <ol style="list-style-type: none"> a. Absicherung von Preisrisiken b. Preissicherung durch feste Warentermingeschäfte c. Warenterminoptionen 5. Währungsrisiken <ol style="list-style-type: none"> a. Absicherung von Währungsrisiken b. Risiken des Devisengeschäfts und Risikobegrenzung c. Devisenkassageschäft d. Feste Devisentermingeschäfte e. Devisenoptionengeschäfte 6. Zahlungsrisiken <ol style="list-style-type: none"> a. Absicherung von Zahlungsrisiken b. Ausfuhrkreditversicherung/Exportkreditbesicherung c. Private und staatliche Exportkreditbesicherung 7. Absicherung von Produkthaftungsrisiken 8. Absicherung gegen Markenpiraterie <p>Recht im Außenhandel</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Rechtsebenen 2. Außenwirtschaftsrecht 3. Steuerliche Aspekte im Außenhandel Melderecht 		

	<ul style="list-style-type: none"> 4. Organisationen im Internationalen Handel 5. Regelungen der Internationalen Handelskammer Paris 6. Marktordnungsrecht 7. Internationales Privatrecht 8. Internationales Kaufrecht
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	
Geförderte Kompetenzen	<p>Fachkompetenz Methodenkompetenz Soziale Kompetenz Selbstkompetenz</p>
Angestrebte Lernergebnisse des Moduls	<p>Außenhandelsrisiken</p> <p>Fachkompetenz Studierende erwerben Kenntnisse über mögliche Risiken im Außenhandel sowie Maßnahmen zu Risikovermeidung und Risikoabsicherung</p> <ul style="list-style-type: none"> · Risikomanagement im Exportgeschäft · Studierende können internationale Geschäftschancen nicht nur nach Renditegesichtspunkten, sondern auch nach außerwirtschaftlichen Aspekten beurteilen und z.B. Entscheidungen zur internationalen Konfiguration von Wertschöpfungsaktivitäten treffen <p>Methodenkompetenz</p> <ul style="list-style-type: none"> · Durch zahlreiche Anwendungsfälle erschließen sich Studierende einen Instrumentenbaukasten zum Einsatz in international tätigen Unternehmen · Durch das Aufgreifen von Themenkomplexen wie politische Risiken, Produkthaftungsrisiken oder Markenpiraterie werden gleichzeitig ethische Fragestellungen wirtschaftlichen Handelns berücksichtigt <p>Soziale Kompetenz</p> <ul style="list-style-type: none"> · Involvierung in Gruppendiskussionen und offenen Diskussionsforen in den Veranstaltungen · Fundierte Beiträge zu außenwirtschaftlichen Sachverhalten machen <p>Selbstkompetenz</p> <ul style="list-style-type: none"> · Selbst- und Zeitmanagement / rechtzeitige Vor- und Nachbereitung von Veranstaltungsinhalten; regelmäßige Selbstevaluation des Lernfortschritts durch Vorbereitung der Übungseinheiten · Entwicklung von verschiedenen Perspektiven für das internationale Geschäft; Hineinversetzen in die Motivation von internationalen Geschäftspartnern · Identifikation von Handlungsalternativen im Umgang mit Risiken und von Möglichkeiten der Beeinflussung von Outcome und Impact <p>Recht im Außenhandel</p> <p>Fachkompetenz Studierende sind in der Lage relevante gesetzliche Regelungen im Außenhandel (z.B. AWG, AWV, EU-VO, UN-Kaufrecht) zu benennen. Sie können wichtige internationale Organisation im internationalen Handel benennen und kennen deren Aufgaben. Sie können die Grundzüge des internationalen Privatrechts benennen und beschreiben.</p> <p>Methodenkompetenz Studierende können bestimmte Vorschriften und Gesetze auf bestimmte Geschäftsfälle anwenden, insbesondere von AWG, AWV und internationalem Privatrecht.</p>
Verwendbarkeit des Moduls	
Voraussetzungen für die Teilnahme	<ul style="list-style-type: none"> · Einführung in die Außenwirtschaft (1102) sollte zuerst besucht werden, um die Inhalte dieses Modul in den Gesamtkontext Außenwirtschaft einordnen zu können. · Grundlegendes Interesse an internationalen Wirtschaftsbeziehungen und außenwirtschaftlichen Fragestellungen

	<ul style="list-style-type: none"> • Regelmäßige Zeitungslektüre (z.B. Handelsblatt)
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	<p><u>Außenhandelsrisiken</u> <u>Basisliteratur</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Altmann, Jörn: Außenwirtschaft für Unternehmen, 3. Auflage, Stuttgart 2012. • Büter, Clemens: Außenhandel – Grundlagen internationaler Handelsbeziehungen, 4. Aufl., Heidelberg u.a. 2017. • Grundmann, Thilo: Management von Währungsrisiken in Unternehmen, in: Praxishandbuch Risikomanagement, Konzepte – Methoden – Umsetzung, hrsg. von Werner Gleißner und Frank Romeike, Berlin 2015, S. 349-381. • Jahrmann, Ulrich, und Henning Kehr: Außenhandel, 14. Auflage, Ludwigshafen 2015. • Kühne, Jan: Anforderungen an das Risikomanagement und Risikocontrolling, in: Management von Rohstoffrisiken – Strategien, Märkte und Produkte, hrsg. von Roland Eller u.a., Wiesbaden 2010, S. 107-137. • Mahlkecht, Michael: State-of-the-Art Analysemethoden und Modelle im Financial Risk Management – Hedging-Prozesse in der Praxis: Regeln, Fehler, Möglichkeiten, in: Praxishandbuch Risikomanagement, Konzepte – Methoden – Umsetzung, hrsg. von Werner Gleißner und Frank Romeike, Berlin 2015, S. 383-401. • Paschold, Thomas: Produkte und Praxisfälle des Risikomanagements, in: Management von Rohstoffrisiken – Strategien, Märkte und Produkte, hrsg. von Roland Eller u.a., Wiesbaden 2010, S. 139-156. • Thomsen, Lars: Rohstoffmärkte im Rahmen globaler Trends; in: Management von Rohstoffrisiken – Strategien, Märkte und Produkte, hrsg. von Roland Eller u.a., Wiesbaden 2010, S. 15-26. <p><u>Länderanalysen / Country analysis</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • COFACE Deutschland (Hrsg.): Handbuch Länderrisiken 2018, Mainz 2018. • DIHK (Hrsg.): Going international 2018, Erfahrungen und Perspektiven der deutschen Wirtschaft im Auslandsgeschäft, Berlin 2018. • F.A.Z.-Institut (Hrsg.): Jahrbuch 2018 Außenwirtschaft – Expertenwissen zu Partnern, Märkten, Recht, Logistik und Finanzierung, Frankfurt 2017. • World Trade Organization (Hrsg.): World Trade Report 2017, Trade, technology and jobs, Geneva 2018. <p><u>Vertiefung / Deepen your knowledge</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Bloss, Michael u.a.: Währungsderivate – Praxisleitfaden für ein effizientes Management von Währungsrisiken, München 2009 • Jacobs, Rolf, und Michael Pieskalla: Absicherung von Währungs- und Zinsrisiken, Stuttgart 2003. • Leiste, Bernd, Hans Gäng und Tassilo Zywietz: Krise, welche Krise?: Internationalisierung in bewegten Zeiten, Stuttgart 2016. • Rudolph, Bernd, und Klaus Schäfer: Derivative Finanzmarktinstrumente - Eine anwendungsbezogene Einführung in Märkte, Strategien und Bewertung, 2. Auflage, Heidelberg u.a. 2010 - SpringerLink • Schlick, Helmut: Außenhandel, Internationale Handelsgeschäfte, 6. Auflage, Troisdorf 2017. • Stocker, Klaus: Management internationaler Finanz- und Währungsrisiken, 3. Auflage, Wiesbaden 2013. • Zywietz, Tassilo, Alexander Lau und Hans Gäng: Globalisierung zwischen Krise und Boom – Potentiale und Strategien beim „Going International“, Stuttgart 2010. <p><u>Recht im Außenhandel</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Vorlesungsskript und Gesetzestexte gemäß der Veröffentlichung in

	<p>moodle</p>
--	---------------

- Bernstorff, Graf Christoph von: Vertragsgestaltung im Auslandsgeschäft, 7. Auflage, Frankfurt/M. 2012.

BA_2130 Foreign Trade III - Auslandszahlungsverkehr & Außenhandelsfinanzierung

Modul-Nr./ Code	2130		
Studiengang	Global Trade Management B.A. (klassisch/dual) Internationales Logistikmanagement B.A. (klassisch/dual)		
Lehrveranstaltungen des Moduls	Auslandszahlungsverkehr Außenhandelsfinanzierung		
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Michael Graef Prof. Dr. Martin Keim		
Name der/des Hochschullehrer/s der Lehrveranstaltungen	Michael Gummersbach LfbA / N.N.		
Unterrichtssprache	Deutsch		
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	5 ECTS-Punkte		
SWS	4 SWS		
Gesamtworkload	150 Stunden	Kontaktzeit	45 Stunden
		Selbststudium	105 Stunden
Studiensemester	4. Semester		
Art des Moduls (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflicht		
Dauer des Moduls	Ein Semester		
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Jedes Semester		
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Klausur		
Prüfungsdauer	120 Minuten		
Prüfung benotet/ unbenotet	benotet		
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	Entsprechend der ECTS-Punkte		
Inhalte des Moduls	<p>Auslandszahlungsverkehr</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Aufgaben des Treasury im Rahmen des Auslandszahlungsverkehrs 2. Clean Payment-Abwicklung 3. SEPA, SEPA-Instrumente und Auswirkungen 4. Einführung in Risiken im internationalen Zahlungsverkehr und Risikomanagement <ul style="list-style-type: none"> · Definitionen und Risikoarten · Zahlungsrisiken von Importeur und Exporteur 5. Dokumente im Außenhandel <ul style="list-style-type: none"> · Typen, Funktionen, Orderpapiere 6. Grundlagen des Managements von Zahlungsrisiken <ul style="list-style-type: none"> · Basisinstrumente der internationalen Zahlungsabwicklung (Überweisung, Scheck, Wechsel) · Grundlagen des dokumentären Zahlungsverkehrs 7. Dokumenteninkasso 8. Dokumentenakkreditiv <ul style="list-style-type: none"> · Grundlagen und Funktionsweise · Ausgestaltung, Bedingungen und Eröffnung eines Akkreditivauftrags · Arten des Dokumentenakkreditivs 9. Bankgarantie <p>Außenhandelsfinanzierung</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Traditionelle kurzfristige AH-Finanzierung 2. Finanzierung über Euro-Geldmarkt und Betriebsmittelkredit 3. Factoring (Zessionskredit) 4. Bankgarantien 5. Importakkreditiv als Finanzierungsinstrument 		

	6. Langfristige AH-Finanzierung (bes. Bestellerkredit, Lieferantenkredit, Forfaitierung, Leasing) 7. Exportkreditversicherung 8. Finanzierung von Direktinvestitionen 9. Institutionen der AH-Finanzierung 10. Besondere Instrumente und Finanzierungsformen der AH-Finanzierung 11. Zinsrechnung, bes. Diskont im Zusammenhang mit der Forfaitierung
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	
Geförderte Kompetenzen	Fachkompetenz Methodenkompetenz Soziale Kompetenz Selbstkompetenz
Angestrebte Lernergebnisse des Moduls	<p>Auslandszahlungsverkehr</p> <p>Fachkompetenz Studierende sind in der Lage, die Handhabung von Transaktionen im internationalen Zahlungsverkehr zu beschreiben. Die Studierenden können die Systeme des Auslandszahlungsverkehrs, die INCOTERMS in Verbindung mit Zahlungen, Clean Payments, SEPA sowie Instrumente zur Vermeidung von Forderungsausfällen und Zahlungsrisiken, insbesondere dokumentäre Zahlungsbedingungen nennen und beschreiben.</p> <p>Methodenkompetenz Studierende sind in der Lage Risiken im Auslandsgeschäft in verschiedenen Geschäftssituationen zu erkennen und können geeignete Zahlungsinstrumente der jeweiligen Situation zuordnen. Durch Abwägung der Vor- und Nachteile der Instrumente können Studierende sachgerechte Lösungen erarbeiten.</p> <p>Soziale Kompetenz Studierende können Zahlungsbedingungen in Abhängigkeit von landestypischen Gepflogenheiten vor dem Hintergrund kultureller Unterschiede bzw. landestypischer Unterschiede benennen und beurteilen.</p> <p>Außenhandelsfinanzierung</p> <p>Fachkompetenz Die Studierenden sollen die wichtigsten Instrumente der kurz-, mittel- und langfristigen Außenhandelsfinanzierung benennen und beschreiben können.</p> <p>Methodenkompetenz Die Studierenden sind in der Lage Vor- und Nachteile verschiedener Instrumente der Außenhandelsfinanzierung gegeneinander abzuwägen und für bestimmte Geschäftsvorfälle die entsprechenden Instrumente zuordnen können. Sie sollen die wichtigsten Absicherungsinstrumente kennen. Für bestimmte Geschäftsvorfälle des Außenhandels sollen die Studierenden Finanzierungskonzepte entwickeln können. Außerdem sollen Sie in der Lage sein, Risiken einzelner Finanzierungen zu erkennen und Absicherungsinstrumente zuzuordnen.</p> <p>Soziale Kompetenz Vor dem Hintergrund kultureller und sozioökonomischer Unterschiede Finanzierungen einschätzen können. Dabei auch politische Situationen in verschiedenen Ländern (insbesondere in Bezug auf die Wirtschaftssituation) einschätzen zu können.</p>
Verwendbarkeit des Moduls	
Voraussetzungen für die Teilnahme	Einführung in die Außenwirtschaft (1102) sollte zuerst besucht werden, um die Inhalte dieses Modul in den Gesamtkontext Außenwirtschaft einordnen zu können.

<p>Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)</p>	
<p>Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)</p>	<p>Foreign Trade Related Payment</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kehr, Henning; Jahrmann, Ulrich, Außenhandel, 14. Auflage, Herne, Ludwigshafen 2015. • Zahn, Johannes; Ehrlich, Dietmar; Haas, Gregor, Zahlung und Zahlungssicherung im Außenhandel, Berlin 2010. • Blesch, Günter, Lange Claudia (Hrsg.): Bankgeschäfte mit Auslandsbezug, Köln 2007. • Altmann, Jörn: Außenwirtschaft für Unternehmen, 2. Auflage, Stuttgart 2001. • Jacobs, Rolf, und Michael Pieskalla: Absicherung von Währungs- und Zinsrisiken, Stuttgart 2003. • Bernstorff, Cristoph Graf von, Praxishandbuch Internationale Geschäfte, Köln (Loseblattsammlung) <p>http://www.zahlungsverkehrsfragen.de/frameset.html</p> <p>Foreign Trade Financing</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kehr, Henning; Jahrmann, Fritz-Ulrich: Außenhandel, 14. Auflage, Herne, Ludwigshafen 2015. • Häberle, Siegfried: Einführung in die Exportfinanzierung 3. Auflage, München, Wien 2008. • Häberle, Siegfried G.: Handbuch der Außenhandelsfinanzierung, 3. Auflage, 2002. • Bernstorff, Christoph Graf von: Die Exportfinanzierung, Köln 2007 • Voigt, Heinz, Jächel Dieter, Außenhandelsfinanzierung 4. Auflage, Frankfurt/M. 1992. • Voigt, Heinz, Müller, Gerhard: Exportfinanzierungen, o.O., 1992. • Wolfram, Frank: Staatliche Exportkreditförderung, 2004.

BA_2140 Advanced Foreign Trade Management

Module code	2140		
Course of studies	Global Trade Management B.A. (full-time/dual) Internationales Logistikmanagement B.A. (full-time/dual)		
Courses of the module	Advanced Foreign Trade Management		
Module co-ordinator	Prof. Dr. Michael Graef Prof. Dr. Martin Keim		
Module lecturer(s)	N.N.		
Instruction language	English		
Amount of assigned credit points	5 ECTS-Points		
Semester hours per week	4 hours per week		
Total workload	150 hours	Contact time	45 hours
		Self-study time	105 hours
Semester of studies	Global Trade Management B.A.:	7 th semester	
	Internationales Logistikmanagement B.A.:	6 th /7 th semester	
Module type (compulsory, optional, etc.)	Global Trade Management B.A.:	compulsory	
	Internationales Logistikmanagement B.A.:	compulsory elective	
Module duration	One semester		
Frequency of the module offer	Each semester		
Examination type / requirements for assigning credit points	Written exam or Project Work		
Duration of examination	120 minutes		
Examination graded / not graded	Graded		
Weighting of the mark within the cumulative grade	According to ECTS-Points		
Syllabus plan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Integrating global trade management and international business strategy <ol style="list-style-type: none"> 1.1. Foreign trade-related megatrends and challenges 1.2. Impact of increasing globalization on economic political principles, global trade and cooperation between companies 1.3. Impact of foreign trade related challenges on management decisions 1.4. International market entry barriers (political and legal, economic and behavioral barriers) and the challenges of market selection, market development and market entry forms 2. Putting Market Selection in the Context of Foreign Trade <ol style="list-style-type: none"> 2.1. Strategic and Environmental Fit 2.2. Political and Legal Environment 2.3. Economic Environment 2.4. Cultural and Sociological Background 2.5. Country Selection Tools 3. Design of International Market Entry and Market Penetration <ol style="list-style-type: none"> 3.1. Coordination of Value Chain Activities across Borders according to foreign trade related aspects 3.2. Capital Intensive and Non Capital Intensive Investments 3.3. Greenfield vs. Brownfield Investments 3.4. Special Forms <ol style="list-style-type: none"> 3.4.1. Licensing 3.4.2. Franchising 3.4.3. Contractual Arrangments 3.4.4. Joint Ventures 3.4.5. Strategic Alliances etc. 		

	<p>4. Challenges and Tools for Coping with the Dynamic Development of International Business Activities</p> <ul style="list-style-type: none"> 4.1. Working with Derivatives / Hedging 4.2. Management of Currency Risks 4.3. Management of Commodity Price Risks 4.4. Foreign Payment Transactions 4.5. International Taxation 4.6. Transportation 4.7. Soft Factors <p>5. Configuration and coordination of global value chain activities / Trading off the parameters and management decisions</p>
Teaching and learning methods	Lectures, case study based work, exercises
Trained competencies	<p>Professional competence Methodological competence Social competence Self competence</p>
Intended learning outcomes of the module	<p>The course provides the students with the management tools to prepare a company for the internationalization process as well as to conduct the usual strategic and operative business activities.</p> <p>Professional competence</p> <ul style="list-style-type: none"> • Understand the different dimensions of a national business environment, • Get a deeper knowledge on international business models, • Get a deeper knowledge on specific challenges on international business activities in the daily life, • Have finally a deeper understanding of the options and impacts using internationalization activities in perspective of the overall corporate strategy. <p>Methodological competence</p> <ul style="list-style-type: none"> • Conduct a country analysis on risk or attractiveness (e.g. PESTEL), • Formulate and assess international strategies and demonstrate this by solving virtual and real case studies. <p>Social competence</p> <ul style="list-style-type: none"> • Manage in-class discussions and trade off sometimes controversial management decisions in order to optimize the overall outcome • Convince other members of groups by collecting and conveying suitable and superior arguments for solving complex international issues <p>Self-competence</p> <ul style="list-style-type: none"> • Identify alternatives for proactive design of international relations and develop the ability to evaluate all different aspects of internationalization steps • Develop sensitivity for international trade related risks • Develop a sense for trading off sometimes conflicting objectives and strategies in international groups
Applicability of the module for other courses of study	
Prerequisites	Acquisition of knowledge in foreign trade-related contents is recommended, as it is a specialization course (Modules: Foreign Trade I-III)
Special characteristics of the module (e.g. online teaching and coaching, field trips, guest lecturers, etc.)	

<p>Literature (compulsory reading / additional recommended literature)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Cavusgil, S.T.; Knight, G.; Riesenberger, J.: International Business: The New Realities, Global Edition, 4th ed., Pearson, 2016. • Daniels, J.D.; Radebaugh, L.H., Sullivan, D.P.: International Business – Environments and Operations, 14th ed., Pearson, 2013. • Frynas, G.; Mellahi, K.: Global strategic management, 3rd edition, Oxford, 2014. • Grath, A.: The Handbook of International Trade and Finance – The Complete Guide for International Sales, Finance, Shipping and Administration, 4th ed., KoganPage, 2016. • Hamilton, L.; Webster, P.: The International Business Environment, 3rd edition, Oxford, 2015. • Hill, Charles W.L, International Business: Competing in the Global Marketplace, 8th edition, McGraw-Hill, 2010. • Luk, Kwai Wing: International Trade Finance – A Practical Guide (2nd ed.), City, 2011. • Luthan, Fred; Doh, J.P.: International Management: Culture, Strategy, and Behavior, 8th edition, McGraw-Hill, 2011. • Peng, M; Meyer, K.: International Business, 2nd ed., Cengage, 2016. • Worthington, I.; Britton, C.: The Business Environment, 7th edition, Pearson, 2015. <p>Additional Literature (Journal Articles, Case Studies etc.) will be provided</p>
--	---

Coremodule Logistik

BA_2210 Grundlagen Logistikmanagement

Modul-Nr./ Code	2210		
Studiengang	Internationales Logistikmanagement B.A. (klassisch/dual)		
Lehrveranstaltungen des Moduls	Grundlagen Logistikmanagement		
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Sebastian Herr		
Name der/des Hochschullehrer/s der Lehrveranstaltungen	Prof. Dr. Sebastian Herr		
Unterrichtssprache	Deutsch		
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	5 ECTS-Punkte		
SWS	3 SWS		
Gesamtworkload	150 Stunden	Kontaktzeit	33,75 Std.
		Selbststudium	116,25 Std.
Studiensemester	1. Semester		
Art des Moduls (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflicht		
Dauer des Moduls	Ein Semester		
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Jedes Wintersemester		
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Klausur		
Prüfungsdauer	60 Minuten		
Prüfung benotet/ unbenotet	benotet		
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	Berechnet sich gemäß Prüfungsordnung anteilig aus der Gewichtung des Moduls an den gesamten ECTS-Punkten des Studiums.		
Inhalte des Moduls	<p>Es werden Grundlagen der Logistik und aktuelle Herausforderungen vor dem Hintergrund der Digitalisierung vermittelt. Dabei werden zum einen etablierte Modelle und Konzepte diskutiert wie auch erfolgsversprechende Technologien und Geschäftsmodelle in der Zukunft abgedeckt. Konkret sind folgende Inhalte vorgesehen:</p> <ol style="list-style-type: none"> 5. Einführung: Entwicklung und Verständnis des internationalen Logistikmanagements 6. Rahmenbedingungen und Trends 7. Märkte und Marktsegmente der Logistikwirtschaft 8. Elemente eines Logistiksystems: Transport, Umschlag, Lager 9. Funktionsorientiertes Logistikmanagement: Beschaffungs-, Produktions-, Distributions- und Entsorgungslogistik 10. Supply Chain Management, Digitalisierung und Logistik 4.0 		
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	<p>Das Modul setzt sich zusammen aus einer klassischen Vorlesung und einer eigenständig vorzubereitenden Präsentation. Die klassische Vorlesung findet nicht nur „frontal“ statt, sondern es werden auch Fallstudien und praktische Fallbeispiele einbezogen und diskutiert. Nach Möglichkeit findet auch eine Exkursion statt. Aufbauend auf den Vorlesungsinhalten ist eine Präsentation durch Studierende zu aktuellen Themenstellungen im Logistikmanagement vorgesehen.</p> <p>Praktische Übung/ Präsentation zu Marktsegmenten, Geschäftsmodellen; Innovationen und Akteuren des Logistikmanagements durch Studierende.</p>		
Geförderte Kompetenzen	<p>Fachkompetenz Die Studierenden gewinnen ein konkretes Verständnis der Logistik und kennen Fachbegriffe in der Logistik. Dabei stehen theoretische Konzepte und Grundlagen ebenso im Vordergrund wie die praktische Relevanz und die konkrete Anwendung.</p> <p>Methodenkompetenz Es gilt grundlegende Optimierungskriterien der Logistik zu verstehen und diese im Gesamtzusammenhang zu betrachten. Auch typische Zielkonflikte</p>		

	<p>werden herausgearbeitet. Diese Kenntnisse werden auf konkrete Beispiele aus der Unternehmenspraxis übertragen und somit fassbar für die Studierenden. Anhand von aktuellen Trends und neuen Technologien wird der Blick auch auf Entwicklungen in der Zukunft gerichtet.</p> <p>Soziale Kompetenz Im Rahmen der Vorlesungen werden unterschiedliche Konzepte und Lösungen aus der Praxis diskutiert. Die Studierenden lernen fremde Inhalte zu verstehen und zu reflektieren. Dies wird durch aktives Zuhören und aktive Diskussion gewährleistet.</p> <p>Ergänzend zu den Vorlesungsinhalten sind von Studierenden in 2er-Teams eigenständig Präsentationen vorzubereiten. Gegenstand der Präsentationen können Logistikmärkte, Geschäftsmodelle oder Profile von Logistikakteuren sein. Durch die Teamarbeit werden auch Kommunikations- und Verhandlungsfähigkeiten aktiv angewendet.</p> <p>Selbstkompetenz Durch die eigenverantwortliche Nacharbeit werden Vorlesungsinhalte reflektiert und Wissenslücken erfordern aktive Recherche und Nachfragen. Dadurch werden Problemen und „offenen Flanken“ durch die Studierenden benannt und abgeleitet. Die Präsentationsleistung erfordert ein eigenständiges Bearbeiten der Fragestellung, das aktive Einholen von Impulsen und Feedback. Die Präsentationsaufgabe beinhaltet, sich fremde Inhalte zu erschließen, eigenständige Recherchen durchzuführen, Quellen zu bewerten und in konkrete Präsentationsinhalte zu überführen. Die Fertigstellung der Präsentation erfolgt zu einem festen Zeitpunkt und verlangt Selbstorganisation der Studierenden.</p>
<p>Angestrebte Lernergebnisse des Moduls</p>	<p>Fachkompetenz Ziel der Veranstaltung ist die Vermittlung der grundlegenden Aufgaben, Methoden, und Fragestellungen des internationalen Logistikmanagements. Die Studierenden werden in die Lage versetzt, die unterschiedliche Bedeutung der Logistik für die Volkswirtschaft und für die Unternehmen zu erkennen und zu unterscheiden. Die Studierenden sind nach der Veranstaltung fähig, die wesentlichen Elemente, Teilbereiche, Instrumente und Systeme der Logistik zu unterscheiden und haben einen Einblick in die grundlegenden Arbeits- und Denkstrukturen des internationalen Logistikmanagements bekommen. Auch mit den Rahmenbedingungen, Wechselwirkungen und Gestaltungsfeldern sind die Studierenden vertraut.</p> <p>Methodenkompetenz Die Studierenden können Branchennachrichten einordnen und Querverbindungen zum Studium und Wirtschaftsumfeld herstellen. Die Studierenden können Sachverhalte und Herausforderungen des internationalen Logistikmanagements erklären, diskutieren und präsentieren. Vor dem Hintergrund der Digitalisierung haben die Studierenden auch die Trends und Entwicklung in der Zukunft im Blick.</p> <p>Soziale Kompetenz Die Studierenden sind in der Lage, konzentriert den Vorlesungsinhalten zu folgen, kritische Fragen zu stellen und unklare Aspekte zu artikulieren. Durch die Präsentation verbessern die Studierenden auch Ihre Präsentations- und Kommunikationsfähigkeit.</p> <p>Selbstkompetenz Die Studierenden sind in der Lage sich mit Inhalten der Vorlesung zu beschäftigen und Unklarheiten klar zu benennen. Wissenslücken und Vertiefungsbedarfe erkennen die Studierenden eigenständig. Bei der Vorbereitung und Durchführung der Präsentation erlernen die Studierenden eigenständig zu arbeiten und sich fremde Sachverhalte zu erschließen.</p>
<p>Verwendbarkeit des Moduls</p>	<p>Gerade die Logistik ist eine sog. Querschnittsfunktion im Unternehmen mit vielen Anknüpfungspunkten in typische BWL-Bereiche wie Einkauf, Produktion oder auch Controlling. Das Modul versetzt Studierende, die eine Managementaufgabe anstreben, in die Lage, Gesamtzusammenhänge besser zu verstehen und sich über Wechselwirkungen bei der Optimierung</p>

	in der Logistik bewusst zu sein. Auch grundlegende Abwicklungsprozesse bei Transport und Lagerung sind den Studierenden vertraut.
Voraussetzungen für die Teilnahme	Es wird empfohlen, ein grobes Verständnis logistischer Tätigkeiten und Funktionen in Unternehmen zu haben und sich logistische Abläufe im Alltag bewusst zu machen, um dieses Modul erfolgreich abzuschließen.
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	Nach Möglichkeit wird eine Exkursion durchgeführt. Ergänzend zu den Vorlesungsinhalten werden Fallstudien und Fallbeispiele aus der Praxis diskutiert, auch aktuelle Herausforderungen durch die Digitalisierung werden einbezogen.
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	<ul style="list-style-type: none"> • Bousonville, T.: Logistik 4.0: Die digitale Transformation der Wertschöpfungskette, 2016 • Gleißner, H.; Femerling, J.C.: Logistik, 2012 • Ihde, G.B.: Transport, Verkehr, Logistik, 2001 • Klaus, P.: Die dritte Bedeutung der Logistik, 2002 • Krampe, H.: Grundlagen der Logistik, 2012 • Ovie, T.; Berger, A.; Harnischmacher, N.: Praxishandbuch Transport, 2017 • Pfohl, H.-C.: Logistiksysteme: Betriebswirtschaftliche Grundlagen, 2018 • Piontek, J.: Bausteine Logistikmanagement, 2016 • Schulte, C.: Logistik, 2016 • Schwemmer, M.: TOP 100 der Logistik, 2018 • Wehberg, G.G.: Logistik 4.0: Komplexität managen in Theorie und Praxis, 2015 • Weber, R.: Lageroptimierung: Bestände – Abläufe – Organisation – Datenqualität – Stellplätze, 2018

BA_2220 Prozesssicherheit			
Modul-Nr./ Code	2220		
Studiengang	Internationales Logistikmanagement B.A. (klassisch/dual)		
Lehrveranstaltungen des Moduls	IT-gestütztes Supply Chain Management Grundlagen des Qualitätsmanagements		
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Christian Reuter		
Name der/des Hochschullehrer/s der Lehrveranstaltungen	Prof. Dr. Christian Reuter		
Unterrichtssprache	Deutsch		
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	5 ECTS-Punkte		
SWS	4 SWS		
Gesamtworkload	150 Stunden	Kontaktzeit	45 Stunden
		Selbststudium	105 Stunden
Studiensemester	2. Semester		
Art des Moduls (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflicht		
Dauer des Moduls	Ein Semester		
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Jedes Wintersemester		
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Klausur		
Prüfungsdauer	120 Minuten		
Prüfung benotet/ unbenotet	benotet		
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	Berechnet sich gemäß Prüfungsordnung anteilig aus der Gewichtung des Moduls an den gesamten ECTS-Punkten des Studiums.		
Inhalte des Moduls	<p>IT-gestütztes Supply Chain Management</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Wiederholung Grundlagen der Logistik (1. Semester) 2. Prozesse und Anwendungen einer IT-gestützte Logistik 3.0 3. Logistik 4.0 4. Handlungsleitende Kontextfaktoren der IT-gestützten Logistik 5. IT-gestütztes Logistiksystem <p>Grundlagen des Qualitätsmanagements</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Ganzheitliches Qualitätsverständnis 2. Qualitätsmanagement 3. Einführung eines QM-Systems 4. Strategien zur Qualitäts- und Prozessoptimierung 5. Dienstleistungsqualität 		
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Vorlesung mit Übungen, Fallstudien und Anwendungsbeispiele		
Geförderte Kompetenzen	Fachkompetenz Methodenkompetenz Soziale Kompetenz Selbstkompetenz		
Angestrebte Lernergebnisse des Moduls	<p>Fachkompetenz</p> <p>Aufgrund abnehmender Lagerbestände und Sicherheiten ist das Funktionieren der Lieferketten in hohem Maß von der fehlerlosen Abwicklung der Logistikdienstleistung abhängig. Um diesem Anspruch zu genügen, müssen Logistikunternehmen die Sicherheit ihrer Prozesse auf einem hohen Niveau gewährleisten. Entsprechend müssen auch die Studierenden die Grundlagen einer Prozesssicherheit in der Logistik verstehen und operationalisieren.</p> <p>Durch die erfolgreiche Absolvierung des Moduls sind die Studierenden in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> · die grundlegenden fachspezifischen Methoden, Verfahren, Arbeitsmittel und Materialien eines IT-gestützten Supply Chain Managements und des 		

	<p>Qualitätsmanagements zu verstehen, anzuwenden und zu analysieren.</p> <ul style="list-style-type: none"> • mathematische Methoden auf dazugehörige Werkzeuge des Qualitätsmanagements anzuwenden • die Bedeutung, Einsatzgebiete sowie Aufbau und Architektur von Informations- und Kommunikationssystemen in einem IT-gestützten SCM zu verstehen, anzuwenden und zu analysieren. • den dazugehörigen Umgang mit Standards und Rechtsrahmen zu verstehen • diese Themen auf den Dienstleistungssektor, insbesondere die Logistik, zu übertragen und anzuwenden <p>Methodenkompetenz Die Studierenden erlangen,</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kompetenz des wissenschaftlichen Arbeitens, in dem sie Forschungsmethoden anwenden und Ergebnisse schriftlich und mündlich wiedergeben können • Problemlösungskompetenz, in dem sie Problem erfassen und benennen, komplexe Problemstellungen zergliedern, Lösungswege entwickeln sowie Problemlösungen kritisch bewerten können <p>Soziale Kompetenz Die Studierenden sind in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ergebnisse und Lösungen zu erwirken (Teamkompetenz) • Konflikte verstehen, einordnen und analysieren zu können (Konfliktkompetenz) • Prozesse nachvollziehen und überprüfe, ggf. auch korrigieren zu können (Führungskompetenz) <p>Selbstkompetenz Die Studierenden erlangen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sich selbst motivieren und eigene Lern- und Erfolgsprozesse überprüfen zu können (Selbstmanagement) • für das Erreichen von Studienleistungen einzustehen (Verantwortung) • Handlungsalternativen zu erkennen und Konsequenzen von Entscheidungen abzuwägen und einschätzen können // Ziele priorisieren zu können // Sich Risiken einer Entscheidung bewusst machen und einschätzen zu können (Entscheidungskompetenz)
Verwendbarkeit des Moduls	Grundsätzlich für alle Studiengänge der Hochschule Worms und eventuell an anderen Hochschulen verwendbar.
Voraussetzungen für die Teilnahme	Die Studierenden haben ein grobes Verständnis logistischer Abläufe und Funktionen. Die Studierenden wissen um die Wichtigkeit funktionierender Prozesse. Die Vorlesungen „Mathematik & Operations Research“ (IBA-BA-2100), „Statistik“ (IBA-BA-2200), Grundlagen der Logistik sowie Prozess- und Change-Management sowie „Grundlagen der ABWL/BWL (IBA-BA-100) sollten erfolgreich absolviert worden sein.
Besonderes	-
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	<p>IT-gestütztes Supply Chain Management (zusätzlich empfohlene Literatur)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Iris Hausladen: IT-gestützte Logistik, 3. Auflage, SpringerGabler, 2016 • Thomas Bousonville: Logistik 4.0 - Die digitale Transformation der Wertschöpfungskette, Springer Gabler, 2017. • Stölzle, W.; Lieb, T. C.; Lampe, K.: Business Innovation in der Logistik: Chancen und Herausforderungen für Wissenschaft und Praxis, 2012. • Ten Hompel, M.: Software in der Logistik - Big Data gezielt nutzen, 2014. • Ten Hompel, M.; Heistermann, F.; Rehof, J.: Logistik und IT als Innovationstreiber für den Wirtschaftsstandort Deutschland - Die neue Führungsrolle der Logistik in der Informationstechnologie, Positionspapier der Bundesvereinigung Logistik, 2014. • Schulte, Christof: Logistik - Wege zur Optimierung der Supply Chain, 7. Auflage, Vahlen, München, 2016 • Lasch, Rainer: Strategisches und operatives Logistikmanagement -

Beschaffung, Springer Gabler, 2017.

Grundlagen des Qualitätsmanagements (zusätzlich empfohlene Literatur)

- Wilfried Sihm, Alexander Sunk, Tanja Nemeth, Peter Kuhlmann, Kurt Matyas: Produktion und Qualität: Organisation, Management, Prozesse, Carl Hanser Verlag GmbH & Co. KG, 9. Mai 2016.
- Bruhn, Manfred: Qualitätsmanagement für Dienstleistungen, 10. Auflage, Springer Gabler 2016.
- Georg M. E. Benes, Peter E. Groh: Grundlagen des Qualitätsmanagements, Carl Hanser Verlag, 4. Auflage 2017
- Franz J. Brunner (Herausgeber), Karl Werner Wagner: Qualitätsmanagement: Leitfaden für Studium und Praxis, Carl Hanser Verlag GmbH & Co. KG; 6. Auflage, 11. April 2016.
- Brüggemann, Holger, Bremer, Peik: Grundlagen Qualitätsmanagement - Von den Werkzeugen über Methoden zum TQM, 2. Auflage, Springer Vieweg, 2015
- Schmitt, Robert: Basiswissen Qualitätsmanagement, 1. Auflage, 2015, Symposion Publishing GmbH
- Robert Schmitt (Autor), Tilo Pfeifer (Autor): Qualitätsmanagement: Strategien – Methoden – Techniken, 5. aktualisierte Auflage, Carl Hanser Verlag GmbH & Co. KG, 2015
- Franz J. Brunner: Qualität im Service. Wege zur besseren Dienstleistung, Carl Hanser Verlag GmbH & Co. KG, 4. März 2010.

BA_2230 Industrie- und Fertigungslogistik

Modul-Nr./ Code	2230		
Studiengang	Internationales Logistikmanagement B.A. (klassisch/dual)		
Lehrveranstaltungen des Moduls	Industrie- und Fertigungslogistik		
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Christian Reuter		
Name der/des Hochschullehrer/s der Lehrveranstaltungen	Prof. Dr. Christian Reuter		
Unterrichtssprache	Deutsch		
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	5 ECTS-Punkte		
SWS	4 SWS		
Gesamtworkload	150 Stunden	Kontaktzeit	45 Stunden
		Selbststudium	105 Stunden
Studiensemester	3. Semester		
Art des Moduls (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflicht		
Dauer des Moduls	Ein Semester		
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Jedes Sommersemester		
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Klausur		
Prüfungsdauer	120 Minuten		
Prüfung benotet/ unbenotet	benotet		
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	Berechnet sich gemäß Prüfungsordnung anteilig aus der Gewichtung des Moduls an den gesamten ECTS-Punkten des Studiums.		
Inhalte des Moduls	<ol style="list-style-type: none"> 1. Aufgaben und Ziele der Produktionslogistik 2. Prognosemodelle 3. Lagersysteme und Bestandsmanagement 4. Innerbetriebliche Transportsysteme 5. Fertigungssysteme / PPS 6. Layoutplanung 7. Lieferketten und Verkehrssysteme 8. Transport- und Tourenplanung 9. Distributionssysteme und logistische Dienstleistungen 10. Reverse Logistics 11. Green Logistics 12. SCM 13. Produktions- und Logistikcontrolling 		
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Vorlesung mit Übungen		
Geförderte Kompetenzen	Fachkompetenz Methodenkompetenz Soziale Kompetenz Selbstkompetenz		
Angestrebte Lernergebnisse des Moduls	<p>Fachkompetenz</p> <p>Der Kurs vermittelt den Studierenden die Bedeutung von effektiven und effizienten Geschäftsprozessen in einer sich dynamisch ändernden Unternehmensumwelt. Produktions- und Fertigungslogistik ist dabei das Bindeglied einerseits zwischen Zulieferern und Produzenten, andererseits zwischen den Arbeitsbereichen in der Fertigung. Im Fokus stehen alle Aktivitäten und potentielle Probleme im Zusammenhang des Wertschöpfungsprozesses sowie deren Einflüsse auf den Unternehmenserfolg. Sowohl die unternehmensexternen Beziehungen, wie die Einbindung in die Supply Chain, als auch die unternehmensinternen, wie die Beschaffung und Verfügbarkeit von</p>		

	<p>Ressourcen, stellen wesentliche Erfolgsfaktoren für internationale Industrieunternehmen dar.</p> <p>Durch die erfolgreiche Absolvierung des Moduls sind die Studierenden in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> • die grundlegenden fachspezifischen Methoden, Verfahren, Arbeitsmittel und Materialien eines produzierenden Werkes zu verstehen, anzuwenden und zu analysieren. • mathematische Methoden auf dazugehörige Werkzeuge anzuwenden • die Bedeutung, Einsatzgebiete sowie Aufbau und Architektur von Informations- und Kommunikationssystemen in einem produzierenden Werk zu verstehen, anzuwenden und zu analysieren. • den dazugehörigen Umgang mit Standards und Rechtsrahmen zu verstehen • diese Themen auf den Dienstleistungssektor, insbesondere die Logistik, zu übertragen und anzuwenden <p>Methodenkompetenz Die Studierenden erlangen,</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kompetenz des wissenschaftlichen Arbeitens, in dem sie Forschungsmethoden anwenden und Ergebnisse schriftlich und mündlich wiedergeben können • Problemlösungskompetenz, in dem sie Problem erfassen und benennen, komplexe Problemstellungen zergliedern, Lösungswege entwickeln sowie Problemlösungen kritisch bewerten können <p>Soziale Kompetenz Die Studierenden sind in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ergebnisse und Lösungen zu erwirken (Teamkompetenz) • Konflikte verstehen, einordnen und analysieren zu können (Konfliktkompetenz) • Prozesse nachvollziehen und überprüfe, ggf. auch korrigieren zu können (Führungskompetenz) <p>Selbstkompetenz Die Studierenden erlangen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sich selbst motivieren und eigene Lern- und Erfolgsprozesse überprüfen zu können (Selbstmanagement) • für das Erreichen von Studienleistungen einzustehen (Verantwortung) • Handlungsalternativen zu erkennen und Konsequenzen von Entscheidungen abzuwägen und einschätzen können // Ziele priorisieren zu können // Sich Risiken einer Entscheidung bewusst machen und einschätzen zu können (Entscheidungskompetenz)
Verwendbarkeit des Moduls	Grundsätzlich für alle Studiengänge der Hochschule Worms und eventuell an anderen Hochschulen verwendbar.
Voraussetzungen für die Teilnahme	Die Studierenden haben ein grobes Verständnis logistischer Abläufe und Funktionen. Die Studierenden wissen um die Wichtigkeit funktionierender Prozesse. Die Vorlesungen „Mathematik & Operations Research“ (IBA-BA-2100), „Statistik“ (IBA-BA-2200), Grundlagen der Logistik sowie Prozess- und Change-Management sowie „Grundlagen der ABWL/BWL (IBA-BA-100) sollten erfolgreich absolviert worden sein.
Besonderes	-
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	<ul style="list-style-type: none"> • Wieland Appelfeller; Wolfgang Buchholz: Supplier Relationship Management: Strategie, Organisation und IT des modernen Beschaffungsmanagements, 2., vollst. überarb. und erw. Auflage, Gabler, 2011. • Lasch, Rainer: Strategisches und operatives Logistikmanagement - Beschaffung, Springer Gabler, 2017. • Schulte, Christof: Logistik - Wege zur Optimierung der Supply Chain, 7. Auflage, Vahlen, München • Müller, Stefan: Manufacturing Execution Systeme (MES): Status Quo und Ausblick in Richtung Industrie 4.0, Booksage: 1, 23. Februar 2015.

- | | |
|--|---|
| | <ul style="list-style-type: none">• Kurbel, Karl: Produktionsplanung und -steuerung im enterprise resource planning und Supply-Chain-Management, 6., völlig überarb. Auflage, Oldenbourg, 2005.• Schuh, Günther, Stich, Volker: Logistikmanagement, 2., vollst. neu bearb. und erw. Auflage, Berlin, Springer, 2013.• Lödding, Hermann: Verfahren der Fertigungssteuerung: Grundlagen, Beschreibung, Konfiguration (VDI-Buch), 3. Auflage, Springer Vieweg, 2016• Steven, Marion: Produktionscontrolling, 1. Auflage, Kohlhammer, 2016.• Steven, Marion: Produktionslogistik, 1. Auflage, Kohlhammer, 2015. |
|--|---|

BA_2240 Planung und Optimierung von Supply Chains

Modul-Nr./ Code	2240		
Studiengang	Internationales Logistikmanagement B.A. (klassisch/dual)		
Lehrveranstaltungen des Moduls	Planung und Optimierung von Supply Chains		
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Christian Reuter		
Name der/des Hochschullehrer/s der Lehrveranstaltungen	Prof. Dr. Christian Reuter		
Unterrichtssprache	Deutsch		
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	5 ECTS-Punkte		
SWS	4 SWS		
Gesamtworkload	150 Stunden	Kontaktzeit	45 Stunden
		Selbststudium	105 Stunden
Studiensemester	4. Semester		
Art des Moduls (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflicht		
Dauer des Moduls	Ein Semester		
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Jedes Sommersemester		
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Klausur		
Prüfungsdauer	120 Minuten		
Prüfung benotet/ unbenotet	benotet		
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	Berechnet sich gemäß Prüfungsordnung anteilig aus der Gewichtung des Moduls an den gesamten ECTS-Punkten des Studiums.		
Inhalte des Moduls	<ol style="list-style-type: none"> 1. Operations Research (OR) – Grundlagen + Übung 2. Grundlagen logistischer Entscheidungen + Übung 3. Transportprobleme + Übung 4. Logistische Zuordnungsprobleme + Übung 5. Planung von Routen und Touren + Übung 6. Planung von Standorten für Logistikknoten + Übung 7. Quantitative Logistik-Fallstudien + Übung 		
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Vorlesung, Übungen		
Geförderte Kompetenzen	Fachkompetenz Methodenkompetenz Soziale Kompetenz Selbstkompetenz		
Angestrebte Lernergebnisse des Moduls	<p>Fachkompetenz Durch die erfolgreiche Absolvierung des Moduls sind die Studierenden in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> · die grundlegenden fachspezifischen Methoden, Verfahren, Arbeitsmittel und Materialien des Operations Research mit Schwerpunkt logistischer Fragestellungen zu verstehen, anzuwenden, zu analysieren und zu evaluieren. · mathematische Methoden auf dazugehörige Werkzeuge des Operations Research anzuwenden · die entsprechende Fachsprache zu erlernen und anzuwenden · den dazugehörigen Umgang mit Standards und Rechtsrahmen zu verstehen <p>Methodenkompetenz Die Studierenden erlangen,</p> <ul style="list-style-type: none"> · Kompetenz des wissenschaftlichen Arbeitens, in dem sie Forschungsmethoden anwenden und Ergebnisse schriftlich und mündlich wiedergeben können · Problemlösungskompetenz, in dem sie Problem erfassen und benennen, 		

	<p>komplexe Problemstellungen zergliedern, Lösungswege entwickeln sowie Problemlösungen kritisch bewerten können</p> <p>Soziale Kompetenz Die Studierenden sind in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> · Ergebnisse und Lösungen zu erwirken (Teamkompetenz) · Konflikte verstehen, einordnen und analysieren zu können (Konfliktkompetenz) · Prozesse nachvollziehen und überprüfe, ggf. auch korrigieren zu können (Führungskompetenz) <p>Selbstkompetenz Die Studierenden erlangen</p> <ul style="list-style-type: none"> · Sich selbst motivieren und eigene Lern- und Erfolgsprozesse überprüfen zu können (Selbstmanagement) · für das Erreichen von Studienleistungen einzustehen (Verantwortung) · Handlungsalternativen zu erkennen und Konsequenzen von Entscheidungen abzuwägen und einschätzen können // Ziele priorisieren zu können // Sich Risiken einer Entscheidung bewusst machen und einschätzen zu können (Entscheidungskompetenz)
Verwendbarkeit des Moduls	Grundsätzlich für alle Studiengänge der Hochschule Worms und eventuell an anderen Hochschulen verwendbar.
Voraussetzungen für die Teilnahme	Die Studierenden haben ein grobes Verständnis logistischer Abläufe und Funktionen. Sie kennen den Optimierungsbedarf und sind vertraut mit Excel. Sie kennen den Wert und die Grenzen der Softwareunterstützung. Die Vorlesungen „Mathematik & Operations Research“ (IBA-BA-2100), „Statistik“ (IBA-BA-2200), „Operations Management - Grundlagen“ (IBA-BA-200) aus den ersten drei Semestern sollten erfolgreich absolviert worden sein.
Besonderes	-
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	<p>Empfohlene Literatur:</p> <ul style="list-style-type: none"> · Brigitte Werners: Grundlagen des Operations Research - Mit Aufgaben und Lösungen, 3. Auflage, Springer Verlag 2013. · Heinz M Winkels (Autor): Modellbasiertes Logistikmanagement mit Excel: Lösungen von Problemen in der Logistik unter Verwendung der Tabellenkalkulation, 1. Auflage, DVV Media Group, 1. Mai 2012. · Leena Suhl, Taïeb Mellouli: Optimierungssysteme - Modelle, Verfahren, Software, Anwendungen, 3. korrigierte und aktualisierte Auflage, Springer Verlag, 2013. · Mike Steglich, Dieter Feige und Peter Klaus: Logistik- Entscheidungen - Modellbasierte Entscheidungsunterstützung in der Logistik mit LogisticsLab, 2., aktualisierte und komplett überarbeitete Auflage, DeGruyter Verlag Oldenburg, 2016. · Mike Steglich, Dieter Feige: Übungsbuch Logistik-Entscheidungen, DeGruyter Verlag Oldenburg, 2016. · Rainer Lasch (Autor), Christian G. Janker: Übungsbuch Logistik: Aufgaben und Lösungen zur quantitativen Planung in Beschaffung, Produktion und Distribution, 4. Auflage, Springer, August 2017. · Rainer Lasch (Autor), Gregor Schulte (Autor): Aufgaben und Lösungen zu Beschaffung, Produktion und Distribution - Mit Planungssoftware. 4. , aktualisierte und erweiterte Aufl., Springer, 2018. · Schwenkert, Rainer, Stry, Yvonne: Operations Research kompakt - Eine an Beispielen orientierte Einführung, Gabler Verlag, 2015. · Wolfgang Domschke, Andreas Drexl, Robert Klein, Armin Scholl, S. Voß: Übungen und Fallbeispiele zum Operations Research, 8. Gabler Verlag, 2015. · Wolfgang Domschke, Andreas Drexl, Robert Klein, Armin Scholl: Einführung in Operations Research, 9. Auflage, Gabler Verlag, 2015.

BA_2250 Production Systems & Lean Manufacturing

Module code	2250		
Course of studies	Global Trade Management B.A. (klassisch/dual) Internationales Logistikmanagement B.A. (klassisch/dual) Digital Business Management B.A. (klassisch/dual)		
Courses of the module	Production Systems & Lean Manufacturing		
Module co-ordinator	Prof. Dr. Christian Reuter		
Module lecturer(s)	Prof. Dr. Christian Reuter		
Instruction language	English		
Amount of assigned credit points	5 ECTS-Points		
Semester hours per week	4 Semester hours per week		
Total workload	150 hours	Contact time	45 hours
		Self-study time	105 hours
Semester of studies	6th/7th semester		
Module type (compulsory, optional, etc.)	Global Trade Management B.A.:	compulsory elective	
	Internationales Logistikmanagement B.A.:	compulsory	
	Digital Business Management B.A.:	compulsory elective	
Module duration	one semester		
Frequency of the module offer	Each Semester		
Examination type / requirements for assigning credit points	Written exam		
Duration of examination	150 minutes		
Examination graded / not graded	Graded		
Weighting of the mark within the cumulative grade	According to ECTS-Points		
Syllabus plan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Introduction and Repetition from Operations I 2. Modern production systems 3. Generating Flow 4. Customer tact time and cycle time 5. PULL-Principle 6. Process stability 		
Teaching and learning methods	Lecture, Case Studies, experience learning in the truck-factory, simulations		
Trained competencies	Professional competence Methodological competence Social competence Self-competence		
Intended learning outcomes of the module	<p>Professional competence</p> <p>The course aims to teach students the importance of effective and efficient business processes in a dynamically changing business environment. Operations Management is the science of connecting companies and processes to each other. The focus of all activities, potential problems and their influences, in the context of the value chain, are on the company's success.</p> <p>By successfully completing the module, students will be able to:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Understand, apply and analyze, evaluate the subject-specific methods, procedures, work equipment and materials for enhanced operations management • Create more efficient and effective processes based on the concept of KAIZEN • to apply mathematical methods to related tools • foreign language skills • Competence in dealing with the technical language 		

	<p>Methodological competence Students acquire,</p> <ul style="list-style-type: none"> • Competence of scientific work: independently researching, selecting and evaluating relevant information / data; reading, understanding and systematically analyzing scientific texts and classifying positions; applying research methods; reproducing written and oral results • Presentation competence: present topics in a structured and understandable manner; use terminology comprehensibly and skilfully • Problem solving competence: capturing and naming problems; Dissecting complex problems; Developing solutions; Enforcing and implementing solutions and dealing with problems that arise; Being able to critically evaluate solutions to problems • Transfer competence: Awareness of theoretical aspects to distinguish them from those of practice; To translate theoretical aspects into practical conditions <p>Social skills The students are able to:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Team competence: Being able to intervene and coordinate in a group; Achieve results and solutions • Conflict competence: understand, classify and analyze conflicts • Leadership competence: understand processes, and if necessary also correct them <p>Self-competence Students gain</p> <ul style="list-style-type: none"> • Self-management: - to motivate oneself and to be able to check your own learning and success processes • Responsibility: for the achievement of study achievements; as part of a group work for the performance of the group • Decision-making authority: recognizing alternative courses of action and weighing and assessing the consequences of decisions; being able to prioritize goals; yourself Be aware of and be able to assess the risks of a decision
Applicability of the module for other courses of study	The module is designed to provide in-depth contents of Operations Management in all business studies or courses of study in order to understand how the most successful companies in the world work run their processes.
Prerequisites	<ul style="list-style-type: none"> • Mathematik (BA_4100) • Statistik (BA_4200) • Grundlagen der ABWL/SBWL (BA_1100) • Operations Management (BA_1200)
Special characteristics of the module (e.g. online teaching and coaching, field trips, guest lecturers, etc.)	Nach erfolgreich bestandener Klausur wird ein „Lean-Systems Yellow Belt“ Zertifikat ausgestellt. In einem optionalen Blockseminar (1 Tag) kann zusätzlich der „Six Sigma Yellow Belt“ erreicht werden. // After successfully passing the exam, a "Lean-Systems Yellow Belt" certificate will be issued. In an optional block seminar (1 day) the students can also apply for the "Six Sigma Yellow Belt".
Literature (compulsory reading / additional recommended literature)	<p>Recommended literature:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Hitoshi Takeda: The synchronized production system, Kogan Page, 2006. • Mike Rother, Rick Harris: Creating Continuous Flow: An Action Guide for Managers, Engineers and Production Associates, Lean Enterprise Institute, Inc., August 14, 2013. • Rother, Mike, John Shook: Learning to See: Value Stream Mapping to Add Value and Eliminate MUDA, Lean Enterprise Institute; Spi edition, June 1, 1999. • Taiichi Ohno (Autor), C. B. Rosen (Übersetzer): Toyota Production System: Beyond Large-scale Production, Taylor & Francis Ltd., March 1988

- | | |
|--|---|
| | <ul style="list-style-type: none">• Nikkan Kogyo Shimbun (Autor): Poka-Yoke: Improving Product Quality by Preventing Defects (Improve Your Product Quality!) Taylor & Francis Inc., 1. Dezember 1988.• Andrew P. Dillon (Autor), Shigeo Shingo (Autor): A Revolution in Manufacturing: The SMED System: Single-minute Exchange of Die System, Taylor & Francis Inc., 1. Mai 1985.• José Luís Quesado Pinto (Autor), João Carlos O. Matias (Autor), Carina Pimentel (Autor): Just in Time Factory: Implementation Through Lean Manufacturing Tools (Management for Professionals), Springer; Auflage: 1st ed. 2018.• James P. Womack und Daniel T. Jones: The Machine That Changed the World: The Story of Lean Production-- Toyota's Secret Weapon in the Global Car Wars That Is Now Revolutionizing World Industry, Free Press; Auflage: Reprint, 13. März 2007. |
|--|---|

BA_2260 Angewandte Logistik

Modul-Nr./ Code	2260		
Studiengang	Global Trade Management B.A. (klassisch/dual) Internationales Logistikmanagement B.A. (klassisch/dual) Digital Business Management B.A. (klassisch/dual)		
Lehrveranstaltungen des Moduls	Grundlagen internationale Logistik Logistiklabor		
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Sebastian Herr		
Name der/des Hochschullehrer/s der Lehrveranstaltungen	Prof. Dr. Sebastian Herr		
Unterrichtssprache	Deutsch		
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	5 ECTS-Punkte		
SWS	4 SWS		
Gesamtworkload	150 Stunden	Kontaktzeit	45 Stunden
		Selbststudium	105 Stunden
Studiensemester	6./7. Semester		
Art des Moduls (Pflicht, Wahl, etc.)	Global Trade Management B.A.:	Wahlpflicht	
	Internationales Logistikmanagement B.A.:	Pflicht	
	Digital Business Management B.A.:	Wahlpflicht	
Dauer des Moduls	Ein Semester		
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Jedes Semester		
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Klausur (25%) Projektarbeit (inkl. Präsentationen und Projektbericht) (75%)		
Prüfungsdauer	Klausur 60 Minuten; die Dauer der Projektarbeit & Präsentation wird gemäß Rahmenprüfungsordnung und fachspezifischer Prüfungsordnung rechtzeitig zu Semesterbeginn bekannt gegeben.		
Prüfung benotet/ unbenotet	benotet		
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	Berechnet sich gemäß Prüfungsordnung anteilig aus der Gewichtung des Moduls an den gesamten ECTS-Punkten des Studiums.		
Inhalte des Moduls	<p>Das Vertiefungsmodul setzt sich zusammen aus einer klassischen Vorlesung (Umfang 1 SWS) und einer praktischen Projektarbeit (Umfang 3 SWS) in Kooperation mit einem Logistikdienstleister (Logistiklabor).</p> <p>Vorlesung zu Grundlagen Internationale Logistik</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Fallstudien zum Verständnis Internationale Logistik 2. Logistische Netze und Gestaltungsparameter, insbes. Transportnetzwerke 3. Charakteristika und Herausforderung beim Management logistischer Dienstleistungen/ Outsourcing/ Kontraktlogistik 4. Logistikmarktsegmente, Logistikmärkte, Marktakteure 5. Fallstudien zur Vertiefung und Anwendungsbeispiele, insbes. "Transportlogistik 4.0" <p>Logistiklabor</p> <p>Prozessanalyse von Lager- und Kommissionier-Prozessen</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Vorbereitungsphase: Problemformulierung, Zielformulierung, Eingrenzung des Untersuchungsfeldes, Projektorganisation 2. Auftau"-Phase: Herstellung von Problembewusstsein, Änderungsbereitschaft, Ängste nehmen („Unfreeze“) 3. Prozess-Analyse: „Intelligence“ – Datenbeschaffung zur Ist-Situation (quantitativ und qualitativ); „gelebter“ Ist-Prozess 4. Schwachstellen- und Ursachenanalyse – z.B. Wartezeiten, Fehlerquoten 5. Ideenfindung – „Design“ möglicher Lösungsalternativen 6. Maßnahmenbewertung und Entscheidung: Evaluation von Alternativen Prioritätenreihung („Choice“) 		

	<p>7. Umsetzung („Move“) – mit „Bemannung“ / Ressourcenzuordnung 8. Erfolgskontrolle mit „Befestigung“, Sicherung eines lernenden, selbst stabilisierenden Zustands</p>
<p>Lehr- und Lernmethoden des Moduls</p>	<p>Das Modul setzt sich zusammen aus einer klassischen Vorlesung und einer praktischen Projektarbeit, dem Logistiklabor. Die klassische Vorlesung findet nicht nur „frontal“ statt, sondern es werden auch Fallstudien und praktische Fallbeispiele einbezogen und diskutiert.</p> <p>Bei der Projektarbeit werden die Studierenden in Teams mit einer konkreten, praktischen Fragestellung konfrontiert. Dabei gilt es, die konkrete Problemstellung zu erfassen und zum Abschluss in konkrete, eigenständig abgeleitete, umsetzbare Handlungsempfehlungen zu überführen und zu präsentieren.</p>
<p>Geförderte Kompetenzen</p>	<p>Grundlagen Internationale Logistik</p> <p>Fachkompetenz Die Studierenden gewinnen ein detailliertes Verständnis der Logistik. Dabei stehen theoretische Konzepte und Grundlagen ebenso im Vordergrund wie die praktische Relevanz und die konkrete Anwendung. Die Studierenden kennen Aufgaben des „Logistiker“ in unterschiedlichen Branchen und Tätigkeitsfeldern. Sie sind sich bewusst, welche Fähigkeiten zur Bewältigung dieser Aufgaben nötig sind.</p> <p>Methodenkompetenz Es gilt grundlegende Optimierungskriterien der Logistik zu verstehen und diese im Gesamtzusammenhang zu betrachten. Typische logistische Abläufe werden vor dem Hintergrund einer voranschreitenden Digitalisierung betrachtet und diskutiert. Wechselwirkungen und Herausforderungen der Logistik werden betrachtet. Die Vorlesung ist eine sinnvolle Voraussetzung und Ergänzung, um die praktische Aufgabe im Logistiklabor besser zu verstehen und einordnen zu können.</p> <p>Soziale Kompetenz Im Rahmen der Vorlesungen werden grundlegende Konzepte, Netzwerke und Lösungsansätze der Praxis analysiert. Die Studierenden lernen fremde Inhalte zu verstehen und zu reflektieren. Dies wird durch aktives Zuhören und aktive Diskussion gewährleistet.</p> <p>Selbstkompetenz Durch die eigenverantwortliche Nacharbeit werden Vorlesungsinhalte reflektiert und Wissenslücken erfordern aktive Recherche und Nachfragen. Dadurch werden Problemen und „offenen Flanken“ durch die Studierenden benannt und abgeleitet.</p> <p>Logistiklabor</p> <p>Fachkompetenz Die Studierenden erleben im Rahmen der Projektarbeit reale Logistik und bewegen sich in der logistischen Praxis. Dabei sind sie mit einer konkreten Fragestellung konfrontiert und müssen eigenständig eine Lösungs- und Umsetzungsoption erarbeiten, auf Basis von qualitativen und quantitativen Aspekten bewerten und letztlich in eine klare Handlungsempfehlung, die für die betriebliche Praxis geeignet ist, überführen.</p> <p>Methodenkompetenz Es müssen eigenständig passgenaue Lösungen erarbeitet und begründet werden. Dabei geht es um den objektiven anhand von Kennzahlen und systematischen Vergleich von Handlungsempfehlungen und das Ableiten einer klaren, umsetzbaren Handlungsempfehlung. Es werden für reale Probleme in studentischen Teams Lösungen erarbeitet.</p> <p>Soziale Kompetenz Durch das Arbeiten in studentischen Teams, die im direkten Austausch mit Logistikexperten aus unterschiedlichen Organisationseinheiten stehen, werden Verhandlungsfähigkeiten sowie Team- und Kommunikations-</p>

	<p>kompetenzen aktiv erprobt und der Umgang mit verschiedenen Hierarchien und Charakteren im Unternehmensumfeld erlernt.</p> <p>Selbstkompetenz Die studentischen Teams bearbeiten eigenständig und eigenverantwortlich praktische Fragestellungen. Die Lösungsvorschläge dazu müssen vor einem Lenkungsausschuss vertreten und argumentiert werden und bis zu einem Stichtag fertiggestellt werden. Dabei gilt es Widerstände zu erkennen und zu überwinden. Die Studierenden müssen ihre Rolle im Team finden und sich ggf. behaupten.</p>
<p>Angestrebte Lernergebnisse des Moduls</p>	<p>Grundlagen Internationale Logistik</p> <p>Fachkompetenz Die Studierenden erarbeiten ein vertieftes Verständnis in der internationalen Logistik. Logistiknetze, Verkehrssysteme, logistische Strukturen innerhalb globaler Supply Chains verdeutlichen die Schwerpunkte der Wissensvermittlung. Neben dem Management Materialflüssen ist das Management von Informations- und Finanzflüssen ein wichtiger Teil des Aufgabenspektrums eines Logistikers. Die Studierenden kennen die Charakteristik logistischer Netze, ihnen sind Abhängigkeiten und Zielkonflikte bewusst. Sie wissen, welche Rolle Logistikdienstleister einnehmen und wie logistische Netze für unterschiedliche Branchenanforderungen ausgeprägt werden. Vor allem Kontraktlogistik und die Erfolgswirkung logistischer Netze für den Unternehmenserfolg eröffnen den Studierenden neue Perspektiven der internationalen Logistik. Der Brückenschlag zu innovativen Konzepten und neuen Technologien (Logistik 4.0) bei der Logistikabwicklung für Transport und im Lager runden die Lerninhalte in sinnvoller Weise ab.</p> <p>Methodenkompetenz Die Studierenden sind in der Lage, Lösungen aus der Praxis zu erklären, zu bewerten und auf vergleichbare Situationen der Praxis zu übertragen. Sie kennen Hemmnissen und Herausforderungen und haben stets Kundenforderungen und Branchenspezifika im Blick.</p> <p>Soziale Kompetenz Die Studierenden sind der Lage, Sachverhalte und Herausforderungen der Logistik zu benennen und zu erklären. Dabei ist Ihnen bewusst, welche Zielkonflikte und Optimierungskriterien bestehen und wie diese in der Praxis gelöst werden. Sie sind in der Lage auf Fachebene unter Verwendung von Fachtermini zu kommunizieren.</p> <p>Selbstkompetenz Die Studierenden sind in der Lage sich fremde Sachverhalte aus der Vorlesung im Selbststudium zu erarbeiten und die eigene Wissensbasis zu vertiefen. Durch die Reflexion des Lernstoffes können die Studierenden die richtigen Fragen stellen und strategische Entscheidung begründen.</p> <p>Logistiklabor</p> <p>Fachkompetenz In Kooperation mit einem Logistik-Dienstleister werden die Studierenden reale Probleme der Logistikpraxis eigenverantwortlich zu bearbeiten, eine Lösung zu entwickeln und diese zu präsentieren. Hierbei können bspw. Lagerprozessen analysiert oder auch neue Technologien für den praktischen Einsatz bewertet und gegenübergestellt werden. Aus einem gegenwärtigen Ist-Stand ist eine Verbesserung eigenständig zu erarbeiten und nach Möglichkeit die Umsetzung vor Ort zu begleiten.</p> <p>Methodenkompetenz Die Studierenden trainieren ihre Problemlösungs- und Präsentationskompetenz am konkreten Praxisfall. Dabei gilt, strukturiert und praxisnah vorzugehen. Die theoretischen Gestaltungs- und Designprinzipien werden auf einen konkreten Anwendungsfall übertragen.</p>

	<p>Lösungsalternativen müssen gegenübergestellt werden und bzgl. der Umsetzbarkeit und Erfolgswirkung bewertet werden.</p> <p>Soziale Kompetenz In Abstimmung mit den Teams, dem Mentor und der Geschäftsleitung müssen die Studierenden eine tragfähige Lösung erarbeiten und begründen. Der Meinungsbildungs- und Lösungsprozess muss moderiert werden. Kommunikations- sowie Konfliktfähigkeiten und Präsentationstechniken sind notwendig und werden in der Praxis erprobt.</p> <p>Selbstkompetenz Die Studierenden entwickeln eigenständig einen Lösungsweg und verfolgen diesen zielstrebig. Im Team wie auch mit dem Logistikdienstleister ist eine enge Abstimmung notwendig. Entscheidungen sind zu treffen und zu begründen. Auch werden die Studierenden Resistenz und Restriktionen auf der Praxisseite begegnen.</p>
Verwendbarkeit des Moduls	<p>Gerade die Logistik ist eine sog. Querschnittsfunktion im Unternehmen mit vielen Anknüpfungspunkten in typische BWL-Bereiche wie Einkauf, Produktion oder auch Controlling. Das Modul versetzt Studierende, die eine Managementaufgabe anstreben, in die Lage, Gesamtzusammenhänge besser zu verstehen und sich über Wechselwirkungen bei der Optimierung in der Logistik bewusst zu sein. Auch Prozessoptimierungen, die nicht nur in der Logistik nötig sind, werden aktiv trainiert und angewendet. Die Herangehensweise kann ohne Weiteres auf ähnliche Aufgaben der Veränderung und Gestaltung von Prozessen übertragen werden. Auch das Überwinden von Widerständen und Hindernissen hat eine hohe Relevanz, weit über das Tätigkeitsfeld des Logistikers hinaus.</p>
Voraussetzungen für die Teilnahme	<p>Zum erfolgreichen Absolvieren des Moduls wird Folgendes dringend empfohlen: Grundlegendes Verständnis der Leistungserstellungsprozesse in Unternehmen aus den Modulen Grundlagen Operations Management und Prozess- und Changemanagement sowie vorheriges erfolgreiches Absolvieren des Moduls angewandte Managementtechniken. Darüber hinaus wird ein Bewusstsein, welche Bedeutung Logistikdienstleistern in globalen Wertschöpfungsketten zukommt, empfohlen. Eigenständiges, verlässliches und strukturiertes Arbeiten im Team ermöglichen gute Projektergebnisse.</p>
Besonderes	<p>Vorlesung und Verknüpfung zur Praktische Anwendung im direkten Unternehmensumfeld, Arbeiten an realen Problemen aus der logistischen Praxis</p>
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	<p>Grundlagen Internationale Logistik</p> <p>Basisliteratur</p> <ul style="list-style-type: none"> • Gleißner, H.; Femerling, J.C.: Logistik, 2012. • Klaus, P.: Die dritte Bedeutung der Logistik, 2002. • Pfohl, H.-C.: Logistikmanagement: Konzeption und Funktionen, 2016 • Pfohl, H.C.: Logistiksysteme: Betriebswirtschaftliche Grundlagen, 2018 • Schulte, C.: Logistik, 2016. <p>Ergänzungsliteratur</p> <ul style="list-style-type: none"> • Bretzke, W.-R.: Nachhaltige Logistik: Zukunftsfähige Netzwerk- und Prozessmodelle, 2014. • Ihde, G.B.: Transport, Verkehr, Logistik, 2001. • Schwemmer, M.: Die Top 100 der Logistik, 2018 • Klaus, P.: Die dritte Bedeutung der Logistik, 2002. • Lasch, R.: Strategisches und operatives Logistikmanagement, Distribution, 2015. • Oelfke, D.: Speditionsbetriebslehre und Logistik, 2008. • Ovie, T.; Berger, A.; Harnischmacher, N.: Praxishandbuch Transport, 2017. • Piontek, J.: Bausteine Logistikmanagement, 2016.

- | | |
|--|--|
| | <ul style="list-style-type: none">• Stölzle, W.: Handbuch Kontraktlogistik: Management komplexer Logistikdienstleistungen, 2007.• Zeitschriften: DVZ / Logistik Heute/ Verkehrsrundschau / Logistik in Unternehmen <p>Logistiklabor</p> <ul style="list-style-type: none">• Goldratt, E.M; Cox, J.: Das Ziel, 2008.• Klaus, P.: Krieger, W.; Krupp, M.: Gabler Logistik Lexikon, 2012.• Niedereichholz, C.; Niedereichholz, J.: Consulting Wissen, 2008.• Pulverich, M.; Schietinger, J.: Service Levels in der Logistik: Mit KPIs und SLAs erfolgreich steuern, 2007.• Rother, M.: Die Kata des Weltmarktführers, 2009.• Schmelzer, H.J.; Sesselmann, W.: Geschäftsprozessmanagement in der Praxis, 2013.• Stölzle, W.; Weber, J.: Handbuch der Kontraktlogistik, 2007.• Wormack, J.P.: Think Lean, 2013.• Zeitschriften: DVZ / Logistik Heute/ Verkehrsrundschau / Logistik in Unternehmen |
|--|--|

Coremodule Digital Business

BA_2310 Analytics I - Einführung in die Arbeit mit Daten

Modul-Nr./ Code	2310		
Studiengang	Digital Business Management B.A. (klassisch/dual)		
Lehrveranstaltungen des Moduls	Einführung in die Arbeit mit Daten		
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Kai-Eberhard Kruk		
Name der/des Hochschullehrer/s der Lehrveranstaltungen	Prof. Dr. Kai-Eberhard Kruk		
Unterrichtssprache	Deutsch		
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	5 ECTS-Punkte		
SWS	3 SWS		
Gesamtworkload	150 Stunden	Kontaktzeit	33,75 Stunden
		Selbststudium	116,25 Stunden
Studiensemester	1. Semester		
Art des Moduls (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflicht		
Dauer des Moduls	Ein Semester		
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Jedes Semester		
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Klausur		
Prüfungsdauer	90 Minuten		
Prüfung benotet/ unbenotet	benotet		
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	Berechnet sich gemäß Prüfungsordnung anteilig aus der Gewichtung des Moduls an den gesamten ECTS-Punkten des Studiums.		
Inhalte des Moduls	<p>Dieses Modul behandelt Grundlagen der Daten und statistischen Datenanalyse, die den Studierenden helfen, Strukturen und Eigenschaften von Datensätzen zu verstehen. Abgedeckt werden:</p> <ul style="list-style-type: none"> · Grundlagen der empirischen Forschung einschließlich experimenteller Gestaltung, Datenquellen, Datenqualität und Datentypen. · weit verbreitete deskriptive statistische Werkzeuge und Methoden wie Korrelation, Assoziation, Verteilungen, Tests und Regressionen. <p>Dieser Kurs wird mit dem einführenden Statistikkurs einhergehen. Wir werden die im Statistikkurs gelehrt Werkzeuge und Methoden mit den Softwarepaketen Excel anwenden und vertiefen.</p>		
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Vorlesungen, Computer-Tutorials		
Geförderte Kompetenzen	Fachkompetenz Methodenkompetenz		
Angestrebte Lernergebnisse des Moduls	<p>Fachkompetenz Die Studierenden sind in der Lage, grundlegende statistische Berechnungen selbstständig bzw. mit Hilfe des Computers durchzuführen sowie entsprechende Berechnungen/ Outputs zu verstehen und zu interpretieren.</p> <p>Methodenkompetenz Die Studierenden verstehen Ansätze und Methoden, um Strukturen in Daten zu erkennen. Sie werden befähigt, neue Datensätze selbstständig zu erschließen und Auswertungen durchzuführen. Der Kurs ergänzt den einführenden Statistikkurs um eine anwendungsorientierte und intuitive Komponente.</p>		
Verwendbarkeit des Moduls	Das Modul ist für alle Bachelorstudiengänge der Hochschule Worms und ggf. weitere Studiengänge an anderen Hochschulen verwendbar.		
Voraussetzungen für die Teilnahme	Es wird empfohlen, das Einführungsmodul Statistik bereits abgeschlossen zu haben oder parallel zu absolvieren.		
Besonderes (z.B. Online-Anteil,	-		

Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	<ul style="list-style-type: none"> • J. Reiter: Statistik-Fallstudien mit Excel • C. Duller: Einführung in die Statistik mit Excel und SPSS • Sarstedt et al.: A concise guide to market research • Homburg et al.: Handbuch Marktforschung • Schnell, Hill, Esser: Grundlagen der empirischen Sozialforschung

BA_2320 Analytics II - Methods of Business Analytics			
Module code	2320		
Course of studies	Digital Business Management B.A. (full-time/dual)		
Courses of the module	Methods of Business Analytics		
Module co-ordinator	Prof. Dr. Kai-Eberhard Kruk		
Module lecturer(s)	Prof. Dr. Kai-Eberhard Kruk		
Instruction language	English		
Amount of assigned credit points	5 ECTS-Points		
Semester hours per week	3 semester hours per week		
Total workload	150 hours	Contact time	33,75 hours
		Self-study time	116,25 hours
Semester of studies	2nd semester		
Module type (compulsory, optional, etc.)	Compulsory		
Module duration	One semester		
Frequency of the module offer	Each semester		
Examination type / requirements for assigning credit points	Final written exam		
Duration of examination	90 minutes		
Examination graded / not graded	Graded		
Weighting of the mark within the cumulative grade	According to ECTS-Points		
Syllabus plan	<p>This course will familiarize students with fundamental methods of data analysis. Those methods are widely used to extract learnings from data in a corporate context. We will start with a statistics recap and then focus will be on structuring data and recognizing patterns in data sets to generate relevant knowledge. This course will build on the methods and applications taught in the introductory courses and focus on multivariate methods and their application in a corporate and economic context. Methods covered are (i.a.): cluster analysis, factor analysis, regression analysis, predictive analytics / forecasting, and causal analysis.</p> <p>We will explore those methods in lectures and accompanying tutorials and complement the methodological discussions by concrete business studies that illustrate the respective methods.</p>		
Teaching and learning methods	Lecture, Computer-Tutorials, Exercises		
Trained competencies	Professional competence Methodological competence		
Intended learning outcomes of the module	<p>Professional competence After mastering this module, students will be able to</p> <ul style="list-style-type: none"> • know and understand a variety of complex multivariate statistical methods that are widely used to structure data, reduce complexity in data and to extract relevant knowledge from available data • are able to read and understand applied articles using the trained methodology • know the strengths and weaknesses of the covered statistical methods as well as their suitability for entrepreneurial purposes <p>Methodological competence Students will be capable</p> <ul style="list-style-type: none"> • to critically assess a analytics research question • to identify the right statistical method for a given analytics question • to run statistical analysis on their own given a data set 		

	<ul style="list-style-type: none"> • to interpret the results of the statistical analysis and draw the right conclusions.
Applicability of the module for other courses of study	This module is suitable for all B.A. programs at HS Worms.
Prerequisites	Previous participation in the introductory statistics and introduction to statistical analysis (Analytics I) classes.
Special characteristics of the module (e.g. online teaching and coaching, field trips, guest lecturers, etc.)	Ideally one guest lecture
Literature (compulsory reading / additional recommended literature)	<ul style="list-style-type: none"> • M. Haider: Getting started with data science, IBM press Pearson plc, 2015. • B. Baesens: Analytics in a big data world, Wiley, 2015. • Homburg et al: Handbuch Marktforschung, Springer, 2007. • J. Wooldridge: Introductory Econometrics, Cengage learning emea, 2013. • Further reading will be announced at the beginning of the class.

BA_2330 Analytics III - Advanced Analytics and Visualization			
Module code	2330		
Course of studies	Digital Business Management B.A. (full-time/dual)		
Courses of the module	Advanced Analytics and Visualization		
Module co-ordinator	Prof. Dr. Kai-Eberhard Kruk		
Module lecturer(s)	Tbd (guest lecturer)		
Instruction language	English		
Amount of assigned credit points	5 ECTS-Points		
Semester hours per week	3 semester hours per week		
Total workload	150 hours	Contact time	33,75 hours
		Self-study time	116,25 hours
Semester of studies	3rd semester		
Module type (compulsory, optional, etc.)	Compulsory		
Module duration	One semester		
Frequency of the module offer	Each semester		
Examination type / requirements for assigning credit points	Final written exam		
Duration of examination	90 minutes		
Examination graded / not graded	Graded		
Weighting of the mark within the cumulative grade	According to ECTS-Points		
Syllabus plan	<p>This course will cover selected advanced analytics topics. We will discuss the link between traditional statistical analysis and big data and the pitfalls when applying the first to the latter. We will cover structures and tools such as Hadoop that facilitate the usage of big data set when applying advanced analytics methods. We will discuss how information is prepared and presented in a convincing way by developing a "data story" and by visualizing relevant information. BI / analytics tools such as (for example) Tableau or Rapid Miner that are widely used in a corporate context will be introduced.</p>		
Teaching and learning methods	This course combines lectures and applications		
Trained competencies	Professional competence Social competence Self-competence		
Intended learning outcomes of the module	<p>Professional competence Students will be trained to</p> <ul style="list-style-type: none"> · know the specific challenges that business analytics questions imply in a corporate context characterized by complex IT structures and "big data" · be able to develop methods and strategies to meet those challenges · know tools to handle complex and big data sets <p>Social competence Students will learn how to</p> <ul style="list-style-type: none"> · develop a convincing line of reasoning based on statistical / data based arguments (data story) · how to present and visualize those arguments <p>Self-competence Students will be able ready</p> <ul style="list-style-type: none"> · to quickly get used to apply known concepts and methods in new software applications · further their knowledge on their own by reading the relevant advanced literature 		

Applicability of the module for other courses of study	This course is generally suitable for all B.A. programs at HS Worms.
Prerequisites	Previous successful participation in analytics and statistics courses (Analytics I, Analytics II, Introductory statistics)
Special characteristics of the module (e.g. online teaching and coaching, field trips, guest lecturers, etc.)	Ideally one guest lecture or software workshop will take place as part of the course.
Literature (compulsory reading / additional recommended literature)	<ul style="list-style-type: none"> · B. Baesens: Analytics in a big data world, Wiley, 2014. · N. Knaflic: Storytelling with data, 2015, Wiley · Homburg et al: Handbook of market research, Springer, 2018. · J. Dorschel: Praxishandbuch big data, Springer, 2015. · J. Freiknecht: Big data in der Praxis: Lösungen mit Hadoop, Hbase und Hive, 2014. <p>A more comprehensive reading list will be announced in time.</p>

BA_2340 Databases and Data Warehousing

Modul-Nr./ Code	2340		
Studiengang	Digital Business Management B.A. (klassisch/dual)		
Lehrveranstaltungen des Moduls	Databases & Data Warehousing		
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Olaf Rieck		
Name der/des Hochschullehrer/s der Lehrveranstaltungen	Prof. Dr. Olaf Rieck		
Unterrichtssprache	Deutsch		
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	5 ECTS-Punkte		
SWS	2 SWS		
Gesamtworkload	150 Stunden	Kontaktzeit	22,5 Stunden
		Selbststudium	127,5 Stunden
Studiensemester	3. Semester		
Art des Moduls (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflicht		
Dauer des Moduls	Ein Semester		
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Jedes Semester		
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Klausur (50%) und Projektarbeit (inkl. Präsentation der Projektarbeit) (50%)		
Prüfungsdauer	Klausur 60 Minuten; der Umfang der Projektarbeit wird gemäß Rahmenprüfungsordnung und fachspezifischer Prüfungsordnung rechtzeitig zu Semesterbeginn bekannt gegeben.		
Prüfung benotet/ unbenotet	benotet		
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	Entsprechend der ECTS-Punkte		
Inhalte des Moduls	<p>Datenbanken (Aufbauend/vertiefend auf dem Angebot aus Wirtschaftsinformatik)</p> <ul style="list-style-type: none"> 9. Grundlagen 10. Database Management Systems 11. Datenmodelle 12. Design (Tutorium zum Selbststudium) <p>Data Warehousing</p> <ul style="list-style-type: none"> 13. Grundlagen 14. Data Warehouse Management 15. Data Processing 16. Design (Lab/Case Study) 		
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Vorlesungen (ggf. online), Tutorien (ggf. online und im Selbststudium) und Labs (ggf. virtuell). Das Wissen wird konzeptuell erarbeitet und mittels eines Projektes sofort praktisch angewendet.		
Geförderte Kompetenzen	<p>Fachkompetenz Die Veranstaltung vermittelt den Studierenden ein weiterführendes Verständnis im Bereich der Konzeption und Funktion von Datenbanksystemen und grundlegendes Verständnis von Data Warehouses. Durch die Verwendung diverser Softwarepakete werden die theoretisch erworbenen Kenntnisse im Rahmen eines Projekts praxisnah angewendet. Das Modul verknüpft damit auch fachbezogenes und fachübergreifendes Wissen.</p> <p>Methodenkompetenz Informationsbeschaffung, Strukturierung und Interpretation</p> <p>Soziale Kompetenz Kommunikations-, Konflikt-, und Teamfähigkeit</p>		
Angestrebte Lernergebnisse des Moduls	Datenbanken und Data Warehouses bilden die Infrastruktur für die Analyse und Interpretation von Big Data in der „Digital Economy“. Kenntnisse		

	<p>darüber, wie Daten bereitgestellt werden, wie sie strukturiert sind und wie man sie auslesen kann, sind essenziell für das Arbeiten mit digitalen Informationen.</p> <p>Durch die Teilnahme an diesem Modul werden die Teilnehmer mit der Bereitstellung und Auswertung von Datenmengen vertraut gemacht. Sie können unterscheiden, wofür Datenbanken und Data Warehousing eingesetzt werden und wissen, welche Standards es gibt. Ebenso sind die Teilnehmer in der Lage, eine Beispieldatenbank mit Hilfe eines Softwaretools zu erstellen und diese dann zusammen mit anderen Datenquellen in einem Data Warehouse mit Hilfe eines Softwaretools zu strukturieren und visualisieren.</p> <p>Ebenso sollen sie in der Lage sein, konkrete Fragen zu den Daten zu untersuchen und Zusammenhänge zu erkennen. Die Teilnehmer kennen sich grundlegend mit den erforderlichen Softwaretools zur Erstellung von Datenbanken und Data Warehouses aus und können sie kritisch reflektiert einsetzen. Alle Teammitglieder sollen in der Lage sein, selbstständig zu arbeiten und strukturiert Lösungswege aufzuzeigen. Die finalisierten Lösungen sollen im Rahmen der Präsentation(en) dem Fachpublikum vorgestellt werden.</p>
Verwendbarkeit des Moduls	Geeignet für weiterführende Veranstaltungen im Bereich Datenbanksysteme, Business Intelligence. insbesondere für praxisnahe Projektarbeit.
Voraussetzungen für die Teilnahme	Es wird empfohlen, das Modul Wirtschaftsinformatik, sowie das erfolgreich bearbeitete Pre-Assignment „Datenbanksysteme“, absolviert zu haben.
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	<p>Pre-Assignment: Wiederholung der Grundlagen im Modul Wirtschaftsinformatik - hier Datenbanksysteme im Selbststudium und Beantwortung der entsprechenden Fragen, sowie der Datenimport in eine Beispieldatenbank als spätere Datenquelle für das Data Warehouse.</p>
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	<ul style="list-style-type: none"> • Bauer A, Günzel H: Data-Warehouse-Systeme. Architektur, Entwicklung, Anwendung. dpunkt.verlag, Heidelberg, 2013. • Faeskorn-Woyke H: Datenbanksysteme. Theorie und Praxis mit SQL2003, Oracle und MySQL. Pearson Studium, München u.a, 2007. • Gerken W: Datenbanksysteme für Dummies. Wiley, Weinheim, 2016. • Kemper A, Eickler A: Datenbanksysteme. Eine Einführung. De Gruyter Oldenbourg, Berlin u.a., 2015. • Köppen V, Saake G, Sattler K-U: Data Warehouse Technologien. Verlagsgruppe Hüthig Jehle Rehm, Heidelberg, 2014. • Navrade F: Strategische Planung mit Data-Warehouse-Systemen. @Duisburg-Essen, Univ., Diss., 2007. Betriebswirtschaftlicher Verlag Dr. Th. Gabler / GWV Fachverlage GmbH Wiesbaden, Wiesbaden, 2008.

BA_2350 Advanced Analytics & Business Intelligence

Module code	2350		
Course of studies	Digital Business Management B.A. (full-time/dual)		
Courses of the module	Advanced Analytics & Business Intelligence		
Module co-ordinator	Prof. Dr. Kai-Eberhard Kruk		
Module lecturer(s)	Tbd (guest lecturer)		
Instruction language	English		
Amount of assigned credit points	5 ECTS-Points		
Semester hours per week	3 semester hours per week		
Total workload	150 hours	Contact time	33,75 hours
		Self-study time	116,25 hours
Semester of studies	4th semester		
Module type (compulsory, optional, etc.)	Compulsory		
Module duration	One semester		
Frequency of the module offer	Each semester		
Examination type / requirements for assigning credit points	Paper incl. Presentation		
Duration of examination	The specific requirements concerning the seminar paper and presentation will be announced at the beginning of the semester.		
Examination graded / not graded	paper including a presentation.		
Weighting of the mark within the cumulative grade	According to ECTS-Points		
Syllabus Plan	This course will cover selected advanced analytics methods in detail, including their applicability in a corporate context by means of statistics or Business intelligence solutions. A focus will be on predictive analytics and machine learning methods and their applicability in companies. We will discuss innovations in this area by studying recent applied and research literature.		
Teaching and learning methods	This course will combine lectures and case discussions. Students will write a term paper that prepares for a bachelor's thesis in this area.		
Trained competencies	Professional competence Self-competence		
Intended learning outcomes of the module	<p>Professional competence Students will be trained to</p> <ul style="list-style-type: none"> · know the specific challenges that business analytics questions imply in a corporate context characterized by complex IT structures and "big data" · be able to develop methods and strategies to meet those challenges · know tools to handle complex and big data sets <p>Self-competence Students will be able ready</p> <ul style="list-style-type: none"> · to quickly get used to apply known concepts and methods in new software applications · further their knowledge on their own by reading the relevant advanced literature 		
Applicability of the module for other courses of study	This course is generally suitable for all B.A. programs at HS Worms.		
Prerequisites	Successful participation in all previous analytics modules is required.		
Special characteristics of the module (e.g. online teaching and coaching, field trips, guest lecturers, etc.)	-		

<p>Literature (compulsory reading / additional recommended literature)</p>	<ul style="list-style-type: none">· M.R. Theisen: Wissenschaftliches Arbeiten: Erfolgreich bei Bachelor- und Masterarbeiten, Vahlen, 2013.· H.G. Kemper: Business Intelligence- Grundlagen und praktische Anwendungen, Vieweg, 2010.· Wooldridge: Introductory econometrics, 2013· J. Kelleher: Fundamentals of Machine Learning for Predictive Data Analytics: Algorithms, Worked Examples, and Case Studies, MIT Press, 2015. <p>Further reading will be announced in time.</p>
--	--

BA_2360 Strategic Business Analytics

Module code	2360		
Course of studies	Digital Business Management B.A. (full-time/dual)		
Courses of the module	Strategic Business Analytics		
Module co-ordinator	Prof. Dr. Kai-Eberhard Kruk		
Module lecturer(s)	Prof. Dr. Kai-Eberhard Kruk		
Instruction language	English		
Amount of assigned credit points	5 ECTS-Points		
Semester hours per week	3 semester hours per week		
Total workload	150 hours	Contact time	33,75 hours
		Self-study time	116,25 hours
Semester of studies	6. Semester		
Module type (compulsory, optional, etc.)	Compulsory		
Module duration	One semester		
Frequency of the module offer	Each semester		
Examination type / requirements for assigning credit points	term paper incl. presentation		
Duration of examination	The specific requirements concerning the seminar paper and presentation will be announced at the beginning of the semester.		
Examination graded / not graded	Graded		
Weighting of the mark within the cumulative grade	According to ECTS-Points		
Syllabus Plan	<p>This course focuses on selected topics in business analytics with a focus on digital business models. Major markets will be analyzed with regard to ongoing transformational changes. We will discuss the economic valuation of business models using methods from capital market theory. Mergers and acquisitions (M&A) will be introduced as one element of a corporate strategy, and the rationale of M&A activities will be discussed by means of recent real life cases. We will also discuss what business models survived, and discuss reasons for failures.</p> <p>Furthermore, we will cover what traditional industries can do to compete with emerging digital competitors by expanding their service portfolio or by adopting elements of digital platforms by studying a variety of theories, models and applied topics.</p> <p>Methodologically we will combine lectures with case studies. Students will write a term paper that prepares for the thesis in this area.</p>		
Teaching and learning methods	Combined classes and case discussions		
Trained competencies	Professional competence Methodological competence		
Intended learning outcomes of the module	<p>Professional competence Students will be trained to</p> <ul style="list-style-type: none"> • Know the specific terms and concepts, in particular from capital market theory. Understand strengths and weaknesses of those methods. • Get used to apply valuation concepts in particular for strategic corporate decisions, mainly M&A activities • Analyze and critically assess current trends in digital markets <p>Methodological competence</p> <ul style="list-style-type: none"> • Students will train their scientific writing skills • They will learn to apply theoretical methods to practical problems 		

Applicability of the module for other courses of study	Generally open to all students.
Prerequisites	Students should have mastered the classes analytics I-III.
Special characteristics of the module (e.g. online teaching and coaching, field trips, guest lecturers, etc.)	Ideally one guest lecture or field trip
Literature (compulsory reading / additional recommended literature)	<ul style="list-style-type: none"> • M.R. Theisen: Wissenschaftliches Arbeiten: Erfolgreich bei Bachelor- und Masterarbeiten, Vahlen, 2013. • H. Varian, C. Shapiro: Information Rules: A Strategic Guide to the Network Economy, Harvard Business Review press, 1998. • L. Lubian, J. Esteves: Value in a digital World, Palgrave McMillan, 2017 <p>An extended and updated reading list will be made available in time.</p>

BA_2370 Design Thinking & Business Models			
Modul-Nr./ Code	2370		
Studiengang	Digital Business Management B.A. (klassisch/dual)		
Lehrveranstaltungen des Moduls	Design Thinking & Business Models		
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Michael Graef		
Name der/des Hochschullehrer/s der Lehrveranstaltungen	Prof. Dr. Michael Graef		
Unterrichtssprache	Deutsch oder Englisch		
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	5 ECTS-Punkte		
SWS	4 SWS		
Gesamtworkload	150 Stunden	Kontaktzeit	45 Stunden
		Selbststudium	105 Stunden
Studiensemester	2. Semester		
Art des Moduls (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflicht		
Dauer des Moduls	Ein Semester		
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Jedes Semester		
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Projektarbeiten im Rahmen der Workshopelemente (etwa Beurteilung der Design-Ergebnisse). Die Art der Prüfung wird gemäß Rahmen-Prüfungsordnung und Fachspezifischer Prüfungsordnung rechtzeitig zu Semesterbeginn bekannt gegeben.		
Prüfungsdauer	Die Prüfungsdauer wird gemäß Rahmen-Prüfungsordnung und Fachspezifischer Prüfungsordnung rechtzeitig zu Semesterbeginn bekannt gegeben.		
Prüfung benotet/ unbenotet	Benotet		
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	Entsprechend der ECTS-Punkte		
Inhalte des Moduls	<p>Im Vordergrund zukünftiger Unternehmensentwicklung steht ein ergebnisoffenes, gestalterisches Denken und Handeln über die gesamte Organisation hinweg. Zukünftiger Erfolg benötigt mehr als klassisches Business Management – neue zeitgemäße Werkzeuge.</p> <p>Das Modul bereitet auf die Entwicklung von innovativen Lösungen für komplexe Probleme der digitalen Transformation vor. Es führt die Studierenden an Konzepte zur kreativen, unternehmerischen Problemlösung heran mit dem Ziel, herausragende und neuartige Lösungen zu finden. Das gelingt durch die Entwicklung innovativer Produkte, Dienstleistungen und Geschäftsmodelle, die auf die Bedürfnisse der Menschen ausgerichtet sind.</p> <p>Grundlage des „Business Design“ ist eine Innovationskultur, die auf drei Aspekten beruht:</p> <ul style="list-style-type: none"> · Human Thinking – Denken von den menschlichen Bedürfnissen ausgehend · Design Thinking – Kreatives Entwickeln von Ideen und Lösungsansätzen · Business Thinking – Denken in wirtschaftlichen Kategorien <p>Anwendungsbereiche von Business Design sind unter anderem Unternehmensentwicklung (Strategien und Geschäftsmodelle), Management (Prozesse und Organisation), Menschen (Mitarbeiter und Führung) und Wertschöpfung (Produkte und Services).</p> <p>Das Modul führt in eine Vielzahl neuer Methoden und Ansätze ein, deren auf das Unternehmen zugeschnittene Zusammenstellung optimale Ergebnisse und Lösungen gewährleistet. Zu den Methoden und Werkzeugen gehören unter anderem Business Model Innovation, Blue Ocean Strategy, Customer Value Creation, Agile Development, Scrum,</p>		

Lean Startup, UX/CX/BX, Gamification, Impro-Theater, Lego Serious Play, Jobs-to-be-done, Ideation, Service Design, Experience Design – um nur einige zu nennen.

Besonderer Fokus liegt dabei auf dem Lernprozess „Design Thinking“, in dem Lösungen für komplexe Probleme gefunden werden. Dabei orientiert sich der Design Thinking Prozess an der Vorgehensweise und Arbeit von Designern. Ausgangspunkt ist hierbei die Konzentration auf den Menschen und seinen Bedürfnissen. Durch Ergebnisoffenheit und interdisziplinäre Teamzusammenstellung erlaubt Design Thinking völlig neue Aspekte der Ideengenerierung und stellt eine der effektivsten Innovations- und Kreativmethoden dar. Vor allem bei der Schaffung neuer Produkte, Dienstleistungen, Prozesse und Geschäftsmodelle kommt Design Thinking erfolgreich zum Einsatz.

Business Design arbeitet mit einem Design Thinking Prozess mit mehreren aufeinanderfolgenden und ineinandergreifenden Phasen (Verstehen – Erforschen – Erkennen – Kreieren – Bauen – Testen). Diese Phasen beschreiben abwechselnd divergentes und konvergentes Vorgehen. Die divergenten Phasen sind geprägt durch Quantität, d.h. es werden zielgerichtet Informationen und Wissen in großer Menge gesammelt, die dann in der folgenden konvergenten Phase validiert und konzentriert werden. Das Ergebnis ist eine klare qualitative Fokussierung, die wiederum als eindeutige Grundlage für die nächste divergente Phase dient. Bei der Konzipierung wurden die Ansätze führender Design Thinking und Business Design-Schmieden herangezogen.

Innovative Unternehmenskulturen, passende Rahmenbedingungen und ergebnisoffene Innovationsprozesse sind die Grundlagen für agile Gestaltung von Geschäftsmodellen, Leistungsangeboten und Geschäftsprozessen. Design Thinking spielt als zentrales Kernelement im Business Design eine bedeutende Rolle.

Im curricularen Aufbau des Moduls wird nicht strikt den oben genannten Phasen bzw. Methoden gefolgt, sondern diese werden im Rahmen eines anwendungsorientiert gestalteten Aufbaus berücksichtigt:

1. **Business Design** – Entwicklung von innovativen Lösungen für komplexe Probleme der digitalen Transformation mit dem richtigen Methodenbaukasten (Business Model Canvas, Data Canvas, Value Proposition Design, Value Innovation Modelle)
2. **Design Thinking** – Konzentration auf den Menschen und seine Bedürfnisse, Ergebnisoffenheit und interdisziplinäre Teamzusammenstellung, neue Aspekte der Ideengenerierung und effektive Innovations- und Kreativmethoden
3. **Customer Development** (Wertschöpfung für begeisterte und loyale Kunden) – aktive Kundengewinnung und Kundenbindung, die auf neuen kreativen Prozessen, Strukturen und innovativen Sichtweisen basiert
4. **Strategy & Management** (Weiterentwickeln im Digitalen Zeitalter) – Beschleunigung der strategischen Entwicklungen, Aufbau der notwendigen Agilität im Unternehmen und Vermittlung passender Management- und Führungsmethoden für ein erfolgreiches digitales Zeitalter (Digital Leadership)
5. **Human Resources** (Mitarbeiter mit dem richtigen Mindset) - zukunftsorientierte Personalentwicklung, die Mitarbeiter auf allen Ebenen stärkenorientiert fördert und zielgerichtet einsetzt; neue Formen agiler Teams, neue Mechanismen für eine effektive und effiziente interdisziplinäre Zusammenarbeit
6. **Corporate Culture** (Zukunftsfähige Unternehmenskultur) - schnellere, kooperativere und vernetztere Unternehmen mit einer innovativen Unternehmenskultur, in der Innovation und Agilität fest

	verankert sind mit zentraler Rolle bei Strategieentwicklung und Wettbewerbsfähigkeit
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • Vorlesungen • Business Model-Workshops mit Projektarbeit – praxisorientiertes Erleben des gesamten Innovationsprozesses durch workshopbasiertes Entwickeln einer fiktiven Geschäftsidee, Durchlaufen der Phasen des Design Thinking-Prozesses mit dieser Idee und Erarbeitung eines Geschäftsmodells mit der Business Model Canvas oder der Data Canvas und Validierung der Idee im direkten Kundenkontakt durch Fokusinterviews • Praktischer Design Thinking-Workshop mit Projektarbeit – Durchführung einer Analyse von Bedürfnissen und Nutzergruppen für die Geschäftsidee in Feldrecherchen (Interviews zu Empathy, Empathy Mapping, Persona), Erarbeitung von Lösungswegen und Entwicklung der fiktiven Geschäftsideen (brainstorming, rapid prototyping), Anforderungen für das Prototyping und Testing, Durchführung einer Testphase, Visualisierung und Präsentation der Geschäftsidee (pitching) • Design-Workshops – Grundlagen des Designs (auch haptisch) erfahren
Geförderte Kompetenzen	<p>Fachkompetenz Methodenkompetenz Soziale Kompetenz Selbstkompetenz</p>
Angestrebte Lernergebnisse des Moduls	<p>Fachkompetenz Das Modul „Design Thinking & Business Models“ regt die Studierenden an und hilft:</p> <ul style="list-style-type: none"> • bekannte und neue Werkzeuge in den richtigen Kontext der Anwendung zu setzen • die ganze Bandbreite von Design Thinking zu reflektieren • die nötige Achtsamkeit auf Personas zu lenken • einen Blick in die Zukunft zu werden, in der neue Designkriterien in der Mensch-Roboter-Beziehung zunehmend an Bedeutung gewinnen (Schnittstellen werden immer menschlicher und einfacher zu bedienen mit Oberflächen, die der menschlichen Interaktion entsprechen sollten, um eine intuitive Kommunikation zu ermöglichen) <p>Methodenkompetenz</p> <ul style="list-style-type: none"> • Einschätzen der Bedeutung des Kunden im Innovationsprozess auf Basis von Theorien und Konzepten • Vertrautheit mit den Phasen des Design Thinking-Prozesses und Erfahrung mit Methoden des Design Thinking • Vertrautheit mit Konzepten und Methoden des Business Model Designs und Anwendung von Methoden und Tools • Fähigkeit zur Analyse und Entwicklung von Geschäftsmodellen und Vertrautheit mit Ansätzen für deren Weiterentwicklung <p>Sozialkompetenz</p> <ul style="list-style-type: none"> • Workshop basiertes Arbeiten mit ergebnisoffenem, gestalterischem Denken und Handeln in Teams • Interaktion mit Persona (Kundengruppen) in Feldworkshops <p>Selbstkompetenz</p> <ul style="list-style-type: none"> • Vertrautheit mit kreativen, unternehmerischen Problemlösung • praxisorientiertes Erleben des gesamten Innovationsprozesses durch workshopbasiertes Entwickeln und Nutzen der Instrumente • den inspirierenden Rahmen setzen, um Design Thinking noch stärker in den Unternehmen zu verankern und radikale Innovationen hervorzubringen
Verwendbarkeit des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • Das Modul schafft eine Basis für weiterführende Module wie etwa Gründungsmanagement und Innovationsmanagement oder E-

	<p>Commerce.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Gleichzeitig erweitert es die Fähigkeiten und den Spielraum für die Herangehensweise an komplexe Fragestellungen in anderen Modulen. • Das Modul „Design Thinking & Business Models“ hat generischen Charakter und ist damit gleichermaßen interdisziplinär einsetzbar in verschiedenen Studiengängen und Fakultäten der Hochschule.
Voraussetzungen für die Teilnahme	<p>Zum erfolgreichen Absolvieren des Moduls wird empfohlen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Interesse an kreativer und gestalterischer Tätigkeit (Design) • Sehr gute Englischkenntnisse in Sprache und Schrift • Kenntnisse in den Basismodulen des ersten Studienseesters; Belegen des Moduls im zweiten Semester ist empfohlen, da vorbereitender Charakter für viele weiterführende Module
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	<ul style="list-style-type: none"> • Einbindung von Praxisreferenten mit Expertise im Business Design und im Design Thinking für Praxisvorträge und Workshops • Online-basierte Elemente im Rahmen der Workshops • Exkursionen zu Unternehmen mit hohem Umsetzungsgrad von Business Design und Design-Thinking in all den beschriebenen Elementen sind wünschenswert und möglich.
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	<ul style="list-style-type: none"> • Dark Horse Innovation (Hrsg.): Digital Innovation Playbook, Das unverzichtbare Arbeitsbuch für Gründer, Macher und Manager, 3. Auflage, Hamburg 2017. • Ersek, Barrett, Eileen Weisenbach and John Mullins, Die Regelbrecher, in: Innovation – Die besten Methoden, um neue Ideen zu entwickeln, Harvard Business Manager, Edition 1/2017, pp. 46-53 • Hoffmeister, Christian, Digital Business Modelling, Digitale Geschäftsmodelle entwickeln und strategisch verankern, 2. Auflage, München 2017. • Kiefer, Charles, and Leonard Schlesinger, Action Trumps Everything, Creating What You Want in an Uncertain World, Boston 2010. • Kiefer, Charles, and Leonard Schlesinger, Just Start: Take Action, Embrace Uncertainty, Create the Future, Boston 2012 • Lewrick, Michael, Patrick Link und Larry Leifer, Das Design Thinking Playbook, München 2017. • McCaffrey, Tony, and Jim Pearson, Neues Entdecken, in: Innovation – Die besten Methoden, um neue Ideen zu entwickeln, Harvard Business Manager, Edition 1/2017, pp. 37-45 • Osterwalder, Alexander, Es gibt zu viel Blabla, in: Innovation – Die besten Methoden, um neue Ideen zu entwickeln, Harvard Business Manager, Edition 1/2017, pp. 34-36 • Osterwalder, Alexander, and Yves Pigneur, Business Model Generation, A Handbook for Visionaries, Game Changers and Challengers, Hoboken 2010. • Osterwalder, Alexander, Yves Pigneur et al., Value Proposition Design: How to Create Products and Services Customers Want, Hoboken 2014. • Ries, Eric, The Lean Startup: How Today's Entrepreneurs Use Continuous Innovation to Create Radically Successful Businesses, London 2017. • Sutton, Robert, and Huggy Rao, Scaling Up Excellence, Getting to More Without Settling for Less, London 2014. • Verganti, Roberto, Die Kraft der Kritik, in: Innovation – Die besten Methoden, um neue Ideen zu entwickeln, Harvard Business Manager, Edition 1/2017, pp. 62-69 • Verganti, Roberto, Overcrowded: Designing Meaningful Products in a World Awash with Ideas (Design Thinking, Design Theory), Cambridge 2016.

BA_2380 Transformation & Change Management

Modul-Nr./ Code	2380		
Studiengang	Digital Business Management B.A. (klassisch/dual)		
Lehrveranstaltungen des Moduls	Transformation & Change Management		
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Lubritz		
Name der/des Hochschullehrer/s der Lehrveranstaltungen	Prof. Dr. Lubritz		
Unterrichtssprache	Deutsch oder Englisch		
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	5 ECTS-Punkte		
SWS	3 SWS		
Gesamtworkload	150 Stunden	Kontaktzeit	33,75 Stunden
		Selbststudium	116,25 Stunden
Studiensemester	4. Semester		
Art des Moduls (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflicht		
Dauer des Moduls	Ein Semester		
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Jedes Semester		
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Projektarbeit; konkrete Informationen werden gemäß Rahmenprüfungsordnung und fachspezifischer Prüfungsordnung rechtzeitig zu Semesterbeginn bekannt gegeben.		
Prüfungsdauer	Die Dauer der Projektarbeit wird gemäß Rahmenprüfungsordnung und fachspezifischer Prüfungsordnung rechtzeitig zu Semesterbeginn bekannt gegeben.		
Prüfung benotet/ unbenotet	benotet		
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	Entsprechend der ECTS-Punkte		
Inhalte des Moduls	<ol style="list-style-type: none"> 1. Begriff und Grundlagen 2. Voraussetzungen eines erfolgreichen Change Managements 3. Ausprägungsformen im Change Management 4. Grundzüge agiler Methoden im Projekt- und Change Management 5. Initiierung eines Change-Projektes nach der Scrum-Methode 6. Rollen in SCRUM (Entwicklungsteam; SCRUM Product Owner; SCRUM Master) 7. Ereignisse in SCRUM (Sprint, Sprint Planning, Daily SCRUMS, Sprint Review, Retrospectives) 8. Artefakte in SCRUM (Agile Atlas, Product Backlog, Sprint Backlog, Product Increment) 9. Planung und Umsetzung des ersten Sprints 10. Zertifizierungsvorbereitung 		
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	<p>Grundlagen Change Management Im ersten Teil werden zunächst in Form einer klassischen Vorlesungssequenz die Grundlagen zum Change Management gelegt. Anlässe, grundlegende Methoden, Strategien und Instrumente werden an praktischen Beispielen vorgestellt und erörtert. Ferner werden die Grundzüge agiler Methoden vorgestellt, gegenüber anderen Vorgehensweisen im Projekt- und Change Management abgegrenzt und anhand praktischer Beispiele illustriert.</p> <p>Agile Transformation: Im zweiten Teil übernehmen studentische Teams die Verantwortung für ein konkretes Change-Projekt, das nach agilen Methoden zu gestalten ist. Hier werden Rollen, Strukturen und Instrumente agiler Methoden erprobt. Auf Basis des erworbenen Grundlagenwissens wird ein vorgegebener Projektauftrag zunächst analysiert und in Change-Ziele übertragen. Im Rahmen der Bearbeitung des Changeauftrages werden dann</p>		

	<p>Veränderungen der Rahmenbedingungen und des Auftrages simuliert, um die Studierenden vor die Aufgabe zu stellen, das agile Instrumentarium voll auszuschöpfen. Vor allem die Kommunikations-, Team- und Konfliktfähigkeiten werden hierbei aktiv angewendet.</p> <p>Angefangen vom Brainstorming zum Projektauftrag werden die Einzelaspekte in konkrete Aufgabenpakete überführt und münden in einen agilen Projektplan. Die Vorgehensweise, die Fortschritte und die Ergebnisse werden in einer Zwischen- bzw. Abschlusspräsentation präsentiert. Abschließend müssen die Ergebnisse in einem Projektbericht verdichtet und zusammengefasst werden.</p>
<p>Geförderte Kompetenzen</p>	<p>Fachkompetenz Die Studierenden lernen Methoden und Instrumente des agilen und des Change Managements kennen. Sie sind in der Lage, diese zu verstehen und im Rahmen von konkreten Aufgaben anzuwenden.</p> <p>Methodenkompetenz Die Module versetzen die Studierenden in die Lage, an realen Aufgaben und Herausforderungen zu lernen und ihre Problemlösungskompetenz zu erproben. Die Changemethodik sowie die Scrum-Methoden stehen dabei im Vordergrund. Dabei bearbeiten Sie Aufgaben selbstständig in Teams, ziehen Schlussfolgerungen und präsentieren eigenverantwortlich die Ergebnisse mit konkreten Lösungsvorschlägen.</p> <p>Soziale Kompetenz Durch die Arbeit in Teams entwickeln die Studierenden ihre sozialen Kompetenzen nachhaltig. Durch gemeinsame Diskussionen, ggf. konträre Meinungen und unterschiedliche Charaktereigenschaften erfahren die Studierenden Herausforderungen der Teamarbeit und der Problem- und Konfliktbewältigung.</p> <p>Selbstkompetenz Die Studierenden übernehmen Verantwortung für Ihr Handeln und sind in der Lage die Überlegungen in konkrete Ergebnisse zu überführen, die vor einem Gremium zu argumentieren und zu vertreten sind.</p>
<p>Angestrebte Lernergebnisse des Moduls</p>	<p>Fachkompetenz Vermittlung eines fundierten und praxisrelevanten Fach- und Methodenwissens auf dem Gebiet des agilen Change- und Transformationsmanagements im Rahmen von Projektarbeit und begleitenden Übungen. Eine Sensibilisierung für die Wahl angemessener Methoden und dynamischen und unsicheren Umfeldern soll erreicht werden. Die Studierenden trainieren ihre Kompetenzen durch Projektarbeit anhand „virtueller“ Projekte, in denen die spezifischen Merkmale agiler Methoden anzuwenden sind. Zudem soll damit die Vorbereitung für die erfolgreiche Teilnahme an einer externen „SCRUM Foundation“-Zertifizierung (etwa bei Prüfungsaufsicht des TÜV SÜD Examination Institute) erreicht werden.</p> <p>Methodenkompetenz Die Studierenden können ein Problem erfassen und den Lösungsweg strukturieren. Im Team erarbeiten sie Aufgabenpakete, messen den Erfolg und präsentieren die Ergebnisse. Sie können Change-Werkzeuge gezielt einsetzen und Produkte nach Scrum gestalten. Sie üben ihre Problemlösungs- und Präsentationsfähigkeiten. Darüber hinaus fassen sie ihre Vorgehensweise und Ergebnisse schriftlich in einem Projektbericht zusammen.</p> <p>Soziale Kompetenz Die Studierenden erarbeiten im Team eine Lösung und präsentieren diese. Im Rahmen der Projektarbeit müssen die Studierenden ein gemeinsames Ziel verfolgen, Konflikte lösen und Verantwortung übernehmen. Die Studierenden kennen die Bedeutung von Kommunikation für erfolgreiche Arbeit in Projekten.</p>

	<p>Selbstkompetenz Die Studierenden sind in der Lage, sich selbst Ziele zu setzen und diese zu verfolgen. Sie übernehmen Verantwortung für ihr Handeln und für das Ergebnis des Teams.</p>
Verwendbarkeit des Moduls	Das Modul versetzt Studierende, die eine Projektmanagementaufgabe anstreben, in die Lage, Gesamtzusammenhänge besser zu verstehen und die Bedeutung von agilen und flexiblen Vorgehensweisen zu erfahren. Das Modul eignet sich für viele Bereiche, die durch außerordentliche Dynamiken gekennzeichnet sind.
Voraussetzungen für die Teilnahme	Zum erfolgreichen Absolvieren dieses Moduls wird Folgendes dringend empfohlen: Grund- und Detailwissen in wesentlichen Bestandteilen des betriebswirtschaftlichen Curriculums, insbesondere Vertrautheit überwiegend mit den Unterrichtsinhalten der Fächer ABWL, Mikroökonomie, Marketing, Controlling, Bilanzierung, Kostenmanagement, HR, Logistik und Fertigung. Weiterhin wird empfohlen, um die Wichtigkeit und Bedeutung erfolgreicher Projektarbeit zu wissen und in der Vergangenheit bewusst oder unbewusst bereits Projekte bearbeitet zu haben.
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	-
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	<ul style="list-style-type: none"> • Andler, N.: Tools for Project Management, Workshops and Consulting: A Must-Have Compendium of Essential Tools and Techniques, 2016. • Baumöl, U.: Change Management in Organisationen - situative Methodenkonstruktion für flexible Veränderungsprozesse. Wiesbaden 2008. • Conner, D. R.: Managing at the speed of change. Villard Books, New York 1993. • Doppler, K.; Lauterburg, C.: Change Management – Den Unternehmenswandel gestalten. 13. Auflage, Wiesbaden 2014. • Gloger, B.: Scrum-Produkte zuverlässig und schnell entwickeln. 3. Auflage, München 2011. • Gloger, B.: Scrum: Der Paradigmenwechsel im Projekt- und Produktmanagement - eine Einführung, in: Informatik Spektrum, 33. Jg., No. 2, 2010. • Marks, T.: 20:20 – Project Management – How to deliver on time, on budget and on spec, London, 2012. • Rubin, K.S.: Essential Scrum: Die wesentlichen Aspekte von Scrum zum Lernen und Nachschlagen, Wiesbaden 2014. • Schwaber, K.: Scrum Development Process, Advanced Development Methods. London 1995. • Wysocki, R. K.: Effective Project Management: Traditional, Agile, Extreme, Indianapolis, 2014.

Transfermodule

BA_3100 Grundlagen Prozess- und Changemanagement

Modul-Nr./ Code	3100		
Studiengang	Global Trade Management B.A. (klassisch) Internationales Logistikmanagement B.A. (klassisch) Digital Business Management B.A. (klassisch)		
Lehrveranstaltungen des Moduls	Grundlagen Prozess- & Changemanagement		
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Sebastian Herr		
Name der/des Hochschullehrer/s der Lehrveranstaltungen	Prof. Dr. Sebastian Herr		
Unterrichtssprache	Deutsch		
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	5 ECTS-Punkte		
SWS	2 SWS		
Gesamtworkload	150 Stunden	Kontaktzeit	22,5 Stunden
		Selbststudium	127,5 Stunden
Studiensemester	2. Semester		
Art des Moduls (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflicht		
Dauer des Moduls	Ein Semester		
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Jedes Semester		
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Projektarbeit mit Ergänzungsfragen; konkrete Informationen werden gemäß Rahmenprüfungsordnung und fachspezifischer Prüfungsordnung rechtzeitig zu Semesterbeginn bekannt gegeben.		
Prüfungsdauer	Die Dauer der Projektarbeit wird gemäß Rahmenprüfungsordnung und fachspezifischer Prüfungsordnung rechtzeitig zu Semesterbeginn bekannt gegeben.		
Prüfung benotet/ unbenotet	benotet		
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	Berechnet sich gemäß Prüfungsordnung anteilig aus der Gewichtung des Moduls an den gesamten ECTS-Punkten des Studiums.		
Inhalte des Moduls	<p>TEIL I</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Grundlagen und Methoden im Geschäftsprozessmanagement 2. Definition von Geschäftsprozessen 3. Prozessmodellierungsansätze (bspw. SCOR, Lean) 4. Vorgehensweise bei der Prozessanalyse und Kennzahlen 5. Prozessbenchmarking 6. Prozesscontrolling und Prozesskostenrechnung <p>Praxisaufgabe „Prozessanalyse“ aus dem Unternehmens- bzw. Hochschulumfeld.</p> <p>TEIL II</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Grundlagen Changemanagement 2. Den Wandel gestalten: Phasen, Vorgehen und Herausforderungen bei Veränderungsprozessen, vor allem vor dem Hintergrund der digitalen Transformation 3. Schlüsselfaktoren für ein erfolgreiches Vorgehen 4. Instrumente und Methoden bei der Gestaltung von Veränderungsprozessen 		
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Vorlesung mit Praxisaufgabe, Fallstudien und Übungen, E-Learning		
Geförderte Kompetenzen	<p>Fachkompetenz</p> <p>Die Studierenden erlernen Grundlagen des Prozess- und Changemanagements. Hierbei ist es einerseits wichtig methodische Herangehensweisen und die konkrete Umsetzung in der betrieblichen Praxis, andererseits gilt es auch diese methodische Herangehensweise in der Praxis direkt zu erproben. Anhand eines klaren methodischen</p>		

	<p>Fundaments sind die Studierenden in der Lage, Prozesse zu analysieren, Schwachstellen zu erkennen, Verbesserungspotenziale gegenüberzustellen bzw. zu bewerten und Handlungsempfehlungen abzuleiten.</p> <p>Methodenkompetenz Die Studierenden werden in die Lage versetzt, theoretische und methodische Lerninhalte direkt an einer konkreten Aufgabenstellung aus dem Hochschul- bzw. Unternehmensumfeld zu erproben und dabei die Tauglichkeit dieser Ansätze auf Basis eigener Erfahrungen zu bewerten. Dabei ist es wichtig, analytische und strukturiert vorzugehen. Diese grundsätzliche erlernte Vorgehensweise kann auf vielfältige Aufgabenstellungen der Prozessgestaltung und –optimierung übertragen werden. Sie sind in der Lage Probleme der Praxis zu erfassen und diese zu lösen.</p> <p>Soziale Kompetenz Die Studierenden arbeiten eigenständig in Teams an einer praktischen Aufgabenstellung. Sie lernen Konfliktsituationen zu bewältigen, ein Team kooperativ zu organisieren und mit inneren und äußeren Widerständen umzugehen.</p> <p>Selbstkompetenz Die Studierenden lernen in einem vordefinierten Zeitfenster eine Aufgabenstellung fristgerecht und selbständig zu bearbeiten. Sie sind in der Lage, die Vorgehensweise und die Ergebnisse ihrer Arbeit zu reflektieren und in einem Projektbericht systematisch und stringent zu verschriftlichen.</p>
<p>Angestrebte Lernergebnisse des Moduls</p>	<p>Fachkompetenz Die Studierenden können aktuelle Fragestellungen diskutieren und erkennen die Notwendigkeit der Prozessgestaltung/ -verbesserung. Sie kennen Instrumente und Methoden und sind in der Lage diese aktiv zu nutzen. Häufig geht die Veränderung mit der Anpassung von Prozessen und Organisationsstrukturen einher. Die Studierenden sind in der Lage Veränderungsprozesse und deren Auswirkungen für Unternehmen in verschiedenen Branchen vor dem Hintergrund der Globalisierung und Digitalisierung zu bewerten und passende Strategien für Unternehmen daraus zu erkennen.</p> <p><u>Praxisaufgabe „Prozessanalyse“:</u> Anhand eines praktischen Beispiels aus dem Unternehmens- bzw. Hochschulumfeld erproben die Studierenden in Teams Methoden und Instrumente der Prozessanalyse und fassen die Ergebnisse in einer Projektarbeit zusammen. Die Studierenden entwickeln eigene Lösungsansätze und bewerten bzw. priorisieren diese.</p> <p>Methodenkompetenz Die Studierenden kennen grundsätzliche Methoden und Instrumente bei der Gestaltung von Leistungsprozessen. Sie sind in der Lage Veränderungen aktiv zu initiieren und zielgerichtet zu begleiten. Sie sind in der Lage, Prozesse zu erkennen, diese zu dokumentieren und zu analysieren. Auf Basis einer Prozess-Ist-Analyse können die Studierenden Schwachstellen erkennen und bewerten und Empfehlungen zur Leistungs- und Qualitätsverbesserung eigenständig ableiten und entwickeln.</p> <p>Soziale Kompetenz Die Studierenden sind in der Lage konzentriert den Vorlesungsinhalten zu folgen, kritische Fragen zu stellen und unklare Aspekte zu artikulieren. Sie können Prozesse erklären und Veränderungen anstoßen. Sie sind mit Konfliktsituationen vertraut. Anhand der Projektarbeit analysieren die Studierenden eine konkrete Prozessoptimierungsaufgabe. Sie lernen in Teams zu arbeiten, Konflikte zu lösen und Ergebnisse zu generieren. Dabei lässt sich nicht einem stringenten Pfad folgen, sondern es sind pragmatische und z.T. improvisierte Lösungswege gefragt.</p>

	<p>Selbstkompetenz</p> <p>Die Studierenden kennen die Notwendigkeit von Veränderung und stetiger Entwicklung. Sie sind in der Lage diese konsequent und zielgerichtet zu begleiten und Veränderungen umzusetzen. Sie reflektieren eigene Stärken und Schwächen, setzen sich mit inneren Widerständen auseinander und erweitern den eigenen Horizont, was eine voranschreitende Digitalisierung für ihre private und berufliche Zukunft bedeutet.</p>
Verwendbarkeit des Moduls	<p>Auch Prozessoptimierungen finden breite Anwendung in der Unternehmenspraxis. Hier ist eine analytische und strukturierte Vorgehensweise nötig, die in diesem Modul aktiv trainiert und angewendet wird. Die Herangehensweise kann ohne Weiteres auf vielfältige Aufgaben der Veränderung und Gestaltung von Prozessen übertragen werden. Auch das Überwinden von Widerständen und Hindernissen hat eine hohe Relevanz.</p>
Voraussetzungen für die Teilnahme	<p>Die Studierenden haben ein grobes Verständnis von Leistungs- und Serviceprozesse in Unternehmen und öffentliche Einrichtungen. Eigenständiges, verlässliches und strukturiertes Arbeiten im Team ermöglichen gute Projektergebnisse.</p>
Besonderes	<p>Vorlesung, Praktische Anwendungen und Übungen, Arbeiten an realen Problemen aus dem Hochschul- bzw. Unternehmensumfeld Möglichkeit zum E-Learning</p> <p>Wird in der 2. Präsenzphase angeboten</p>
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	<ul style="list-style-type: none"> • Berner, W.: Change!: 20 Fallstudien zu Sanierung, Turnaround, Prozessoptimierung, Reorganisation und Kulturveränderung, 2015. • Doppler, K.; Lauterburg, C.: Change Management: Den Unternehmenswandel gestalten, 2014. • Erlach, K.: Wertstromdesign: Der Weg zur schlanken Fabrik, 2010 • Gaitanides: Prozessorganisation, 3. Auflage, 2012 • Goldratt, E.M. ; J. Cox: Das Ziel: Ein Roman über Prozessoptimierung, 2013. • Günther, W. A.: Schlanke Logistikprozesse: Handbuch für den Planer, 2013 • Huth, M.: Prozessmanagement, 2018. • Klevers, T.: Wertstrom-Mapping und Wertstrom-Design. Verschwendung vermeiden - Wertschöpfung steigern, 2007 • Klevers, T.: Agile Prozesse mit Wertstrommanagement - Ein Handbuch für Praktiker, 2015 • Kotter, J.P.: Leading Change, 2012. • Kotter, J.P.: Our Iceberg is Melting, 2014. • Lasch, R.: Strategisches und Operatives Logistikmanagement – Prozesse, 2018. • Erben, F./ Pfefferle, A. (2014): »Prozessoptimierung – Methoden zur Visualisierung und Analyse von Prozessen«, Augsburger Arbeitspapiere für Materialwirtschaft und Logistik, Ausgabe 3, 2014. • Rother, M: Die Kata des Weltmarktführers – Toyotas Erfolgsmethoden, 2009. • Rother, M; Aulinger, G.: Kata-Managementkultur: So macht Ihr Unternehmen Unmögliches möglich, 2017 • Schmelzer, H.J.; Sesselmann, W.: Geschäftsprozessmanagement in der Praxis, 2013.

BA_3200 Academic Writing & Research

Module code	3200		
Course of studies	Global Trade Management B.A. (full-time/dual) Internationales Logistikmanagement B.A. (full-time/dual) Digital Business Management B.A. (full-time/dual)		
Courses of the module	Academic Writing & Research		
Module co-ordinator	Mr. Ridha Mejri		
Module lecturer(s)	Mr. Ridha Mejri		
Instruction language	English		
Amount of assigned credit points	5 ECTS-Points		
Semester hours per week	2 semester hours per week		
Total workload	150 hours	Contact time	11,25 hours
		Self-study time	138,75 hours
Semester of studies	3rd semester		
Module type (compulsory, optional, etc.)	Compulsory		
Module duration	One semester		
Frequency of the module offer	Each semester		
Examination type / requirements for assigning credit points	Term paper		
Duration of examination	The specific requirements concerning the seminar paper and presentation will be announced at the beginning of the semester.		
Examination graded / not graded	Graded		
Weighting of the mark within the cumulative grade	According to ECTS-Points		
Syllabus plan	<p>This course introduces basic research writing skills including conducting research, note taking, paraphrasing, summarizing, direct quotation and MLA (Modern Language Association) or APA (American Psychological Association) style citation. The course will place greater emphasis on macro-level composition skills such as essay structure, paragraph structure, coherence, unity and micro-level skills such as sentence structure, grammar, vocabulary, spelling and mechanics. It enhances the skills for writing an academic paper.</p> <p>The course will cover the following topics:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Stages of the writing process: <ol style="list-style-type: none"> 1. Prewriting 2. Drafting 3. Revising 4. Editing • Understanding research • Genre & style in writing • Academic integrity versus plagiarism • Presenting coherent arguments • Describing processes and statistical data • Writing arguments in essays • Making comparisons • Writing about problems and solutions • Writing about causes and effects 		
Teaching and learning methods	<ol style="list-style-type: none"> 1. Lectures 2. Discussions 3. In-class composition 4. Peer-revision 5. Assigned readings 		

	6. Online exercises 7. Journal writing
Trained competencies	Methodological competence
Intended learning outcomes of the module	On completion of the module, students will be able to: <ul style="list-style-type: none"> • Understand what constitutes a coherent, structured academic paper. • Appreciate the relationship between reading and writing. • Critically evaluate and analyze sources. • Incorporate drafting and editing practices into the writing process and understand the value of these skills. • Apply methodologies to research practices and academic writing practices • Present a convincing and valid piece of academic writing • critically evaluate academic papers as well as their own writing. • Improve their ability to question creatively, think critically and • reason rigorously.
Applicability of the module for other courses of study	The module provides the basic knowledge for all activities related to academic writing and research
Prerequisites	-
Special characteristics of the module (e.g. online teaching and coaching, field trips, guest lecturers, etc.)	<ul style="list-style-type: none"> • Web-based exercises • Online coaching
Literature (compulsory reading / additional recommended literature)	<ul style="list-style-type: none"> • Bryan Greetham: How to Write Better Essays. Red Globe Press, 2018. • John Peck: Write it Right: The Secrets of Effective Writing. Palgrave Macmillan, 2012 • Jeanne Godfrey: How to Use Your Reading in Your Essays. Palgrave Macmillan, 2013. • Mark Harrison: Improve Your Grammar. Palgrave Macmillan, 2012. • Patricia Goodson: Becoming an Academic Writer: 50 Exercises for Paced, Productive, and Powerful Writing, 2016. • Stella Cottrell: Critical Thinking Skills: Developing Effective Analysis and Argument. Palgrave Macmillan, 2011. • Stephen Bailey: Academic Writing: A Handbook for International Students. Taylor & Francis Ltd., 2017. • Steve Marshall: Advance in Academic Writing: Integrating Research, Critical Thinking, Academic Reading and Writing Pearson Education, 2017. • Trevor Day: Success in Academic Writing. Palgrave Macmillan, 2013.

BA_3300 Angewandte Managementtechniken

Modul-Nr./ Code	3300		
Studiengang	Global Trade Management B.A. (klassisch) Internationales Logistikmanagement B.A. (klassisch) Digital Business Management B.A. (klassisch)		
Lehrveranstaltungen des Moduls	Unternehmensplanspiel (3301) International Project Management (3302)		
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Olaf Rieck Prof. Dr. Sebastian Herr		
Name der/des Hochschullehrer/s der Lehrveranstaltungen	Prof. Dr. Olaf Rieck Prof. Dr. Sebastian Herr		
Unterrichtssprache	Deutsch und Englisch		
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	5 ECTS-Punkte		
SWS	4 SWS		
Gesamtworkload	150 Stunden	Kontaktzeit	45 Stunden
		Selbststudium	105 Stunden
Studiensemester	4. Semester		
Art des Moduls (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflicht		
Dauer des Moduls	Ein Semester		
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Jedes Semester		
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	3301 Projektarbeit „Unternehmensplanspiel“ (50%) 3302 Projektarbeit „Project Management“ (50%) Konkrete Informationen werden gemäß Rahmenprüfungsordnung und fachspezifischer Prüfungsordnung rechtzeitig zu Semesterbeginn bekannt gegeben.		
Prüfungsdauer	Die Dauer der Projektarbeiten wird gemäß Rahmenprüfungsordnung und fachspezifischer Prüfungsordnung rechtzeitig zu Semesterbeginn bekannt gegeben.		
Prüfung benotet/ unbenotet	benotet		
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	Entsprechend der ECTS-Punkte		
Inhalte des Moduls	<p>Unternehmensplanspiel Mehrere Unternehmungen, die jeweils von einem Planspielteam repräsentiert werden, stehen über mehrere Perioden in einem dynamischen Wettbewerb. Die Unternehmungen konkurrieren auf dem Inlandsmarkt, können aber im Zeitablauf auch Auslandsmärkte erschließen. Neben Produktverbesserungen und -weiterentwicklungen können auch neue Produkte entwickelt und auf den Märkten eingeführt werden. Die von den Planspielgruppen zu treffenden Entscheidungen beziehen sich auf die Bereiche Unternehmensziele, Forschung und Entwicklung, Beschaffung und Lagerhaltung, Produktion, Marketing und Vertrieb, Personal, Finanz- und Rechnungswesen (generelles Unternehmensplanspiel). Neben sich verändernden volkswirtschaftlichen Rahmenbedingungen sind im Zeitablauf auch verschiedene Markteinflüsse (Beschaffungs-, Finanz-, Arbeits- und Absatzmarkt) zu berücksichtigen. Da in der Unternehmenssimulation die Planspielteilnehmer Entscheidungen wie Vorstandsmitglieder treffen müssen und letztlich ein virtuelles Unternehmen leiten, wird das Planspiel auch für die Auswahl und das Training von Potentialträgern und Führungskräften eingesetzt.</p> <p>Internationales Projektmanagement (engl.)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Terms and basic principles • Requirements for a successful project management • Project assignment and start of project 		

	<ul style="list-style-type: none"> • Project analysis and planning • Project realisation, project close-out, project controlling • Post-project learning • Resistance and conflicts in projects • Resource management in projects <p>Work within invented projects</p>
<p>Lehr- und Lernmethoden des Moduls</p>	<p>Unternehmensplanspiel Das Unternehmensplanspiel beginnt mit einer Einführung in das simulierte Unternehmen, die relevanten Entscheidungsparameter, die Wirkungszusammenhänge zwischen den Entscheidungsparametern, sowie die Mechanik des Spielablaufs. Für das eigentliche Planspiel werden die Studierenden in Teams à 4 Studierende aufgeteilt. Jede Gruppe repräsentiert ein Unternehmen in einem simulierten Markt. Dabei übernimmt jeder der Studierenden eine Resort-Verantwortung in dem Unternehmen. Die Unternehmen stehen dann über 8 Planspielperioden im Wettbewerb miteinander. Während jeder Periode treffen die Teams alle relevanten Entscheidungen des Unternehmens. Die Ergebnisse der Entscheidungen auf Unternehmen und Markt werden nach jeder Periode simuliert.</p> <p>Project Management At the beginning, the basics of project management are educated in the form of an introduction. A team of students will select a specific project task. Before they can start to work on their project methods and instruments are explained and it is possible for students to ask questions. Also practical examples are included. During the project work the team of students take responsibility for a specific project. Here, methods and instruments of project management will be practiced. Above all, the communication, team and conflict skills are actively used. Starting with brainstorming to the project assignment, the individual aspects are transferred into concrete work packages and lead to a project plan. The procedure, the progress and the results will be presented in a final presentation. Between the selection of the project and the final presentation the students need to work on their projects and to ask for support and assistance proactively. To conclude the project experience the results must be summarized in a project report.</p>
<p>Geförderte Kompetenzen</p>	<p>Unternehmensplanspiel</p> <p>Fachkompetenz</p> <ul style="list-style-type: none"> • Die Studierenden nutzen Daten aus dem Rechnungswesen und der Kostenrechnung, um strategische Entscheidungen zu treffen. • Die Studierenden verstehen Unternehmen als komplexe Systeme, in denen Entscheidungen aus einem Unternehmensbereich sich auf andere Bereiche auswirken. • Die Studierenden treffen Entscheidungen in Systemen mit komplexen Wirkungsketten <p>Methodenkompetenz Die Studenten lernen, variabel verschiedene Methoden der Kostenrechnung in einem praktischen Szenario anzuwenden</p> <p>Soziale Kompetenz</p> <ul style="list-style-type: none"> • Die Studierenden treffen Entscheidungen im Team, unter Zeitdruck und Risiko • Teammitglieder lernen, einen Entscheidungskonsens zu finden trotz Kompetenzunterschieden, Interessenkonflikten und unterschiedlichen Bewertungen der Situation. <p>Selbstkompetenz</p> <ul style="list-style-type: none"> • Die Studierenden lernen, wie sorgfältige Planung (statt raten) zu besseren Ergebnissen führt • Die Studierenden lernen, Planungen methodisch, sorgfältig und

	<p>diszipliniert durchzuführen</p> <p>Project Management</p> <p>Professional competence</p> <ul style="list-style-type: none"> • General understanding of the importance of project management • Methods and Concepts of project management • Standard procedures/ phases of project management • Concrete instruments and templates of project management • Planning and controlling of projects • Structure, break down and design projects <p>Methodological competence</p> <ul style="list-style-type: none"> • Transfer of methods and instruments to different business situations • Awareness of different phases during a project • Knowledge about possible solutions and a specific assessment • Problem solving competence <p>Social competence</p> <ul style="list-style-type: none"> • Team work skills/ cooperation • Conflict skills / conflict solving • Presentation skills <p>Self-competence</p> <ul style="list-style-type: none"> • Take over responsibility • Accept deadlines • Target orientation
<p>Angestrebte Lernergebnisse des Moduls</p>	<p>Unternehmensplanspiel</p> <p>Fachkompetenz Studierende sind in der Lage, Entscheidungsalternativen mit einer ganzheitlichen Unternehmensperspektive basierend auf einer Unternehmens-, Wettbewerbs- und Umweltanalyse zu erarbeiten und strategische Unternehmensentscheidungen zu treffen. Die Studierenden können Ihre bereits erlernten fachlichen Methoden (siehe Eingangskompetenzen) in einem realitätsnahen simulierten Umfeld anwenden. Dabei sind sie insbesondere in der Lage, Risiken abzuschätzen und die Dynamik des Umfeldes zu berücksichtigen.</p> <p>Methodenkompetenz Die Studierenden lernen, Entscheidungen in einem System zirkulärer Abhängigkeiten zu treffen. Dazu müssen Sie die Entscheidungsparameter zergliedern, sortieren und priorisieren, um darauf aufbauend Lösungen zu erarbeiten. Gleichzeitig müssen die Studierenden bereits gelernte theoretische Grundmuster beachten und aus diesen Erkenntnisse ziehen.</p> <p>Soziale Kompetenz Die Studierenden können Lösungen in ausschließlich nach Fachkompetenzen zusammengestellten Gruppen erarbeiten. Sie sind in der Lage, Aufgabenpakete zu definieren, getrennt zu erarbeiten und die Ergebnisse zusammenzuführen. Sie können komplexe, risikobehaftete Entscheidungen unter Zeitdruck in einer Gruppe treffen. Sie können Entscheidungsprozesse vorantreiben und führen, sich aber auch notfalls Mehrheitsmeinungen unterordnen.</p> <p>Selbstkompetenz Die Arbeit unter Zeitdruck, Unsicherheit und wechselnden wirtschaftlichen Rahmenbedingungen erfordert Eigeninitiative, Einsatz, hohe Leistungsbereitschaft und Flexibilität. Das Planspiel fördert Entscheidungsfreudigkeit, Innovationsbereitschaft und vorbehaltlose Ergebnisdiskussion.</p> <p>International Project Management</p> <p>Professional competence Through lectures and exercises the module aims at imparting practice oriented, specialised knowledge and methodological skills in the area of</p>

	<p>project management. It also aspires to raise awareness for team work aspects and communication skills in projects and companies. The students will practice these skills within invented projects. They have to</p> <ul style="list-style-type: none"> • Develop a project plan • Calculate the project cost • Develop a project organization • Assess the project risk • Define the project targets <p>Methodological competence The students are able to define a problem and structure the way for the solution. Together they define work packages, measure the success and present and illustrate the results. They practice the problem solving und presentation skills. Apart from that they are able to document and present their procedures and summarize results in a project report, which is a good practice for academic writing.</p> <p>Social skills Die Students have to work in teams and they need to develop a solution. Within their project work the students have to follow one goal, solve conflicts and to take over responsibility of their work packages and the whole project. The students are aware of the specific communication skills which are need for project management. They will be confronted with difficulties and challenges within their team. The students are aware of the specific communication skills which are needed for project management.</p> <p>Self-competence The students have the ability to set and to track targets. They are used to take over responsibility for their own and for their team. The students need to document the main results and write a project report independently.</p>
Verwendbarkeit des Moduls	Das Modul versetzt Studierende, die eine Managementaufgabe anstreben, in die Lage, Gesamtzusammenhänge besser zu verstehen und die Bedeutung von Kommunikation zu erfahren. Die Module eignen sich für viele Bereiche, in den aktives Management und aktive, reflektierte Kommunikation nötig sind.
Voraussetzungen für die Teilnahme	<p>Unternehmensplanspiel Grund- und Detailwissen in wesentlichen Bestandteilen des betriebswirtschaftlichen Curriculums, insbesondere Vertrautheit überwiegend mit den Unterrichtsinhalten der Fächer ABWL, Mikroökonomie, Marketing, Controlling, Bilanzierung, Kostenmanagement, HR, Logistik und Fertigung wird dringend empfohlen.</p> <p>International Project Management The students are aware of the necessity and importance of project management. They have been – consciously or unconsciously - involved in or have already done project work.</p>
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	Wird in der 2. Präsenzphase angeboten
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	<p>Unternehmensplanspiel</p> <ul style="list-style-type: none"> • TOSIM General Management II – Teilnehmerhandbuch <p>International Project Management</p> <ul style="list-style-type: none"> • Andler, N.: Tools for Project Management, Workshops and Consulting: A Must-Have Compendium of Essential Tools and Techniques, 2016. • Kerzner, H.: Project Management Metrics, KPIs, and Dashboards. A Guide to Measuring and Monitoring Project Performance. International Institute for Learning Inc., New York. 2017. • Marks, T.: 20:20 – Project Management – How to deliver on time, on budget and on spec, KoganPage, London 2012. • Wysocki, R.K.: Effective Project Management: Traditional, Agile, Extreme, 2013.

BA_3400 Business Leadership

Modul-Nr./ Code	3400		
Studiengang	Global Trade Management B.A. (klassisch/dual) Internationales Logistikmanagement B.A. (klassisch/dual) Digital Business Management B.A. (klassisch/dual)		
Modul	Business Leadership		
Lehrveranstaltungen des Moduls	Business Ethics (3401) Strategic Management (3402)		
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Robert Münscher (3401) Prof. Dr. Stefan Lubritz (3402)		
Name der/des Hochschullehrer/s der Lehrveranstaltungen	Prof. Dr. Robert Münscher (3401) Prof. Dr. Stefan Lubritz (3402)		
Unterrichtssprache	English 3401 / Deutsch 3402		
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	5 ECTS-Punkte		
SWS	4 SWS		
Gesamtworkload	150 Stunden	Kontaktzeit	45 Stunden
		Selbststudium	105 Stunden
Studiensemester	6. Semester		
Art des Moduls (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflicht		
Dauer des Moduls	Ein Semester		
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Jedes Semester		
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Business Ethics (3401): Paper (50%); Strategic Management (3402): Klausur (50%)		
Prüfungsdauer	Business Ethics (3401): the specific requirements concerning the seminar paper and presentation will be announced at the beginning of the semester. Strategic Management (3402): 60 Minuten		
Prüfung benotet/ unbenotet	benotet		
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	Entsprechend der ECTS-Punkte		
Inhalte des Moduls	<p><u>Business Ethics</u></p> <p>True business Leadership not only requires typical skills for keeping a business model running; it further requires the competence to deal with various kinds of ethical challenges that tend to arise for businesses and in business contexts.</p> <p>In this part of the module, students learn why which kinds of ethical challenges arise and how to deal with them. The base logic of why corporations in general might create negative externalities is explained and illustrated, as well as the behavioral influences which lead to unethical behaviors and 'white collar crime' inside companies.</p> <p>Business ethics is not to be seen as a separate management field of growing importance. Rather, it concerns every single management field (incl. strategy, finance, production...) as well as business in general and its role in society. Students are required to activate knowledge they built up during their first semesters in the IBA program, and challenge it from an ethical point of view. They learn to understand how different kinds of ethical issues in business arise – and which solutions are available to tackle them.</p> <p>The course takes a focus to explore one such solution in detail, requiring students to develop their own analysis of a given ethical challenge.</p> <p><u>Strategic Management</u></p> <p>Ziel der Veranstaltung ist es zum einen, die interdisziplinäre Dimension des Strategischen Managements innerhalb der Betriebswirtschaftslehre aufzuzeigen. Dies geht einher mit der Verdeutlichung, in welchem Maße</p>		

	<p>Führung durch die durch Internationalisierung verändert wird. Zum anderen besteht der Anspruch, mit der Veranstaltung die Notwendigkeit der Beherrschung von Konzepten und Techniken der sozialen Interaktion zu veranschaulichen und in die betriebswirtschaftlichen Werkzeuge einzubetten.</p> <p>Folgende Inhalte lernen die Studierenden:</p> <ul style="list-style-type: none"> · die Grundlagen der strukturellen Führung (Organisationsgestaltung, strukturelles Personalmanagement), · interaktionelle Führung (Leadership, Mitarbeiterführung), · die wesentlichen Konzepte organisationalen Wandels, die Grundlagen des Change-Managements (Stufenmodelle, Kommunikation, Umgang mit Widerstand, Stakeholdermanagement). · den Prozess der Strategie-Entwicklung · die Entwicklung, Überprüfung und Anpassung von Geschäftsmodellen · Portfolio-Konzepte · Wertorientiertes Management
<p>Lehr- und Lernmethoden des Moduls</p>	<p>Vorlesungen Offene Diskussion Gruppenarbeiten an Fallstudien</p>
<p>Geförderte Kompetenzen</p>	<p>Business Ethics Professional competence Methodological competence Social skills Self-competence</p> <p>Strategic Management Fachkompetenz Methodenkompetenz Soziale Kompetenz Selbstkompetenz</p>
<p>Angestrebte Lernergebnisse des Moduls</p>	<p><u>Business Ethics</u> Professional competence As its basic qualification aim, the course conveys the capacity to recognize business ethics dilemmas both on the individual and on the organizational level. At the same time, the course teaches what kinds of solutions are available and students learn to apply them to these dilemmas – or develop new ones, both on the individual and on the organizational level.</p> <p>Methodological competence Through a project work students develop further their ability to approach a given assignment independently, research relevant information, develop a solution and present the solution in form of a paper.</p> <p>Social skills By encouraging group work on case studies the course trains teamwork capacities, in particular the capacity to use group discussions effectively for generating solutions to problems.</p> <p>Self-competence Through open discussion of problems and approaches the course trains critical thinking. Having students work independently on case studies trains results-oriented self-organization, and the presentation of results trains presentation skills.</p> <p><u>Strategic Management</u> Fachkompetenz Die Studierenden kennen die unterschiedlichen Ansätze und Theorien, mittels derer die Aktivitäten der Organisationsmitglieder auf gemeinsame Ziele in internationalen Organisationen ausgerichtet werden. Sie sind zudem mit den Möglichkeiten vertraut, den Wandel in Organisationen aktiv zu gestalten. Sie kennen die Herausforderungen an Manager im globalen</p>

	<p>Kontext und sind in der Lage, Prozesse zu analysieren und Strategien zu entwickeln. Die Studierenden verstehen, wie Wettbewerbsvorteile im internationalen Wettbewerb aufgebaut und langfristig gesichert werden. Sie sind in der Lage, Wettbewerbsstrategien mit den kennengelernten Instrumenten zu erarbeiten, zu kommunizieren, zu kontrollieren und auf Dauer effektiv in einem Unternehmen zu implementieren.</p> <p>Methodenkompetenz Durch die Kenntnis und die praktische Anwendung von Modellen der organisationalen Gestaltung, der Führung und des Change-Managements erwerben die Teilnehmerinnen und Teilnehmer außerdem praktische Fähigkeiten darin, Führungsherausforderungen in Organisationen erfolgreich zu bewältigen.</p> <p>Soziale Kompetenz Durch die Arbeit in Teams entwickeln die Studierenden ihre sozialen Kompetenzen nachhaltig. Durch gemeinsame Diskussionen, ggf. konträre Meinungen und unterschiedliche Charaktereigenschaften erfahren die Studierenden Herausforderungen der Teamarbeit und der Problem- und Konfliktbewältigung.</p> <p>Selbstkompetenz Die Studierenden übernehmen Verantwortung für Ihr Handeln und sind in der Lage die Überlegungen in konkrete Ergebnisse zu überführen, die vor einem Gremium zu argumentieren und zu vertreten sind.</p>
Verwendbarkeit des Moduls	<p><u>Business Ethics</u> Students learn to identify, analyze and understand issues of business ethics and come up with approaches for tackling them; it can be used in contexts aiming at conveying this or a similar competences.</p> <p><u>Strategic Management</u> Das Modul versetzt Studierende zudem in die Lage, die mehrdimensionalen Führungsaufgabe zu verstehen und im beruflichen Umfeld auszuprägern. Die umfasst nicht ausschließlich Leadership im engeren Sinne.</p>
Voraussetzungen für die Teilnahme	<p>Folgendes wird zum erfolgreichen Absolvieren des Moduls dringend empfohlen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Grundkenntnisse von Geschäftsmodellen (business models)/ Basic understanding of business models • Rede- und Schreibflüssigkeit in Deutsch und Englisch/ Fluency in English in speech and writing
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	-
Literatur (zusätzlich empfohlene Literatur)	<p><u>Business Ethics</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Crane, A. & Matten, D.: Business Ethics: Managing corporate citizenship and sustainability in the age of globalization. 3. ed. Oxford: Oxford University Press (Textbook Award of the Association of Academic Business Teachers in 2005 and Text-book Award of the Institute of the German Economy in 2006), 2007. • Elkington, J. & Hartigan, P.: The Power of Unreasonable People: How Social Entrepreneurs Create Markets That Change the World. Boston: Harvard Business Review Press, 2008. <p><u>Strategic Management</u> <u>Pflichtlektüre:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Grant, Robert M.: Moderne strategische Unternehmensführung: Konzepte, Analysen und Techniken, Wiley, Weinheim, 2014. • Steinmann, H.; Schreyögg, G.: Management: Grundlagen der Unternehmensführung, 7. Auflage, Wiesbaden, 2013 . <p><u>Zusätzlich empfohlene Literatur:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Barney / Hesterly: Strategic Management and Competitive Advantage, Pearson, 2012.

- | | |
|--|--|
| | <ul style="list-style-type: none">• Bea, F.X./Haas, J.: Strategisches Management, Verlag Lucius & Lucius• Grant, R. M., "Contemporary Strategy Analysis", Blackwell Publishing• Johnson, G./Whittington, R./Scholes, K./Angwin, D./Regner, P.: Exploring Corporate Strategy, Pearson, 2013.• Johnson, G. und Scholes, K. and Whittington, R., Exploring Corporate Strategy 8th Edition, Prentice Hall• Kotler / Berger / Bickhoff: The Quintessence of Strategic Management, Berlin / Heidelberg, 2010.• Mintzberg, H./Lampel, J./Quinn, J./Ghoshal, S.:The Strategy Process, Prentice Hall• Welge, M.K.; Al-Laham, A.: Strategisches Management, 7. Auflage, Wiesbaden 2016 |
|--|--|

Supportmodule

BA_4100 Mathematik			
Modul-Nr./ Code	4100		
Studiengang	Global Trade Management B.A. (klassisch/dual) Digital Business Management B.A. (klassisch/dual) Internationales Logistikmanagement B.A. (klassisch/dual)		
Lehrveranstaltungen des Moduls	Mathematik		
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Olaf Rieck		
Name der/des Hochschullehrer/s der Lehrveranstaltungen	Karl-Heinz Stahl		
Unterrichtssprache	Deutsch		
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	5 ECTS-Punkte		
SWS	4 SWS		
Gesamtworkload	150 Stunden	Kontaktzeit	45 Stunden
		Selbststudium	105 Stunden
Studiensemester	1. Semester		
Art des Moduls (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflicht		
Dauer des Moduls	Ein Semester		
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Jedes Semester		
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Klausur		
Prüfungsdauer	120 Minuten		
Prüfung benotet/ unbenotet	benotet		
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	Entsprechend der ECTS-Punkte		
Inhalte des Moduls	<ol style="list-style-type: none"> 1. Grundlagen der Algebra 2. Folgen und Reihen 3. Finanzmathematische Anwendungen 4. Reelle Zahlenfolgen 5. Differenzial-Rechnung I 6. Differenzial-Rechnung II 7. Differenzialrechnung III 8. Integralrechnung I 9. Integralrechnung II 10. Integralrechnung III 11. Matrizenrechnung 		
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Darstellungen/ Diskussion von Funktionen mittels Geogebra, TI-Interactive, Lernplattform Moodle in Vorlesung und Tutorium		
Geförderte Kompetenzen	Fachkompetenz Methodenkompetenz		
Angestrebte Lernergebnisse des Moduls	<p>Fachkompetenz Die Studierenden kennen erweiterte Grundlagen der Mathematik und ihre Anwendung. Sie sind fähig zu abstrahieren und logisch zu schlussfolgern. Allgemeinmathematische Inhalte können sie auf Anwendungsprobleme übertragen. Sie können mathematisch modellieren (festlegen von Variablen und Bedingungen). Sie können eine Strategie zur Lösung eines Problems durch Anwenden von Heuristiken entwickeln.</p> <p>Methodenkompetenz Die Studierenden können mathematische Sachverhalte formalisieren, Möglichkeiten und Grenzen mathematischer Verfahren und digitale</p>		

	<p>Mathematikwerkzeuge auswählen, einsetzen und reflektieren. Sie können Zähl-Probleme systematisch lösen und auf einer mathematischen Basis argumentieren. Sie können praxisnahe Fragestellungen mit mathematischen Methoden strukturieren und analysieren.</p>
Verwendbarkeit des Moduls	Das Modul ist Grundlage sämtlicher quantitativer und wissenschaftlich orientierter Module im IBA Bachelor und Master.
Voraussetzungen für die Teilnahme	Es werden gute Kenntnisse der Mathematik der Oberstufe sowie der Vorkurs Mathematik empfohlen.
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	<ul style="list-style-type: none"> • Arrenberg, Wirtschaftsmathematik für Bachelor. 2. Auflage, UVK, 2013. • Dietmaier, Mathematik für Wirtschaftsingenieure, Lehr und Übungsbuch, 3. Auflage, Hanser-Verlag, 2017. • Forster: Analysis 1, 11. Auflage, Springer Spektrum, 2013. • Helm, Pfeifer, Ohser, Mathematik für Wirtschaftswissenschaftler, Ein Lehr- und Übungsbuch für Bachelors, 2. Auflage, Hanser-Verlag, 2015. • Luh, Stadtmüller, Mathematik für Wirtschaftswissenschaftler. 7. Auflage, Oldenbourg, 2004. • Tietze, Einführung in die angewandte Wirtschaftsmathematik, 17. Auflage, SpringerSpektrum, 2013. • Tietze, Übungsbuch zur angewandten Wirtschaftsmathematik, 9. Auflage, SpringerSpektrum, 2014.

BA_4200 Statistik			
Modul-Nr./ Code	4200		
Studiengang	Global Trade Management B.A. (klassisch/dual) Internationales Logistikmanagement B.A. (klassisch/dual) Digital Business Management B.A. (klassisch/dual)		
Lehrveranstaltungen des Moduls	Statistik		
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Olaf Rieck		
Name der/des Hochschullehrer/s der Lehrveranstaltungen	Prof. Dr. Olaf Rieck		
Unterrichtssprache	Deutsch		
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	5 ECTS-Punkte		
SWS	4 SWS		
Gesamtworkload	150 Stunden	Kontaktzeit	45 Stunden
		Selbststudium	105 Stunden
Studiensemester	1. Semester		
Art des Moduls (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflicht		
Dauer des Moduls	Ein Semester		
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Jedes Semester		
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Klausur		
Prüfungsdauer	120 Minuten		
Prüfung benotet/ unbenotet	benotet		
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	Entsprechend der ECTS-Punkte		
Inhalte des Moduls	<ol style="list-style-type: none"> 1. Deskriptive Statistik 2. Wahrscheinlichkeitsrechnung 3. Induktive Statistik 		
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Interaktive Vorlesungen und Tutorien		
Geförderte Kompetenzen	Methodenkompetenz		
Angestrebte Lernergebnisse des Moduls	<p>Die Studierenden sind in der Lage</p> <ul style="list-style-type: none"> • ökonomische Daten tabellarisch, graphisch und kennzifferngestützt darzustellen. • ökonomische Kennziffern und Statistiken zu verstehen, geeignete Kennziffern auszuwählen und Kennziffern zu interpretieren. • Daten auf praktische Fragestellungen hin zu analysieren und interpretieren. • Die Anwendung von Methoden von einem in der Vorlesung beispielhaft erklärten Anwendungsgebiet auf neue Anwendungsfelder zu transferieren. • Datenerhebungen vorzubereiten. • einfache statistische Hypothesen zu formulieren, mit Hilfe von Daten aus Teilerhebungen zu testen und die Ergebnisse zu interpretieren. 		
Verwendbarkeit des Moduls	Das Modul ist Grundlage sämtlicher quantitativer und wissenschaftsorientierter Module im IBA Bachelor und Master.		
Voraussetzungen für die Teilnahme	keine		

Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	-
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	<ul style="list-style-type: none"> •Schwarze, J. Grundlagen der Statistik I (beschreibende Verfahren), neueste Auflage, Verlag Neue Wirtschafts-Briefe •Schwarze, J: Grundlagen der Statistik II (Wahrscheinlichkeitsrechnung und induktive Statistik), Neueste Auflage, Verlag Neue Wirtschafts-Briefe •Schwarze, J.: Aufgabensammlung zur Statistik, neueste Auflage. Verlag Neue Wirtschafts-Briefe

BA_4300 Recht			
Modul-Nr./ Code	4300		
Studiengang	Global Trade Management B.A. (klassisch/dual) Internationales Logistikmanagement B.A. (klassisch/dual) Digital Business Management B.A. (klassisch/dual)		
Lehrveranstaltungen des Moduls	BGB / HBG Arbeitsrecht		
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Martin Keim		
Name der/des Hochschullehrer/s der Lehrveranstaltungen	Hr. Fabian Danier Fr. Mila Radic		
Unterrichtssprache	Deutsch		
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	5 ECTS-Punkte		
SWS	4 SWS		
Gesamtworkload	150 Stunden	Kontaktzeit	45 Stunden
		Selbststudium	105 Stunden
Studiensemester	2. Semester		
Art des Moduls (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflicht		
Dauer des Moduls	Ein Semester		
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Jedes Semester		
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Klausur		
Prüfungsdauer	120 Minuten		
Prüfung benotet/ unbenotet	benotet		
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	Entsprechend der ECTS-Punkte		
Inhalte des Moduls	<p>BGB / HBG Überblick über das Privatrecht</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Rechtssubjekte und Rechtsobjekte 2. Handlungsfähigkeit 3. Willenserklärungen 4. Vertragsrecht 5. Vertretungsrecht 6. Verjährung 7. Allgemeines Schuldrecht 8. Einzelne Vertragstypen 9. Unerlaubte Handlungen 10. Produkthaftung 11. Sachenrecht 12. Durchsetzung von Ansprüchen 13. Handelsrecht 14. HGB <p>Arbeitsrecht Umfassender Überblick und Einführung in das</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Individualarbeitsrecht und in das 2. kollektive Arbeitsrecht 		
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Vorlesung Fallbeispiele		
Geförderte Kompetenzen	<p>BGB/HGB Fachkompetenz Studierende können die wichtigsten gesetzlichen Regelungen des BGB und des HGB in Bezug auf das wirtschaftliche Handeln von Unternehmen benennen und beschreiben.</p>		

	<p>Methodenkompetenz Die Studierenden können die rechtliche Relevanz der gesetzlichen Bestimmungen des BGB und des HGB auf bestimmte Sachverhalte und Situationen im geschäftlichen Umfeld anwenden.</p> <p>Arbeitsrecht</p> <p>Fachkompetenz Studierende können die wichtigsten gesetzlichen Regelungen des Arbeitsrechts benennen und beschreiben.</p> <p>Methodenkompetenz Studierende können Konflikte im Arbeitsrecht erkennen und lösen, insbesondere auf die rechtliche Relevanz bei bestimmten Problemen und auf Konfliktsituationen.</p>
Angestrebte Lernergebnisse des Moduls	Studierende sind danach in der Lage rechtliche Aspekte insbesondere in Fragestellungen des wirtschaftlichen Umfelds einzuordnen und in Grundzügen zu bewerten.
Verwendbarkeit des Moduls	Das Modul ist insbesondere im Hinblick auf die Einordnung des Studiengangs in die Wirtschaftswissenschaften, als Modul für alle wirtschaftswissenschaftlichen, insbesondere betriebswirtschaftliche Studiengänge als Grundlage in Rechtsthemen geeignet.
Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	-
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	<p>BGB/HGB</p> <ul style="list-style-type: none"> • Bähr, Grundzüge des Bürgerlichen Rechts, 17. Auflage, Vahlen Verlag, München 2013. • Schwab, Einführung in das Zivilrecht, 20. Auflage, C.F. Müller Verlag, Heidelberg, 2016. • Klunzinger, Handelsrecht, 14. Auflage, Vahlen Verlag, München, 2011. • Gruber, Handelsrecht – schnell erfasst, 6. Auflage, Springer, Heidelberg, 2019. • Aktuelle Gesetzestexte des BGB und des HGB <p>Arbeitsrecht</p> <ul style="list-style-type: none"> • Schaub, Arbeitsrechthandbuch, 17. Auflage, Beck Verlag, München 2017. • Dörner, Luczak, Wildschütz, Handbuch des Fachanwalts für Arbeitsrecht, 14. Auflage, Luchterhand Verlag, Köln 2017 • Aktuelle Gesetzestexte des ArbG und BGB

BA_4400 Management Information Systems

Module code	4400		
Course of studies	Global Trade Management B.A. (full-time/dual) Internationales Logistikmanagement B.A. (full-time/dual) Digital Business Management B.A. (full-time/dual)		
Courses of the module	Enterprise Systems (4401) E-Commerce (4402)		
Module co-ordinator	Prof. Dr. Olaf Rieck Mr. Tobias Güthinger		
Module lecturer(s)	Mr. Tobias Güthinger (4401) Prof. Dr. Olaf Rieck (4402)		
Instruction language	English		
Amount of assigned credit points	5 ECTS-Points		
Semester hours per week	4 semester hours per week		
Total workload	150 hours	Contact time	45 hours
		Self-study time	105 hours
Semester of studies	2nd semester		
Module type (compulsory, optional, etc.)	Compulsory		
Module duration	One semester		
Frequency of the module offer	Each semester		
Examination type / requirements for assigning credit points	Enterprise Systems (4401): Written exam (30%) and Projectwork (20%); Project tasks and terms of reference will be announced E-Commerce (4402): Written exam (50%)		
Duration of examination	Enterprise Systems (4401): Written exam 60 minutes; the specific requirements concerning the projectwork will be announced at the beginning of the semester. E-Commerce (4402): 60 minutes		
Examination graded / not graded	Graded		
Weighting of the mark within the cumulative grade	According to ECTS-Points		
Syllabus plan	<p>Enterprise Systems</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Database design and implementation with Access 2. SAP Short history 3. SAP S/4 HANA Basics: <ul style="list-style-type: none"> · SAP S/4 HANA Technologies · Digital Transformation with SAP S/4 HANA 4. SAP ERP Basics: <ul style="list-style-type: none"> · Core Concepts · Architectures · Data Type · Transactional Data · Documents · Organizational Data · First steps with the system · SAP ERP Business Processes: <ul style="list-style-type: none"> · Purchase-to-Pay Process, · Order-to-Cash Process, · Plan-to-Produce Process <p>E-Commerce</p> <p>This course has been structured to offer all Bachelor students the necessary foundation knowledge they need to connect their enterprise with suppliers and customers via the Internet. The course will examine key the principles</p>		

	<p>of e-commerce technology, markets, and business models, all in the context of a globalizing markets and changing consumer behavior. It will specifically look at these areas from a holistic strategic perspective while examining key trends that are likely to further drive the industry.</p> <ol style="list-style-type: none"> 3. Introduction to E-Commerce 4. The Economics of E-Commerce 5. E-Commerce Business Models 6. E-Commerce Infrastructure 7. Building an E-Commerce Presence 8. Security and Payment 9. Online Marketing 10. Online Advertising 11. Online Media 12. Social Networks 13. E-Retailing and Service 14. 2B E-Commerce
Teaching and learning methods	Lectures, Tutorials, Labs
Trained competencies	Professional competence Methodological competence Social competence Self-competence
Intended learning outcomes of the module	<p>Enterprise Systems</p> <p>Professional competence Link specialized and interdisciplinary knowledge</p> <p>Methodological competence Information gathering, structuring and interpretation</p> <p>Social skills Communication, conflict, and team skills</p> <p>Self-competence Students attain an understanding of database design and database functionality. Using SAP ERP and Microsoft Access software in projects gives students the possibility, to transfer the theoretical knowledge directly into practice.</p> <p>Main topics of the course are:</p> <ul style="list-style-type: none"> · Database design and database implementation · Short introduction to SAP S/4 HANA · Basics about SAP ERP and the Business Processes of SAP ERP <p>The course employs a variety of learning methods, including lectures, tutorials, labs, and a project work.</p> <p>E-Commerce</p> <p>Professional competence Students are able to</p> <ul style="list-style-type: none"> · Comprehend and evaluate mechanisms and business models of the Internet economy · Comprehend and place basic Internet technologies · Understand the principle options with respect to building an E-Commerce presence. <p>Methodological competence Students are able to develop a holistic perspective on the Internet economy and simultaneously contemplate economic aspects, business aspects as well as technical aspects in a cross-disciplinary approach.</p> <p>Social skills Students are able to evaluate risks with respects to the use of Internet services and social media.</p> <p>Self-competence Students (in their role as Internet-users) have an improved understanding</p>

	of their professional and personal environment and are better prepared to become entrepreneurs.
Applicability of the module for other courses of study	The course puts students on a steeper learning curve for all I-related tasks, in particular for those dealing with enterprise software and personal productivity software. This is highly beneficial for students during their internship. The course also provides the basis for advanced IT-related courses in the Digital Management Program, such as Data Bases and Warehousing.
Prerequisites	None
Special characteristics of the module (e.g. online teaching and coaching, field trips, guest lecturers, etc.)	-
Literature (compulsory reading / additional recommended literature)	<p>Enterprise Systems</p> <ul style="list-style-type: none"> • Olaf Schulz: Der SAP-Grundkurs für Einsteiger und Anwender. Bonn: Galileo Press, 2013. • Olaf Schulz: Using SAP: A Guide for Beginners and End Users. Bonn: Galileo Press, 2013. • Detlev Frick, Andreas Gadatsch, Ute G. Schäffer-Külz: Grundkurs SAP ERP: Geschäftsprozessorientierte Einführung mit durchgehendem Fallbeispiel. Wiesbaden:Vieweg+Teubner, 2008. • Tobias Then: Einkauf mit SAP: Der Grundkurs für Einsteiger und Anwender. Bonn: Galileo Press, 2011. • Tobias Then: Vertrieb mit SAP: Der Grundkurs für Einsteiger und Anwender. Bonn: Galileo Press, 2013. • Jochen Benz, Markus Höflinger: Logistikprozesse mit SAP®: Eine anwendungsbezogene Einführung – Mit durchgehendem Fallbeispiel – Geeignet für SAP Version 4.6A bis ECC 6.0. Wiesbaden: Vieweg+Teubner, 2011. <p>E-Commerce</p> <ul style="list-style-type: none"> • Laudon, Traver: 10th E-Commerce. PrenticeHall (or similar Textbooks), 2014 • Others: Lecture notes, Internet research

BA_4500 Business Communication

Module code	4500		
Course of studies	Global Trade Management B.A. (full-time) Internationales Logistikmanagement B.A. (full-time) Digital Business Management B.A. (full-time)		
Courses of the module	Business Communication		
Module co-ordinator	Mr. Ridha Mejri		
Module lecturer(s)	Mr. Ridha Mejri		
Instruction language	English		
Amount of assigned credit points	5 ECTS-Points		
Semester hours per week	4 semester hours per week		
Total workload	150 hours	Contact time	45 hours
		Self-study time	105 hours
Semester of studies	1st semester		
Module type (compulsory, optional, etc.)	Compulsory		
Module duration	One semester		
Frequency of the module offer	Each semester		
Examination type / requirements for assigning credit points	Written exam		
Duration of examination	120 minutes		
Examination graded / not graded	Graded		
Weighting of the mark within the cumulative grade	According to ECTS-Points		
Syllabus plan	<p>I. Communication:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Presentation skills • Telephoning • Socializing/small talk • Communication strategies • Meeting people • Writing emails <p>II. Business topics</p> <ul style="list-style-type: none"> • Company structure • Human Resources (CV, cover letter, job interview, etc.) • Sales & Marketing • Finance & Banking • Procurement, production & logistics • Statistics • E-commerce • Foreign trade <p>III. Grammar: Grammar (tenses, conditional, passive, gerund vs infinitive, prepositions, false friends, etc.)</p>		
Teaching and learning methods	Lecture Presentation		
Trained competencies	Professional competence Methodological competence Social competence Self-competence		
Intended learning outcomes of the module	Professional competence The students:		

- acquire the necessary theoretical and hands-on knowledge to communicate successfully in business life.
- improve their communication skills, build up their business vocabulary, refresh and broaden their grammar skills.
- acquire the specific terminology/business jargon as well as the corresponding vocabulary (socializing, meeting, negotiation, marketing, describing diagrams, etc.).
- be able to write reports and essays on business topics.
- be able to moderate a brainstorming session (e.g. marketing, teleworking, working abroad, current economic situation in Germany, globalization, etc.).
- additionally, tailor-made exercises will increase students' semantic technical language skills
- prepare a presentation on a business topic
- participate actively in discussions
- improve their communication skills and presentation techniques
- be able to analyse and evaluate presentations of their fellow students
- practise how to write a CV & an application letter
- acquire the necessary business vocabulary, e.g. finance, marketing, SCM, company structure, purchasing, etc.

Methodological competence

Students broaden their linguistic competence. They gain language fluency by dealing with English language exercises and case studies

- Ability to hold a brainstorming session
- Using Business English jargon fluently, clearly and adequately
- Presenting topics in a structured and understandable way
- Using the media to the point to communicate and visualize information
- The ability to hold a formal presentation
- Presenting topics in a structured and understandable way
- Using the media to the point to communicate and visualize information
- Ability to search and evaluate relevant information self-independently

Social competence

The language exercises and case studies train the students' communicative (dialogue), integrative (consensus) and cooperative (team work) skill

- Ability to listen and participate in group discussions actively
- Ability to express complex language aspects
- Identifying roles in groups and understanding interactions
- formulating and pursuing common goals
- Ability to communicate tasks to others
- Ability to listen and participate in group discussions
- Ability to express complex linguistic aspects
- Identifying roles in groups and understanding interactions
- Ability to communicate tasks to others

Self-competence

The course exercises and case studies enable students through flexibility, self-motivation, time management, responsibility and care to work purposefully focused and to work according to the object and thus consciously evaluate the success as their own performance.

- Being able to motivate oneself
- Being able to organise oneself better
- Checking your learning and experience of success
- Responsibility for the achievement of credits
- Responsibility for the group's performance
- Working self-independently
- Being able to accept, assess and implement criticism
- Being able to motivate oneself
- Being able to organise oneself better

	<ul style="list-style-type: none"> • Checking your learning and experience of success • Responsibility for the achievement of credits • Responsibility for the group's performance • Working self-independently
Applicability of the module for other courses of study	<p>The module is basically suitable for being used in other study courses at the university. This also applies to further education and postgraduate programs.</p>
Prerequisites	English knowledge B1
Special characteristics of the module (e.g. online teaching and coaching, field trips, guest lecturers, etc.)	Will be offered in the 2nd presence phase
Literature (compulsory reading / additional recommended literature)	<p>I. Communication</p> <ul style="list-style-type: none"> • Milestones. Skills 1: emails - telephoning - presentations – meetings, Klett Verlag, 2019. • David Gordon Smith: English for Telephoning. Oxford University Press, 2017. • Jason Gale: Conversational Skills Ultimate Social Guide :The Art Of Socializing. CreateSpace Independent Publishing Platform, 2017. • Eli Sharp & Rodney Napier: Not Just Another Meeting: Creative Strategies for Facilitation. Assn For Talent Development, 2018. • Cecilia Minden & Kate Roth: Writing an Email (Write It Right), Cherry Lake Pub, 2019. • Sandra E. Lamb: Writing Well for Business Success: A Complete Guide to Style, Grammar, and Usage at Work. St. Martin's Griffin, 2015. • Bob Dignen, Fifty Ways to Improve your Presentation Skills in English Without Too Much Effort! Langenscheidt/Summertown. • Mark Powell: Dynamic Presentations, Cambridge University Press, 2010. • Adrian Wallwork: English for Presentations at International Conferences, Springer, 2016. • Maddison Kennedy: Preparing & Presenting Powerful Visual Presentations, On Demand Publishing, LLC-Create Space, 2015. <p>II. Business topics</p> <ul style="list-style-type: none"> • Paul Jarvis: Company of One: Why Staying Small is the Next Big Thing for Business, Portfolio Penguin, 2019. • B. Sebastian Reiche, Anne-Wil Hartzing & Helene Tenzer: International Human Resource Management, Sage Publications Ltd., 2018. • A. K. Pradeep, Andrew Appel & Stan Sthanunathan: AI for Marketing and Product Innovation: Powerful New Tools for Predicting Trends, Connecting with Customers, and Closing Sales, Wiley, 2018. • Simon Kingsnorth: Digital Marketing Strategy: An Integrated Approach to Online Marketing, Kogan Page, 2019. • Marieke De Mooij: Global Marketing and Advertising, Sage Publications Ltd., 2019. • Seth Godin: This Is Marketing: You Can't Be Seen Until You Learn to See, Portfolio, 2018. • Jonathan Law: A Dictionary of Finance and Banking (Oxford Quick Reference), Oxford University Press, 2018. • Moorad Choudry: The Moorad Choudhry Anthology: Past, Present and Future Principles of Banking and Finance, Wiley, 2018. • Nesrin Ozatac & Korhan K. Gökmenoglu: Emerging Trends in Banking and Finance: 3rd International Conference on Banking and Finance Perspectives. Springer, 2018. • Paul Myerson: Lean Demand-Driven Procurement. Taylor & Francis, 2018. • Jonathan O'Brien: Supplier Relationship Management: Unlocking the Hidden Value in Your Supply Base, Kogan Page, 2018.

	<ul style="list-style-type: none"> • Ulrich Weigel & Marco Ruecker: The Strategic Procurement Practice Guide: Know-how, Tools and Techniques for Global Buyers (Management for Professionals), Springer, 2017. • Robert J. Trent: Strategic Supply Management. Roundhouse Publishing Group, 2018. • Jack W. Plunkett: Plunkett's Manufacturing, Automation & Robotics Industry Almanac 2019: Manufacturing, Automation & Robotics Industry Market Research, Statistics, Trends. Plunkett Res Ltd., 2019 • Brandon Cutler: E-Commerce Made Simple: The 4 Easiest & Most Important Online Business Models & How to Use Them to Build a Successful e-Business (Dropshipping, Affiliate Marketing, Blogging, Information Products). CreateSpace Independent Publishing Platform, 2018. • Kenneth C. Laudon & Carol Guercio Traver: E-Commerce. Pearson Education, 2018. • Recent articles from Business Spotlight, The Economist, Fortune, Bloomberg Businessweek, etc. <p style="text-align: center;">III. Grammar</p> <ul style="list-style-type: none"> • Collins German-English/English German Dictionary (or similar) (latest edition) • Raymond Murphy: English Grammar in Use. Cambridge University Press, 2012. • Bill Muscull: Business Vocabulary in Use. Cambridge University, 2017. • Mark Lester: English Grammar Drills. Mcgraw Hill Book Co., 2018. • Longman Business English Dictionary, Longman, 2018.
--	---

BA_4600 Advanced Business Communication

Module code	4600		
Course of studies	Global Trade Management B.A. (full-time/dual) Internationales Logistikmanagement B.A. (full-time/dual) Digital Business Management B.A. (full-time/dual)		
Courses of the module	Advanced Business Communication		
Module co-ordinator	Mr. Ridha Mejri		
Module lecturer(s)	Mr. Ridha Mejri		
Instruction language	English		
Amount of assigned credit points	5 ECTS-Points		
Semester hours per week	4 semester hours per week		
Total workload	150 hours	Contact time	45 hours
		Self-study time	105 hours
Semester of studies	6th semester		
Module type (compulsory, optional, etc.)	Compulsory		
Module duration	One semester		
Frequency of the module offer	Each semester		
Examination type / requirements for assigning credit points	Written exam		
Duration of examination	120 minutes		
Examination graded / not graded	Graded		
Weighting of the mark within the cumulative grade	According to ECTS-Points		
Syllabus plan	<p>The course combines the acquisition of language skills with subject-specific content in International Management.</p> <p style="text-align: center;">I. Corporate Adventure</p> <p>The students should:</p> <ul style="list-style-type: none"> • be able to set up their own company: “Corporate Adventure” project (company profile, market profile, marketing, Finance, HR Management, recruitment, SWOT analysis, mission statement) • Devising a job advertisement (including a description of the ideal candidate, creating an interview questionnaire) • Producing a cover letter draft/ template • Setting or polishing up individual CV <ul style="list-style-type: none"> • “Corporate Adventure” project <ul style="list-style-type: none"> A. Company Profile B. Market profile C. Elective D. Recruiting E. Preparing a presentation F. Presentation (incl. introduction of new employee) G. Feedback, group work reflection <p style="text-align: center;">II. Social skills</p> <ul style="list-style-type: none"> • Business ethics • CSR (Corporate Social Responsibility) • Conflict skills • Negotiation skills • Team skills (team building, scrum master, international project teams, virtual teams, etc.) 		

	<ul style="list-style-type: none"> • Simulations & role plays • Leadership skills • Emotional intelligence <p style="text-align: center;">III. Harvard Business School case studies based on the 4 P's method:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Position 2. Problem 3. Possibilities 4. Proposals
Teaching and learning methods	Lecture Project work & presentations
Trained competencies	Professional competence Methodological competence Social competence Self-competence
Intended learning outcomes of the module	<p>Professional competence The course combines the acquisition of language skills with subject-specific content in International Management.</p> <p>The students should:</p> <ul style="list-style-type: none"> • be able to set up their own company: "Corporate Adventure" project (company profile, market profile, marketing, Finance, HR Management, recruitment, SWOT analysis, mission statement) • devise a job advertisement (including a description of the ideal candidate, creating an interview questionnaire) • produce a CV, cover letter draft/ template • improve their soft and social skills, e.g. team, conflict, negotiation skills, etc. • Be able to understand Harvard Business School case studies based on the 4 P's method (position, problem, possibilities & proposals) <p>Methodological competence</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ability to lead a project • Using Business English jargon understandably and skillfully • Using the media to the point to communicate and visualize information • Ability to write business reports and essays on business topics • Ability to implement the theoretical aspects in practice (recruitment day) • Ability to understand and solve business case studies <p>Social competence</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ability to listen and participate in group discussions actively • Identifying roles in groups and understanding interactions • formulating and pursuing common goals • Ability to communicate tasks to others (role plays & simulations) • Ability to improve intrapersonal & interpersonal skills <p>Self-competence</p> <ul style="list-style-type: none"> • Being able to motivate oneself • Being able to organise oneself better • Taking responsibility for the group's performance • Working self-independently • Being able to accept, assess and implement criticism
Applicability of the module for other courses of study	Generally applicable for all study programs of the University of Worms and possibly at other universities
Prerequisites	
Special characteristics of the module (e.g. online teaching and coaching, field trips, guest lecturers, etc.)	Project work, online material
Literature	<ul style="list-style-type: none"> • Current articles from Business Spotlight, Fortune, The Economist & Bloomberg Businessweek

<p>(compulsory reading / additional recommended literature)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Current Harvard Business School case studies • Alastair Campbell: <i>Winners and How They Succeed</i>. Hutchinson, 2015. • Brené Brown: <i>Dare to Lead: Brave Work. Tough Conversations. Whole Hearts</i>. Random House, 2018. • Charles W. L. Hill & G. Tomas M. Hult: <i>Global Business Today</i> McGraw-Hill Education, 2015. • Charles W. L. Hill & G. Tomas M. Hult: <i>International Business: Competing in the Global Marketplace</i>. McGraw-Hill Education, 2016. • Dan Coleman: <i>Emotional Intelligence : Improve Your EQ For Business And Relationships - Unleash The Empath In You</i>. Amazon Digital Services LLC, 2018. • Debbie Haski-Leventhal: <i>Strategic Corporate Social Responsibility: Tools and Theories for Responsible Management</i>. SAGE Publications Ltd, 2018. • Hein Smith: <i>Scrum: The Ultimate Beginner's Guide To Learn And Master Scrum Agile Framework</i>. CreateSpace Independent Publishing Platform, 2018. • Jerry Toomer, Craig Caldwell, Steve Weitzenkorn & Chelsea Clark: <i>The Catalyst Effect: 12 Skills and Behaviors to Boost Your Impact and Elevate Team Performance</i>. Emerald Publishing Limited, 2018. • John C. Maxwell: <i>The Leadership Handbook: 26 Critical Lessons Every Leader Needs</i>. Thomas Nelson. 2015 • Kelly Leonard: <i>Yes, And: How Improvisation Reverses "No, But" Thinking and Improves Creativity and Collaboration-Lessons from The Second City</i>. Harper Business, 2015. • O. C. Ferrell & John Fraedrich: <i>Business Ethics: Ethical Decision Making & Cases</i>. Cengage Learning, 2018. • Ralf Friedrich & Andrea Keil: <i>VTMM® – Virtual Team Maturity Model for virtual team performance improvement development: "Organize Get-to-know-each-other"</i>. Amazon Digital Services LLC, 2018. • Samuel Dinnar, Lawrence Susskind & Edward Roberts: <i>Entrepreneurial Negotiation: Understanding and Managing the Relationships that Determine Your Entrepreneurial Success</i>. Palgrave Macmillan, 2018. • Simon Sinek: <i>Leaders Eat Last: Why Some Teams Pull Together and Others Don't</i>. Portfolio, 2017. • Simon Sinek: <i>Start with Why: How Great Leaders Inspire Everyone to Take Action</i>. Portfolio, 2011. • Suzanne McCorkle & Melanie Reese: <i>Personal Conflict Management: Theory and Practice</i>. Routledge, 2017. • Wesley E. Donahue: <i>Building Leadership Competence: A Competency-Based Approach to Building Leadership Ability. (2018): Electronic Commerce 2018: A Managerial and Social Networks Perspective</i>. Springer, 2018.
---	---

BA_4700 Intercultural Competence

Module code	4700		
Course of studies	Global Trade Management B.A. (full-time) Internationales Logistikmanagement B.A. (full-time) Digital Business Management B.A. (full-time)		
Courses of the module	Intercultural Studies Intercultural Management Basics Intercultural Management Asia Intercultural Management Eastern & Southeastern Europe Intercultural Management Iberoamerica Intercultural Management Middle East & Arab World		
Module co-ordinator	Prof. Dr. Olaf Rieck Prof. Dr. Michael Graef Mr. Ridha Mejri		
Module lecturer(s)	Prof. Dr. Michael Graef Prof. Dr. Olaf Rieck Mr. Ridha Mejri Mr. Christian Klein		
Instruction language	English		
Amount of assigned credit points	5 ECTS-Points		
Semester hours per week	5 semester hours per week		
Total workload	150 hours	Contact time	Total: 56,25 hours; divided in: <ul style="list-style-type: none"> • Intercultural Studies: 2 sh • Intercultural Management Basics: 1 sh • Two further semester hours per week from the other optional courses (each one hour per week)
		Self-study time	
Semester of studies	3rd semester		
Module type (compulsory, optional, etc.)	compulsory compulsory: Intercultural Studies Intercultural Management Basics compulsory elective (two out of): Intercultural Management Asia Intercultural Management Eastern & Southeastern Europe Intercultural Management Iberoamerica Intercultural Management Middle East & Arab World		
Module duration	One semester		
Frequency of the module offer	Each semester		
Examination type / requirements for assigning credit points	Written exam, Presentation or Project Work; Tasks and terms of reference will be announced at the beginning of the course		
Duration of examination	If written exam 180 minutes; Details on the presentation will be announced at the beginning of the course.		
Examination graded / not graded	Graded		
Weighting of the mark within the cumulative grade	According to ECTS-Points		
Syllabus plan	Intercultural Management Basics 1. The relevance of intercultural management competency 2. What is culture, and what are the key attributes that distinguish different cultures? 3. How are individuals shaped by culture? 4. Intercultural leadership and business communication		

5. Cross-cultural consumer behavior

Intercultural Studies

1. Analysis on communication processes and examination of attitude as well as linguistic barriers which threaten the understanding across borders in international business.
2. Cultural dimensions (negotiations, communications, rules of conduct, decision making, management, corporate culture, etc.).
3. Essays on current topics like outsourcing, flat taxes, minimum wage policy, privatization of state pensions or study fees, improvement of written skills.
4. Project (marketing across cultures or cultural challenges in international business):

Marketing a German product abroad or the challenges faced when introducing a foreign product to the German market (creating own TV commercial & flyer)

Intercultural Management Asia

1. Overview of East Asian Economies
2. Asian Political and Economic Systems
3. East Asian Culture
4. Successful Business Strategies for East Asia
5. Dealing with the Asian Competition
6. Cross-Cultural Business Communication and intercultural management
7. Understanding Asian Consumers

Intercultural Management Eastern & Southeastern Europe

1. Competitive Advantage of Nations – Competitiveness of Nations
2. Business Cultures and Management Styles: Russia
3. Business Cultures and Management Styles: Romania, Bulgaria, Albania, Bosnia & Herzegovina
4. Business Cultures and Management Styles: Croatia, Kosovo, Montenegro, Serbia, Slovenia
5. Success Factors in Southeastern Europe
6. Leadership & Culture, Managing Human Resources

Intercultural Management Iberoamerica

1. Basics of intercultural communication
 2. Concept of culture
 3. Image of Germans
 4. German cultural standards
 5. Stereotypes
 6. Facts and figures of selected Iberoamerican states
 7. Geography
 8. History
 9. Language and religion
 10. Political system
 11. Economy
 12. Socio-cultural aspects of selected Iberoamerican states
 13. Hierarchy
 14. Concept of time
 15. Social relationships
 16. Communication styles
 17. Nonverbal communication
 18. Business etiquette
 19. Business negotiations
 20. Social activities
 21. Typical cultural phenomena
- Intercultural Management

	<p>Middle East & Arab World</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Introduction into the Middle East region and the Arab world (geography, history, language and religion, political systems, economy, etc.) 2. Country descriptions, selected indicators, etc. 3. Important structures as well as economic, socio-political and cultural conditions for establishing commercial relationships and realizing economic projects with the Arab world and the Middle East region are demonstrated. 4. Role of intercultural communication and national language for trade 5. Discussion on “stereotypes” and misunderstandings/missing communication as well as their effects on conducting or establishing a business in the Arab world or the Middle East business in the region 6. Business culture and attitudes at workplaces in the Middle East and the Arab world: hierarchy, rules, time, relationships, management, polychromic vs. monochromic, communication, behavioural rules, negotiations, etc. 7. Islamic financial system
Teaching and learning methods	Lecture, Presentation
Trained competencies	Professional competence Methodological competence Social competence Self competence
Intended learning outcomes of the module	<p>Intercultural Studies Professional competence The students:</p> <ul style="list-style-type: none"> • learn how national cultures differ and how to handle these differences. • learn especially what to consider when communicating and negotiating with people from different cultures and how to motivate and lead them. • improve their intercultural competences. • acquire the basic terms of intercultural competency (e.g. stereotypes, cultural dimensions, etc.) • take participate in a project (marketing across cultures or cultural challenges in cross-border deals) and be able to improve their key competences in intercultural communication and for negotiations as well as broaden their linguistic and semantic ESP basis. <p>Methodological competence</p> <ul style="list-style-type: none"> • The students apply the cultural dimensions ((Hofstede, Hall, Trompenaars, Lewis, Schein & the Globe study) in their own project (marketing across cultures) • Case studies, critical situations and simulations • Being able to read, understand and analyze academic texts systematically <p>Social skills</p> <ul style="list-style-type: none"> • Raising intercultural understanding through a mixture of detailed background information as well as practical advice and solutions • Optimization of intercultural competency by understanding culture and business etiquettes • Improvement of intercultural competence • Practical strategies to successfully conduct businesses across cultures <p>Self-competence</p> <ul style="list-style-type: none"> • Better skills in dealing with stereotypes and other cultures • Improvement of cultural competence • A better perception of own culture • Strengthening of self-confidence when dealing with other cultures <p>Intercultural Management Basics Professional competence Students are enabled to</p>

	<ul style="list-style-type: none"> · identify their own cultural idiosyncrasies in comparison to other cultures · distinguish individual from cultural traits <p>Methodological competence Students are enabled to systematically identify and analyze cultural differences</p> <p>Social skills Students are enabled to overcome cultural differences with respect to negotiation skills, values and attitudes and build interpersonal relationships with business partners</p> <p>Self-competence Students learn perspective taking through a combination of self-reflection and cross-cultural understanding.</p> <p>Intercultural Management Asia</p> <p>Professional competence Students are enabled to</p> <ul style="list-style-type: none"> · do business in East and Southeast Asia · avoid cultural shocks and to handle intercultural differences · overcome cultural differences with respect to negotiation skills, values and attitudes and build interpersonal relationships with business partners <p>Methodological competence Students can systematically identify cultural differences and process them within a generic typology of cultural differences.</p> <p>Social skills</p> <ul style="list-style-type: none"> · The professional competence is enhanced further such as to facilitate decision taking in intercultural sensitive areas like Marketing, Human Resource Management and Negotiation Techniques. Hence, thinking and acting in stereotypes will be avoided intercultural tolerance promoted and critical thinking and reflecting will be trained. · The link to verbal and non-verbal communication generates interdisciplinary communication competencies which are important in particular for negotiating contracts and leading employees. · Self-competence, Students learn perspective taking through a combination of self-reflection and cross-cultural understanding. <p>Intercultural Management Eastern & Southeastern Europe</p> <p>Professional competence Enable the student to</p> <ul style="list-style-type: none"> · do business in Eastern Europe and South Eastern Europe · avoid cultural shocks and to handle intercultural differences · Overcoming cultural differences re negotiation skills, values and attitudes and building up interpersonal relationships with your business partner <p>Methodological competence The student develops the professional competence, to deal with common and management situations in Eastern and Southeastern Europe, i.e. learns to identify and interpret cultural signals and disruptions and to deal with them in a culturally appropriate way.</p> <p>Social skills</p> <ul style="list-style-type: none"> · The professional competence in enhanced further for decision taking in intercultural sensitive areas like Marketing, Human Resource Management and Negotiation Techniques. Hence, thinking and acting in stereotypes will be avoided and critical thinking and reflecting will be trained. · The connectivity to verbal and non-verbal communication generates communication and interdisciplinary competence which is important in particular for negotiating contracts and leading employees. <p>Self-competence</p> <ul style="list-style-type: none"> · Identification of intercultural deficits and stereotypes when dealing with different cultures and closing the gap · Small case studies will allow to assess the intercultural readiness and room for improvement of skills · Strengthening self-reflection by forcing the students to take on different
--	--

	<p>perspectives and different set of values</p> <ul style="list-style-type: none"> • Developments and trends in the economic and political systems in East and Southeastern Europe/economic systems in transition (political and social trends, economic history and development) • Problems and perspectives of selected economic systems/East and Southeastern European countries • Opportunities and risks of market entry in Eastern Europe • Development of selected market segments • National culture and corporate culture in Eastern and Southeastern Europe (Intercultural / culturally comparative management studies; Germany and Eastern European countries in comparison) • Overcoming cultural differences in business activities with Eastern and Southeast Europe (negotiation techniques; verbal, paraverbal and nonverbal communication; values and attitudes; building up interpersonal / personal relationships with business partners) • Human resource management – recruiting and retention management (recruiting, structure and stage of development of human resource markets; retention management / proper incentives for East Europe; deciding between secondment and local staffing; leadership / management styles; management and organization of East European companies) <p>Intercultural Management Iberoamerica</p> <p>Professional competence The students know the determining socio-economic factors of elective Central and Southern American countries in comparison with Spain and Portugal. They are thereby informed of the business structures and conditions. At the same time, they are familiar with culture-specific behaviour patterns concerning business communication and etiquette.</p> <p>Methodological competence Students learn to analyse intercultural business situations and behavior in the Ibero-German context.</p> <p>Social skills The students possess intercultural competency and security while dealing with Iberoamerican business communities</p> <p>Self-competence Students train their self-perception and self-awareness concerning how they are influenced by their own culture as for how they behave in business situations.</p> <p>Middle East & Arab World</p> <p>Professional competence</p> <ul style="list-style-type: none"> • Raising intercultural understanding through a mixture of detailed background information as well as practical advice and solutions • Approach to various socio-economic and socio-cultural realities of the Arab world and the Middle East region • Practical strategies to successfully conduct businesses in the Middle East region and the Arab world • Beside geographic and general knowledge about the Middle East region and the Arab world, the students are able to: <ul style="list-style-type: none"> • investigate core elements of socio-economic structures of the 22 Arabic countries and the Middle East region • use essential Arabic sentences („door and heart openers“) • The course provides a fundamental overview of data sources concerning the Arab world and Middle East. <p>Methodological competence</p> <ul style="list-style-type: none"> • Optimization of intercultural competency by understanding culture and
--	--

	<p>etiquette</p> <ul style="list-style-type: none"> The students develop the professional competence to deal with common and management situations in the Arab/Islamic World appropriately <p>Social skills</p> <ul style="list-style-type: none"> The students acquire a professional competence so that they can make the best decisions related to marketing, Human Resources Management, conflict management as well as in leading negotiations in der Arab/Islamic World. The students avoid thinking and acting in stereotypes Improvement of intercultural competence Practical strategies to successfully conduct businesses in the Arab/Islamic World <p>Self-competence</p> <ul style="list-style-type: none"> Better skills in dealing with stereotypes Improvement of cultural competence A better perception of own culture Strengthening of self-confidence when dealing with the Arab/Islamic World
<p>Applicability of the module for other courses of study</p>	<ul style="list-style-type: none"> This module sets the foundation for successfully completing the internship in a foreign country. Some of the courses can be elected by incoming students from international partner universities via the international center.
<p>Prerequisites</p>	<p>Advanced English</p> <p><u>Intercultural Management Asia</u></p> <ul style="list-style-type: none"> Advanced skills in Business English General knowledge about and interest in actual political and economic developments in East and Southeast Asia; basic knowledge of history Knowledge of frameworks of intercultural management, in particular of the work of Hofstede, Hall and Trompenaar. Ideal complement to business language Chinese <p><u>Intercultural Management Eastern & Southeastern Europe</u></p> <ul style="list-style-type: none"> Advanced skills in Business English General knowledge about and interest in actual political and economic developments in Eastern and Southeastern Europe; basic knowledge of history As the course will deal with various management aspects that are prone to intercultural impact the student has ideally completed some of the core modules of the Bachelor program
<p>Special characteristics of the module (e.g. online teaching and coaching, field trips, guest lecturers, etc.)</p>	<p>Will be offered in the 2nd presence phase</p>
<p>Literature (compulsory reading / additional recommended literature)</p>	<p><u>Intercultural Studies</u></p> <ul style="list-style-type: none"> Dereskey, Helen: International Management: Managing Across Borders and Cultures, Pearson, 2013. Trompenaars, Fons and Charles Hampden-Turner: Riding the Waves of Culture. Nicholas Brealey International, 2012 G. Hofstede: Culture´s Consequences. Sage, Beverly Hills, 2003. Richard, D. Lewis: When Cultures Collide. Nicholas Brealey International, 2005. Jandt, F.E.: An Introduction to Intercultural Communication: Identities in a Global Community, Sage Publications, 2003. Lewis, R.D.: Cultural Imperative: Global Trends in the 21st Century, Intercultural Press, 2002 Morrison, Terri; Conaway, Wayne A.: Kiss, Bow, or Shake Hands, Europe. How to do Business in 25 European countries. Adams Media, 2007. Pamela Pickford, Richard Crowe: Market Leader Intermediate Alliance

Video, Longman, 2009.

- Skript mit integriertem Übungsteil, audiovisuelle Medien
- Myron W. Lustig & Jolene Koester: Intercultural Competence: Interpersonal Communication Across Cultures. Allyn & Bacon, 2009.
- Jean- Claude Usunier: Marketing Across Cultures. Prentice Hall, 2009.
- James William Neuliep: Intercultural Communication: A Contextual Approach. Sage Publications, Inc., 2011.
- David C. Thomas & Mark F. Peterson: Cross-Cultural Management: Essential Concepts. SAGE Publications, 2014.
- Zeynep Aycan, Rabindra N. Kanungo & Manuel Mendonca: Organizations and Management in Cross-Cultural Context. SAGE Publications Ltd., 2014.
- A. Jamal, L. Penloza & M. Laroche: The Routledge Companion to Ethnic Marketing. Routledge (Kindle edition), 2015.
- S. Ting-Toomey & T. Dorjee: Communicating Across Cultures, Guilford Publications, 2018.
- E. Dimitrakudi: Ethnic Marketing in Germany: Based on ethnic minorities, Grin Publishing, 2017.
- J. S. Chhokar, F. C. Brodbeck & R. J. House: Culture and Leadership Across the World: The GLOBE Book of In-Depth Studies of 25 Societies (Organization and Management Series), Psychology Press, 2007.
- A. Alter: Irresistible: The Rise of Addictive Technology and the Business of Keeping Us Hooked, Penguin Press, 2017.
- C. Solomon & M. S. Schell: Managing Across Cultures: The 7 Keys to Doing Business with a Global Mindset: The 7 Keys to Doing Business with a Global Mindset. Management & Leadership, 2009
- E. Grundling, C. Caldwell & K. Cvitkovich: Leading Across New Borders: How to Succeed as the Center Shifts, Wiley, 2015.

Intercultural Management Basics

- Bannys, F.: Interkulturelles Management, Wiley, 2012.
- Gibson, R.: Intercultural Business Communication, Oxford Handbook for Language Teachers, 2012.
- Dumetz, J. (Ed.): Cross-Cultural Management Textbook, Amazon Distribution, 2012.
- Jansson, H.: International Business Marketing in Emerging Country Markets, Edwald Elgar, 2009.

Intercultural Management Asia

- Haley, G. T., U. C. V. Haley and Tan Ching Tiong: The Chinese Tao of Business, Wiley (Asia), 2004.
- Wee Chow How and F. Combe: Business Journey to the East, McGraw Hill, 2009.
- Further references to Newspaper and Journal Articles will be provided as the course progresses.

Intercultural Management Eastern & Southeastern Europe

- Domsch, Michel, and Tatjana Lidokhover (eds.): Human Resource Management in Russia, Aldershot et al. 2017
- Elenkov, Detelin, Can: American Management Concepts Work in Russia? A Cross-Cultural Comparative Study, in California Management Review, Vol. 40, No. 4, Summer 1998, pp. 133-156
- Grachev, Mikhail: Making the Most of Cultural Differences, in: Harvard Business Review, October 2001.
- Grachev, Mikhail, Nikolai Rogovsky and Boris Rakitski: Leadership and Culture in Russia: The Case of Transitional Economy, in: Culture and Leadership Across the World: The GLOBE Book of In-depth Studies of 25 Societies, ed. by Chhokar, J.S., F.C. Brodbeck and R.J. House, New Jersey and London 2007, p. 803-831
- Lampe, John, and Mark Mazower (eds.): Ideologies and National Identities: The Case of Twentieth-Century Southeastern Europe, Budapest and New York 2004
- Moran, Robert, Philip Harris and Sarah Moran: Doing business with

	<p>Europeans, in: Managing Cultural Differences, Leadership Skills and Strategies for Working in a Global World, 8th edition, Amsterdam et. al. 2011, p. 391-449</p> <ul style="list-style-type: none"> • Morley, Michael, Noreen Heraty, Snejjina Michailova (eds.): Managing Human Resources in Central and Eastern Europe, London et al. 2008 • Mueller, Susanne, Werner Stein and Peter Simon (eds.): Modern South Eastern Europe, A Handbook for Investors and Executives, Frankfurt 2010. • Pavlovskaya, Anna: Cultureshock!, A Survival Guide to Customs and Etiquette, Russia, 2nd edition, New York 2011. • Richmond, Yale, From Nyet to Da: Understanding the New Russia, 4th edition, Boston and London 2009. • Stanford Graduate School of Business: The Competitive Advantage of Russia, Background Note, June 2008 • Williams, Isobel, and Stuart Amor: Working in Russia and Eastern Europe, Berlin 2010. <p>German literature:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Frank, Sergey und Wedde, Rainer: Business Guide Russland, Ein Handbuch für ausländische Investoren und Geschäftsleute in Russland, 2. Auflage, Berlin 2018. • Krone-Schmalz, Gabriele: Russland verstehen, München 2015. • Sarodnick, Simone und Hatto Brenner: Business-Guide Russland: Spielregeln, Fallstricke, Chancen, 2. Aufl., Köln 2009. • Schmid, Sigrid: Der russische Konsument, Lebenswelt – Konsumverhalten – Markenwahrnehmung, Münster 2004. • Schmidt, Hannelore und Rainer Wedde: Personal in Russland – Ein Leitfaden für Praktiker, Berlin 2015. <p>Intercultural Management Iberoamerica</p> <ul style="list-style-type: none"> • Vorlesungsskript (Script) • Zusammenstellung von Internetseiten zu aktuellen Themen und Länderinformationen (Composition of Internet pages on current topics and information on countries) • Padilla Gálvez/Gaffal, Spanienknigge, Oldenbourg, München 2005. • Marek/Müller, Unternehmenskultur in Spanien. Interkultureller Managementleitfaden, IKO-Verlag: Frankfurt am Main 2004 • Werz, Lateinamerika. Eine Einführung, Nomos, Baden-Baden 2005. • Schweickhart/Kaufmann (Hrsg.): Lateinamerika-Management. Konzepte, Prozesse, Erfahrungen, Gabler: Wiesbaden 2004. • Terri Morrison & Wayne A. Conaway: Kiss, Bow, or Shake Hands: Latin America: How to Do Business in 18 Latin American Countries, Adams Media, 2016. • Robert Crane und Carlos Rizowy von Palgrave: Latin American Business Cultures, Palgrave, 2011. • Victoria Jones, Doing Business in South America, London 2009 <p>Intercultural Management Middle East & Arab World</p> <ul style="list-style-type: none"> • Atiyyah, Hamid: How to Live and Work in the Gulf: Planning Your Stay in the Gulf Arab States. How To Books Ltd., 1995. • Burke, Edmund: Struggle and Survival in the Modern Middle East (Society and Culture in the Modern Middle East), In B Tauris & Co Ltd., 1992. • Foster, Dean: The Global Etiquette Guide to Africa and the Middle East, Wiley Publishers, 2002. • Nydell, Margaret: Understanding Arabs, Intercultural Press. • Culture Shock! Guides, 2005. • Novell B. De Atkine, Raphael Patai: The Arab Mind, Hatherleigh Press, 2007. • Kratochwill, G.: Business-Knigge Arabische Welt, orell füssli Verlag AG, 2007. • J. Al-Omari: Understanding the Arab Culture, How To Books Ltd., 2008. • Brian Kettel: Islamic Finance in a Nutshell, John Wiley & Sons Ltd.,
--	--

	<p>2010.</p> <ul style="list-style-type: none">• Ortlieb, S.: Business Knigge für den Orient. Bildung & Wissen Verlag, 2006.• Jeremy Williams: Don´t they Know It´s Friday. Motivate Publishing, 2010.• Vijay Mahajan: The Arab World Unbound: Tapping into the Power of 350 Million Consumers. Jossey-Bass, 2012.• Elbadawi & S. Makdisi: Democratic Transitions in the Arab World. Cambridge University Press, 2017.• R. Nejem: When in the Arab World: An Insider's Guide to Living and Working with Arab Culture. Yarnu Publications, 2016.• D. W. Brown: A New Introduction to Islam. Wiley-Blackwell, 2017.
--	--

Zweite Fremdsprache

BA_5110 Wirtschaftsfremdsprache I			
Modul-Nr./ Code	5110		
Studiengang	Global Trade Management B.A. (klassisch/dual)		
Lehrveranstaltungen des Moduls	Wirtschaftsspanisch I		
Modulverantwortliche/r	Rosa Haro-Schmitt		
Name der/des Hochschullehrer/s der Lehrveranstaltungen	Rosa Haro-Schmitt		
Unterrichtssprache	Spanisch		
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	5 ECTS-Punkte		
SWS	4 SWS		
Gesamtworkload	150 Stunden	Kontaktzeit	45 Stunden
		Selbststudium	105 Stunden
Studiensemester	1. Semester		
Art des Moduls (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflicht		
Dauer des Moduls	Ein Semester		
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Jedes Semester		
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Klausur Mündliche Prüfung		
Prüfungsdauer	120 Minuten (Klausur) 15-20 Minuten (mündliche Prüfung)		
Prüfung benotet/ unbenotet	benotet		
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	Entsprechend der ECTS-Punkte		
Inhalte des Moduls	<ol style="list-style-type: none"> 1. Grundlage der spanischen Phonetik und Orthographie 2. Grammatik und Lexik: Al Día Unidad 1-2 3. Lektüre einfacher Texte (Wirtschaftssprache) 4. Fachterminologie und –thematik 		
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Interaktive Vorlesung mit hohem Übungsanteil		
Geförderte Kompetenzen	Fachkompetenz Methodenkompetenz Soziale Kompetenz Selbstkompetenz		
Angestrebte Lernergebnisse des Moduls	<p>Fachkompetenz</p> <ul style="list-style-type: none"> • Der Kurs verbindet den Erwerb der sprachlichen Kompetenz mit fachspezifischen Inhalten der Betriebswirtschaftslehre. • Die Studierenden erlernen die Sprache auf Basis der vier Fertigkeiten: Leseverstehen, Hörverstehen, Textproduktion und mündlicher Ausdruck. • Im Mittelpunkt steht stets die sprachliche Bewältigung von alltäglichen Situationen im Geschäftsleben. • Ziel: A1.1 (Gemeinsamer Europäischer Referenzrahmen für Sprachen). <p>Methodenkompetenz</p> <p>Die Durchführung des Programms beruht auf der Anwendung von Arbeitstechniken, Verfahrensweisen und Lernstrategien, welche die Fähigkeit vermitteln, sich Sprachkenntnisse in kurzer Zeit nachhaltig anzueignen.</p> <p>Soziale Kompetenz</p> <p>Der hohe Anteil an Sprachübungen im Unterricht trainiert die kommunikativen (Dialogfähigkeit), integrativen (Konsensfähigkeit) und</p>		

	<p>kooperativen (Teamfähigkeit) Fähigkeiten der Studierenden.</p> <p>Selbstkompetenz Die Kursübungen befähigen die Studierenden durch Flexibilität, Selbstmotivation, Zeitmanagement, Verantwortungsbewusstsein und Sorgfalt zielgerichtet und aufgabengemäß zu arbeiten und somit bewusst den Erfolg als eigene Leistung zu bewerten.</p>
Verwendbarkeit des Moduls	
Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	-
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	<ul style="list-style-type: none"> • Al día (Curso de español para los negocios) Kursbuch + CD, ISBN 978-3-19-004507-5 • Spanisch Kompaktgrammatik ISBN 978-3-589-01638-9

BA_5120 Wirtschaftsfremdsprache II			
Modul-Nr./ Code	5120		
Studiengang	Global Trade Management B.A. (klassisch/dual)		
Lehrveranstaltungen des Moduls	Wirtschaftsspanisch II		
Modulverantwortliche/r	Rosa Haro-Schmitt		
Name der/des Hochschullehrer/s der Lehrveranstaltungen	Rosa Haro-Schmitt		
Unterrichtssprache	Spanisch		
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	5 ECTS-Punkte		
SWS	4 SWS		
Gesamtworkload	150 Stunden	Kontaktzeit	45 Stunden
		Selbststudium	105 Stunden
Studiensemester	2. Semester		
Art des Moduls (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflicht		
Dauer des Moduls	Ein Semester		
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Jedes Semester		
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Klausur Mündliche Prüfung		
Prüfungsdauer	120 Minuten (Klausur) 15-20 Minuten (mündliche Prüfung)		
Prüfung benotet/ unbenotet	benotet		
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	Entsprechend der ECTS-Punkte		
Inhalte des Moduls	<ol style="list-style-type: none"> 1. Orthographie II: Kommasetzung 2. Grammatik- /Lexikhauptthemen: AL DÍA Unidad 4-7 3. Fachterminologie und -thematik 		
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Interaktive Vorlesung mit hohem Übungsanteil		
Geförderte Kompetenzen	Fachkompetenz Methodenkompetenz Soziale Kompetenz Selbstkompetenz		
Angestrebte Lernergebnisse des Moduls	<p>Fachkompetenz</p> <ul style="list-style-type: none"> • Der Kurs verbindet den Erwerb der sprachlichen Kompetenz mit fachspezifischen Inhalten der Betriebswirtschaftslehre. • Die Studierenden erlernen die Sprache auf Basis der vier Fertigkeiten Leseverstehen, Hörverstehen, Textproduktion und mündlicher Ausdruck. • Im Mittelpunkt steht stets die sprachliche Bewältigung von alltäglichen Situationen im Geschäftsleben. • Ziel: A1.2 (Gemeinsamer Europäischer Referenzrahmen für Sprachen). <p>Methodenkompetenz</p> <p>Die Durchführung des Programms beruht auf der Anwendung von Arbeitstechniken, Verfahrensweisen und Lernstrategien, die die Fähigkeit vermitteln, sich Sprachkenntnisse in kurzer Zeit nachhaltig anzueignen.</p> <p>Soziale Kompetenz</p> <p>Der hohe Anteil an Sprachübungen im Unterricht trainiert die kommunikative (Dialogfähigkeit), integrative (Konsensfähigkeit) und kooperative (Teamfähigkeit) Fähigkeiten der Studierenden.</p>		

	<p>Selbstkompetenz Die Kursübungen befähigen die Studierende durch Flexibilität Selbstmotivation, Zeitmanagement, Verantwortungsbewusstsein und Sorgfalt zielgerichtet und aufgabengemäß zu arbeiten und somit bewusst den Erfolg als eigene Leistung zu bewerten.</p>
Verwendbarkeit des Moduls	
Voraussetzungen für die Teilnahme	Wirtschaftsspanisch I
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	-
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	<ul style="list-style-type: none"> • Al día (Curso de español para los negocios) Kursbuch + CD, ISBN 978-3-19-004507-5

BA_5130 Wirtschaftsfremdsprache III

Modul-Nr./ Code	5130		
Studiengang	Global Trade Management B.A. (klassisch/dual)		
Lehrveranstaltungen des Moduls	Wirtschaftsspanisch III		
Modulverantwortliche/r	Rosa Haro-Schmitt		
Name der/des Hochschullehrer/s der Lehrveranstaltungen	Rosa Haro-Schmitt		
Unterrichtssprache	Spanisch		
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	5 ECTS-Punkte		
SWS	4 SWS		
Gesamtworkload	150 Stunden	Kontaktzeit	45 Stunden
		Selbststudium	105 Stunden
Studiensemester	3. Semester		
Art des Moduls (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflicht		
Dauer des Moduls	Ein Semester		
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Jedes Semester		
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Klausur Mündliche Prüfung		
Prüfungsdauer	120 Minuten (Klausur) 15-20 Minuten (mündliche Prüfung)		
Prüfung benotet/ unbenotet	benotet		
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	Entsprechend der ECTS-Punkte		
Inhalte des Moduls	1. Grammatik- /Lexikahauptthemen: AL DÍA 1 Unidad 8/ AL DÍA 2 Unidad 1-2 2. Fachterminologie und -thematik		
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Interaktive Vorlesung mit hohem Übungsanteil		
Geförderte Kompetenzen	Fachkompetenz Methodenkompetenz Soziale Kompetenz Selbstkompetenz		
Angestrebte Lernergebnisse des Moduls	<p>Fachkompetenz</p> <ul style="list-style-type: none"> • Der Kurs verbindet den Erwerb der sprachlichen Kompetenz mit fachspezifischen Inhalten der Betriebswirtschaftslehre. • Die Studierenden erlernen die Sprache auf Basis der vier Fertigkeiten Leseverstehen, Hörverstehen, Textproduktion und mündlicher Ausdruck. • Im Mittelpunkt steht stets die sprachliche Bewältigung von alltäglichen Situationen im Geschäftsleben. • Ziel: A2.1 <p>Methodenkompetenz</p> <p>Die Durchführung des Programms beruht auf der Anwendung von Arbeitstechniken, Verfahrensweisen und Lernstrategien, die die Fähigkeit vermitteln, sich Sprachkenntnisse in kurzer Zeit nachhaltig anzueignen.</p> <p>Soziale Kompetenz</p> <p>Der hohe Anteil an Sprachübungen im Unterricht trainiert die kommunikative (Dialogfähigkeit), integrative (Konsensfähigkeit) und kooperative (Teamfähigkeit) Fähigkeiten der Studierenden.</p> <p>Selbstkompetenz</p> <p>Die Kursübungen befähigen die Studierende durch Flexibilität</p>		

	Selbstmotivation, Zeitmanagement, Verantwortungsbewusstsein und Sorgfalt zielgerichtet und aufgabengemäß zu arbeiten und somit bewusst den Erfolg als eigene Leistung zu bewerten.
Verwendbarkeit des Moduls	
Voraussetzungen für die Teilnahme	Wirtschaftsspanisch II
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	-
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	<ul style="list-style-type: none"> • Al día (Curso de español para los negocios) Kursbuch + CD, ISBN 978-3-19-004507-5

BA_5140 Wirtschaftsfremdsprache IV

Modul-Nr./ Code	5140		
Studiengang	Global Trade Management B.A. (klassisch/dual)		
Lehrveranstaltungen des Moduls	Wirtschaftsspanisch IV		
Modulverantwortliche/r	Rosa Haro-Schmitt		
Name der/des Hochschullehrer/s der Lehrveranstaltungen	Rosa Haro-Schmitt		
Unterrichtssprache	Spanisch		
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	5 ECTS-Punkte		
SWS	4 SWS		
Gesamtworkload	150 Stunden	Kontaktzeit	45 Stunden
		Selbststudium	105 Stunden
Studiensemester	4. Semester		
Art des Moduls (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflicht		
Dauer des Moduls	Ein Semester		
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Jedes Semester		
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Klausur (50%) Mündliche Prüfung (50%)		
Prüfungsdauer	120 Minuten (Klausur) 15-20 Minuten (mündliche Prüfung)		
Prüfung benotet/ unbenotet	benotet		
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	Entsprechend der ECTS-Punkte		
Inhalte des Moduls	1. Grammatik- /Lexikhauptthemen: AL DÍA 2 Unidad 1-3 2. Fachterminologie und -thematik		
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Interaktive Vorlesung mit hohem Übungsanteil		
Geförderte Kompetenzen	Fachkompetenz Methodenkompetenz Soziale Kompetenz Selbstkompetenz		
Angestrebte Lernergebnisse des Moduls	<p>Fachkompetenz</p> <ul style="list-style-type: none"> • Der Kurs verbindet den Erwerb der sprachlichen Kompetenz mit fachspezifischen Inhalten der Betriebswirtschaftslehre. • Die Studierenden erlernen die Sprache auf Basis der vier Fertigkeiten Leseverstehen, Hörverstehen, Textproduktion und mündlicher Ausdruck. • Im Mittelpunkt steht stets die sprachliche Bewältigung von alltäglichen Situationen im Geschäftsleben. • Ziel: A2.2 (GERR) <p>Methodenkompetenz</p> <p>Die Durchführung des Programms beruht auf der Anwendung von Arbeitstechniken, Verfahrensweisen und Lernstrategien, die die Fähigkeit vermitteln, sich Sprachkenntnisse in kurzer Zeit nachhaltig anzueignen.</p> <p>Soziale Kompetenz</p> <p>Der hohe Anteil an Sprachübungen im Unterricht trainiert die kommunikative (Dialogfähigkeit), integrative (Konsensfähigkeit) und kooperative (Teamfähigkeit) Fähigkeiten der Studierenden.</p> <p>Selbstkompetenz</p> <p>Die Kursübungen befähigen die Studierende durch Flexibilität</p>		

	Selbstmotivation, Zeitmanagement, Verantwortungsbewusstsein und Sorgfalt zielgerichtet und aufgabengemäß zu arbeiten und somit bewusst den Erfolg als eigene Leistung zu bewerten.
Verwendbarkeit des Moduls	
Voraussetzungen für die Teilnahme	Wirtschaftsspanisch III
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	-
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	<ul style="list-style-type: none"> • Al día (Curso de español para los negocios) Kursbuch + CD, ISBN 978-84-9778-317-0 • Spanisch Kompaktgrammatik ISBN 978-3589-01638-9

BA_5150 Wirtschaftsfremdsprache V			
Modul-Nr./ Code	5150		
Studiengang	Global Trade Management B.A. (klassisch/dual)		
Lehrveranstaltungen des Moduls	Wirtschaftsspanisch V		
Modulverantwortliche/r	Rosa Haro-Schmitt		
Name der/des Hochschullehrer/s der Lehrveranstaltungen	Rosa Haro-Schmitt		
Unterrichtssprache	Spanisch		
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	5 ECTS-Punkte		
SWS	4 SWS		
Gesamtworkload	150 Stunden	Kontaktzeit	45 Stunden
		Selbststudium	105 Stunden
Studiensemester	6. Semester		
Art des Moduls (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflicht		
Dauer des Moduls	Ein Semester		
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Jedes Semester		
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Klausur (50%) Mündliche Prüfung (50%)		
Prüfungsdauer	120 Minuten (Klausur) 15-20 Minuten (mündliche Prüfung)		
Prüfung benotet/ unbenotet	benotet		
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	Entsprechend der ECTS-Punkte		
Inhalte des Moduls	1. Grammatik- /Lexikhauptthemen: AL DÍA 2 Unidad 3-5 2. Fachterminologie und -thematik		
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Interaktive Vorlesung mit hohem Übungsanteil		
Geförderte Kompetenzen	Fachkompetenz Methodenkompetenz Soziale Kompetenz Selbstkompetenz		
Angestrebte Lernergebnisse des Moduls	<p>Fachkompetenz</p> <ul style="list-style-type: none"> • Der Kurs verbindet den Erwerb der sprachlichen Kompetenz mit fachspezifischen Inhalten der Betriebswirtschaftslehre. • Die Studierenden erlernen die Sprache auf Basis der vier Fertigkeiten Leseverstehen, Hörverstehen, Textproduktion und mündlicher Ausdruck. • Im Mittelpunkt steht stets die sprachliche Bewältigung von alltäglichen Situationen im Geschäftsleben. • Ziel: B1.1 (Gemeinsamer Europäischer Referenzrahmen für Sprachen). <p>Methodenkompetenz</p> <p>Die Durchführung des Programms beruht auf der Anwendung von Arbeitstechniken, Verfahrensweisen und Lernstrategien, welche die Fähigkeit vermitteln, sich Sprachkenntnisse in kurzer Zeit nachhaltig anzueignen.</p> <p>Soziale Kompetenz</p> <p>Der hohe Anteil an Sprachübungen im Unterricht trainiert die kommunikative (Dialogfähigkeit), integrative (Konsensfähigkeit) und kooperative (Teamfähigkeit) Fähigkeiten der Studierenden.</p>		

	<p>Selbstkompetenz Die Kursübungen befähigen die Studierenden durch Flexibilität Selbstmotivation, Zeitmanagement, Verantwortungsbewusstsein und Sorgfalt zielgerichtet und aufgabengemäß zu arbeiten und somit bewusst den Erfolg als eigene Leistung zu bewerten.</p>
Verwendbarkeit des Moduls	
Voraussetzungen für die Teilnahme	Wirtschaftsspanisch IV
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	-
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	<ul style="list-style-type: none"> • Al día (Curso de español para los negocios) Kursbuch + CD, ISBN 978-84-9778-317-0 • Spanisch Kompaktgrammatik ISBN 978-3589-01638-9

BA_5210 Wirtschaftsfremdsprache I

Modul-Nr./ Code	5210		
Studiengang	Global Trade Management B.A. (klassisch/dual)		
Lehrveranstaltungen des Moduls	Wirtschaftsfranzösisch I		
Modulverantwortliche/r	Armin Fischer		
Name der/des Hochschullehrer/s der Lehrveranstaltungen	Armin Fischer		
Unterrichtssprache	Französisch		
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	5 ECTS-Punkte		
SWS	4 SWS		
Gesamtworkload	150 Stunden	Kontaktzeit	45 Stunden
		Selbststudium	105 Stunden
Studiensemester	1. Semester		
Art des Moduls (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflicht		
Dauer des Moduls	Ein Semester		
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Jedes Semester		
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Klausur Mündliche Prüfung		
Prüfungsdauer	120 Minuten (Klausur) 15-20 Minuten (mündliche Prüfung)		
Prüfung benotet/ unbenotet	benotet		
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	Entsprechend der ECTS-Punkte		
Inhalte des Moduls	<ol style="list-style-type: none"> 1. Grundlegende Themen der alltäglichen Sprache 2. Aktuelle und interkulturelle Themen 3. Idiomatik 4. Grammatik: Präsens, Passé composé, Imparfait, Futur und Personalpronomen 5. Rollenspiele 		
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Vorlesung		
Geförderte Kompetenzen	Fachkompetenz Methodenkompetenz Soziale Kompetenz Selbstkompetenz		
Angestrebte Lernergebnisse des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • Grundkenntnisse der mündlichen und schriftlichen Sprache • Simulationen von Alltagssituationen und Telefongesprächen • Verständnis einfacher Brief • Verfassen von E-Mails • Dialoge und kurze Vorstellung über verschiedene Themen (Frankreich, FH, sich selbst...) 		
Verwendbarkeit des Moduls			
Voraussetzungen für die Teilnahme	keine		
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	-		
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	<ul style="list-style-type: none"> • Eigenes Übungsmaterial / Own exercise material • Voyages I ISBN: 978_3_12_529276_5 		

BA_5220 Wirtschaftsfremdsprache II			
Modul-Nr./ Code	5220		
Studiengang	Global Trade Management B.A. (klassisch/dual)		
Lehrveranstaltungen des Moduls	Wirtschaftsfranzösisch II		
Modulverantwortliche/r	Armin Fischer		
Name der/des Hochschullehrer/s der Lehrveranstaltungen	Armin Fischer		
Unterrichtssprache	Französisch		
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	5 ECTS-Punkte		
SWS	4 SWS		
Gesamtworkload	150 Stunden	Kontaktzeit	45 Stunden
		Selbststudium	105 Stunden
Studiensemester	2. Semester		
Art des Moduls (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflicht		
Dauer des Moduls	Ein Semester		
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Jedes Semester		
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Klausur Mündliche Prüfung		
Prüfungsdauer	120 Minuten (Klausur) 15-20 Minuten (mündliche Prüfung)		
Prüfung benotet/ unbenotet	benotet		
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	Entsprechend der ECTS-Punkte		
Inhalte des Moduls	<ol style="list-style-type: none"> 1. Wirtschaftsbezogene Themen 2. Aktuelle und interkulturelle Themen 3. Einfache Geschäftsbriefe 4. Kurzvorträge 5. Rollenspiele 6. Konversation: Auflistung von Fehlern 7. Grammatik (u.a. Infinitive mit u. ohne Präpositionen, Bedingungssätze, „subjunctif“) 		
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Vorlesung		
Geförderte Kompetenzen	Fachkompetenz Methodenkompetenz Soziale Kompetenz Selbstkompetenz		
Angestrebte Lernergebnisse des Moduls	Erweiterung der Basiskenntnisse im Hinblick auf die Wirtschaftssprache und Förderung der Sprechfertigkeit: <ul style="list-style-type: none"> • Verständnis komplexerer Texte • Aneignung von Wirtschaftsvokabular • Verständnis von einfacher Geschäftskorrespondenz • Verfassen von einfachen Briefen • Verständnis landeskundlicher u. interkultureller Aspekte • Erweiterte Kenntnisse der grammatikalischen Strukturen und der Idiomatik • Verbesserung der Kommunikationsfähigkeit 		
Verwendbarkeit des Moduls			
Voraussetzungen für die Teilnahme	Wirtschaftsfranzösisch I		
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	-		

Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	• Eigenes Übungsmaterial <u>Lehrbuch/Textbook:</u> • Pour parler affaires; ISBN: 978-3-12-526946-0
--	--

BA_5230 Wirtschaftsfremdsprache III

Modul-Nr./ Code	5230		
Studiengang	Global Trade Management B.A. (klassisch/dual)		
Lehrveranstaltungen des Moduls	Wirtschaftsfranzösisch III		
Modulverantwortliche/r	Armin Fischer		
Name der/des Hochschullehrer/s der Lehrveranstaltungen	Armin Fischer		
Unterrichtssprache	Französisch		
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	5 ECTS-Punkte		
SWS	4 SWS		
Gesamtworkload	150 Stunden	Kontaktzeit	45 Stunden
		Selbststudium	105 Stunden
Studiensemester	3. Semester		
Art des Moduls (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflicht		
Dauer des Moduls	Ein Semester		
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Jedes Semester		
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Klausur Mündliche Prüfung		
Prüfungsdauer	120 Minuten (Klausur) 15-20 Minuten (mündliche Prüfung)		
Prüfung benotet/ unbenotet	benotet		
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	Entsprechend der ECTS-Punkte		
Inhalte des Moduls	<ol style="list-style-type: none"> 1. Wirtschaftsbezogene Themen 2. Landeskundliche und interkulturelle Themen 3. Aktuelle Themen aus den Bereichen Politik und Wirtschaft 4. Geschäftskorrespondenz 5. Konversation: Auflistung von Fehlern 6. Rollenspiele 7. Kurzvorträge 8. Aufsätze 9. Grammatik und Idiomatik 		
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Vorlesung		
Geförderte Kompetenzen	Fachkompetenz Methodenkompetenz Soziale Kompetenz Selbstkompetenz		
Angestrebte Lernergebnisse des Moduls	Vertiefung der Französischkenntnisse in der Alltagssprache, Erweiterung des Wirtschaftsvokabulars und Verbesserung der Diskussionsfähigkeit: <ul style="list-style-type: none"> • Verständnis komplexerer Zeitungsartikel • Beherrschung des Basis-Wirtschaftsvokabulars • Verständnis von Geschäftsbriefen • Verfassen von kurzen Aufsätzen zu allgemeinen Themen • Förderung des Diskussionsvermögens über interkulturelle, landeskundliche und wirtschaftliche Themen • Verständnis von TV-Nachrichten • Vertiefung komplexerer grammatikalischer Strukturen 		
Verwendbarkeit des Moduls			
Voraussetzungen für die Teilnahme	Wirtschaftsfranzösisch II		
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	-		

Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	• Eigenes Übungsmaterial • Affaires.com ISBN: 3-12-529107-0
--	--

BA_5240 Wirtschaftsfremdsprache IV

Modul-Nr./ Code	5240		
Studiengang	Global Trade Management B.A. (klassisch/dual)		
Lehrveranstaltungen des Moduls	Wirtschaftsfranzösisch IV		
Modulverantwortliche/r	Armin Fischer		
Name der/des Hochschullehrer/s der Lehrveranstaltungen	Armin Fischer		
Unterrichtssprache	Französisch		
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	5 ECTS-Punkte		
SWS	4 SWS		
Gesamtworkload	150 Stunden	Kontaktzeit	45 Stunden
		Selbststudium	105 Stunden
Studiensemester	4. Semester		
Art des Moduls (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflicht		
Dauer des Moduls	Ein Semester		
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Jedes Semester		
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Klausur Mündliche Prüfung		
Prüfungsdauer	120 Minuten (Klausur)		
	15-20 Minuten (mündliche Prüfung)		
Prüfung benotet/ unbenotet	benotet		
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	Entsprechend der ECTS-Punkte		
Inhalte des Moduls	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mittels des Moderatorenprinzips: Grammatik- & Leseübungen, Variationen DUR 1 & 2 als Übersetzungsübung 2. Vorlesung: Landeskundliche sprachliche Momente 3. Konversation: Auflistung von Fehlern, Ratespiele 4. Ratespiele 5. „Hausaufgaben“: Grammatikübungen 6. Aufsätze 7. Kombinieren von DUR mit Wirtschaftsvokabeln 		
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Vorlesung		
Geförderte Kompetenzen	Fachkompetenz Methodenkompetenz Soziale Kompetenz Selbstkompetenz		
Angestrebte Lernergebnisse des Moduls	Beherrschung von <ul style="list-style-type: none"> • Didaktischer Universalrahmen (DUR) 4 • Idiomatik: Abschnitt 1 & 2 & 3 & 4 • Grammatik: Wiederholung • Lesegewandtheit: Anwendung der Symptyx • Wirtschaftsvokabular: Begriffe aus dem Kompendium • Schreibvermögen: Wirtschaftsbriefe 		
Verwendbarkeit des Moduls			
Voraussetzungen für die Teilnahme	Wirtschaftsfranzösisch III		
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	-		
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	<ul style="list-style-type: none"> • Eigenes Handbuch „J'en ai ras le bol“ mit digitalen Tonträger • Eigenes Übungsmaterial • Eigenes Kompendium von Wirtschaftsvokabeln 		

- | | |
|--|--|
| | <ul style="list-style-type: none">• Wörterbuch (Lechner, Larousse)• Dictionnaire économique |
|--|--|

BA_5250 Wirtschaftsfremdsprache V			
Modul-Nr./ Code	5250		
Studiengang	Global Trade Management B.A. (klassisch/dual)		
Lehrveranstaltungen des Moduls	Wirtschaftsfranzösisch V		
Modulverantwortliche/r	Armin Fischer		
Name der/des Hochschullehrer/s der Lehrveranstaltungen	Armin Fischer		
Unterrichtssprache	Französisch		
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	5 ECTS-Punkte		
SWS	4 SWS		
Gesamtworkload	150 Stunden	Kontaktzeit	45 Stunden
		Selbststudium	105 Stunden
Studiensemester	6. Semester		
Art des Moduls (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflicht		
Dauer des Moduls	Ein Semester		
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Jedes Semester		
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Klausur Mündliche Prüfung		
Prüfungsdauer	120 Minuten (Klausur)		
	15-20 Minuten (mündliche Prüfung)		
Prüfung benotet/ unbenotet	benotet		
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	Entsprechend der ECTS-Punkte		
Inhalte des Moduls	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mittels des Moderatorenprinzips: Grammatik- & Leseübungen, Variationen DUR 1 & 2 als Übersetzungsübung 2. Vorlesung: Landeskundliche sprachliche Momente 3. Konversation: Auflistung von Fehlern bei Themen aus dem Unternehmensleben 4. Ratespiele 5. „Hausaufgaben“: Grammatikübungen 6. Aufsätze 7. Kombinieren von DUR mit Wirtschaftsvokabeln 		
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Vorlesung		
Geförderte Kompetenzen	Fachkompetenz Methodenkompetenz Soziale Kompetenz Selbstkompetenz		
Angestrebte Lernergebnisse des Moduls	Beherrschung von: <ul style="list-style-type: none"> • Didaktischer Universalrahmen(DUR) 1 – 4 • Idiomatik: Abschnitt 1 – 6 • Grammatik: Vervollkommnung • Lesegewandtheit: Anwendung der Symptyx • Wirtschaftsvokabular: Begriffe aus dem Kompendium • Schreibvermögen: Lebenslauf, Motivationsbrief 		
Verwendbarkeit des Moduls			
Voraussetzungen für die Teilnahme	Wirtschaftsfranzösisch IV		
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	-		

Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	<ul style="list-style-type: none">• Eigenes Handbuch „J'en ai ras le bol“ mit CD• Eigenes Übungsmaterial• Eigenes Kompendium von Wirtschaftsvokabeln• Wörterbuch (Lechner, Larousse)• Dictionnaire économique Garnier
--	---

BA_5310 Wirtschaftsfremdsprache I			
Modul-Nr./ Code	5310		
Studiengang	Global Trade Management B.A. (klassisch/dual)		
Lehrveranstaltungen des Moduls	Wirtschaftschinesisch I		
Modulverantwortliche/r	International Center		
Name der/des Hochschullehrer/s der Lehrveranstaltungen	International Center		
Unterrichtssprache	Chinesisch		
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	5 ECTS-Punkte		
SWS	4 SWS		
Gesamtworkload	150 Stunden	Kontaktzeit	45 Stunden
		Selbststudium	105 Stunden
Studiensemester	1. Semester		
Art des Moduls (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflicht		
Dauer des Moduls	Ein Semester		
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Jedes Semester		
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Klausur Mündliche Prüfung		
Prüfungsdauer	120 Minuten (Klausur)		
	15-20 Minuten (mündliche Prüfung)		
Prüfung benotet/ unbenotet	benotet		
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	Entsprechend der ECTS-Punkte		
Inhalte des Moduls	<ol style="list-style-type: none"> 1. Grundlage der chinesischen Phonetik 2. Einführung in das Lesen und Schreiben der chinesischen Schriftzeichen 3. Darstellung grundlegender Sprachstrukturen 4. Grundlagen der Grammatik 5. Sprechen und Höreinverständnis. <ul style="list-style-type: none"> Themen: <ul style="list-style-type: none"> · Begrüßung · Nationalität · Das ist ...(Gegenstände) · sich vorstellen · miteinander bekannt machen · Zahlen · Zeit (Datum und Uhrzeit) · Zimmerreservierung/Buchung · Taxi bestellen · nach dem Weg fragen 		
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Vorlesung		
Geförderte Kompetenzen	Fachkompetenz Methodenkompetenz Soziale Kompetenz Selbstkompetenz		
Angestrebte Lernergebnisse des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> · Grundkenntnisse der mündlichen und schriftlichen Sprache · Führen einfacher Dialoge · Verständnis einfacher Texte · Verfassen einfacher Sätze · Technik des Nachschlagens von Schriftzeichen 		

Verwendbarkeit des Moduls	
Voraussetzungen für die Teilnahme	keine
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	-
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	<ul style="list-style-type: none"> • Lóng – Chinesisch für Anfänger, Lehrbuch u. Arbeitsbuch, Klett Verlag • Das neue Praktische Chinesisch, Lehrbuch, chinabooks • Chinesische Elementarzeichen 1, Hefei Huang Verlag

BA_5320 Wirtschaftsfremdsprache II

Modul-Nr./ Code	5320		
Studiengang	Global Trade Management B.A. (klassisch/dual)		
Lehrveranstaltungen des Moduls	Wirtschaftschinesisch II		
Modulverantwortliche/r	International Center		
Name der/des Hochschullehrer/s der Lehrveranstaltungen	International Center		
Unterrichtssprache	Chinesisch		
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	5 ECTS-Punkte		
SWS	4 SWS		
Gesamtworkload	150 Stunden	Kontaktzeit	45 Stunden
		Selbststudium	105 Stunden
Studiensemester	2. Semester		
Art des Moduls (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflicht		
Dauer des Moduls	Ein Semester		
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Jedes Semester		
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Klausur Mündliche Prüfung		
Prüfungsdauer	120 Minuten (Klausur) 15-20 Minuten (mündliche Prüfung)		
Prüfung benotet/ unbenotet	benotet		
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	Entsprechend der ECTS-Punkte		
Inhalte des Moduls	<ol style="list-style-type: none"> 1. Grundlagen der chinesischen Phonetik und phonetischen Umschrift (Pinyin) 2. Einführung in das Lesen und Schreiben der chinesischen Schrift 3. Vermittlung von Grundwortschatz 4. Darstellung grundlegender Sprachstrukturen 5. Grundlagen der Grammatik 6. Lektüre einfacher Texte 		
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Vorlesung		
Geförderte Kompetenzen	Fachkompetenz Methodenkompetenz Soziale Kompetenz Selbstkompetenz		
Angestrebte Lernergebnisse des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • Grundkenntnisse der mündlichen und schriftlichen Sprache • Führen einfacher Dialoge • Verständnis einfacher Texte • Verfassen einfacher Sätze • Technik des Nachschlagens von Schriftzeichen • Fähigkeit des Umgangs mit zeichenbasiertem Textprogramm 		
Verwendbarkeit des Moduls			
Voraussetzungen für die Teilnahme	Wirtschaftschinesisch I		
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	-		
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	<ul style="list-style-type: none"> • Wen, Gu 2000: Business-Sprachführer Chinesisch, Stuttgart • Song, Jing 2008: Grammatik kurz & bündig, Stuttgart • Dr.Zhang, Jiehong/ Hack, Telse 2007: Praktisches Lehrbuch Chinesisch, München • Zhu, Jinyang 2007: Chinesische Grammatik für Deutsche, Hamburg 		

- | | |
|--|---|
| | <ul style="list-style-type: none">• Mey, Monika 2006: Chinesisch für Einsteiger, Frankfurt am Main• Thomas J. Gemmecke 1993: Elementargrammatik der chinesischen Hochsprache, Stuttgart• Wen, Gu/ Meinhausen, Frank 2005: Umgangschinesisch effektiv, Stuttgart |
|--|---|

BA_5330 Wirtschaftsfremdsprache III

Modul-Nr./ Code	5330		
Studiengang	Global Trade Management B.A. (klassisch/dual)		
Lehrveranstaltungen des Moduls	Wirtschaftschinesisch II		
Modulverantwortliche/r	International Center		
Name der/des Hochschullehrer/s der Lehrveranstaltungen	International Center		
Unterrichtssprache	Chinesisch		
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	5 ECTS-Punkte		
SWS	4 SWS		
Gesamtworkload	150 Stunden	Kontaktzeit	45 Stunden
		Selbststudium	105 Stunden
Studiensemester	3. Semester		
Art des Moduls (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflicht		
Dauer des Moduls	Ein Semester		
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Jedes Semester		
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Klausur Mündliche Prüfung		
Prüfungsdauer	120 Minuten (Klausur) 15-20 Minuten (mündliche Prüfung)		
Prüfung benotet/ unbenotet	benotet		
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	Entsprechend der ECTS-Punkte		
Inhalte des Moduls	<ol style="list-style-type: none"> 1. Landeskunde 2. Wirtschaftsstruktur Chinas 3. Die Kultur Chinas 4. Studiengangspezifisches Thema 1 – Reisen und Tourismus 5. Studiengangspezifisches Thema 2 – Marketing 6. Studiengangspezifisches Thema 3 – Finanzen 7. Studiengangspezifisches Thema 4 – Wirtschaftsrecht 8. E-Commerce 		
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Vorlesung		
Geförderte Kompetenzen	Fachkompetenz Methodenkompetenz Soziale Kompetenz Selbstkompetenz		
Angestrebte Lernergebnisse des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • Erweiterung der Kenntnisse der mündlichen und schriftlichen Sprache • Wirtschaftssprache • Verständnis komplexerer Texte, einschließlich der Zeitungssprache • Verfassen von kurzen Texten • Verbesserung der Kommunikationsfertigkeit • Erweiterte Kenntnisse der grammatikalischen Strukturen 		
Verwendbarkeit des Moduls			
Voraussetzungen für die Teilnahme	Wirtschaftschinesisch II		
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	-		
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	<ul style="list-style-type: none"> • Pons: Grammatik kurz & bündig, CHINESISCH, Jing Song, Klett 2008. • Eigenes Lehrskript / Own teaching script • Zhu, Jinyang: Chinesische Grammatik für Deutsche. Helmut Buske Verlag, Hamburg 2007. 		

BA_5340 Wirtschaftsfremdsprache IV

Modul-Nr./ Code	5340		
Studiengang	Global Trade Management B.A. (klassisch/dual)		
Lehrveranstaltungen des Moduls	Wirtschaftschinesisch IV		
Modulverantwortliche/r	International Center		
Name der/des Hochschullehrer/s der Lehrveranstaltungen	International Center		
Unterrichtssprache	Chinesisch		
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	5 ECTS-Punkte		
SWS	4 SWS		
Gesamtworkload	150 Stunden	Kontaktzeit	45 Stunden
		Selbststudium	105 Stunden
Studiensemester	4. Semester		
Art des Moduls (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflicht		
Dauer des Moduls	Ein Semester		
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Jedes Semester		
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Klausur Mündliche Prüfung		
Prüfungsdauer	120 Minuten (Klausur) 15-20 Minuten (mündliche Prüfung)		
Prüfung benotet/ unbenotet	benotet		
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	Entsprechend der ECTS-Punkte		
Inhalte des Moduls	<ol style="list-style-type: none"> 1. Employment and Training 2. Business Communication 3. Office Environment 4. Conference and Visit 5. Goods Delivery and Payment 6. Marketing and Advertisement 		
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Vorlesung		
Geförderte Kompetenzen	Fachkompetenz Methodenkompetenz Soziale Kompetenz Selbstkompetenz		
Angestrebte Lernergebnisse des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • Erweiterung der Kenntnisse der mündlichen und schriftlichen Sprache • Wirtschaftsterminologie • Verbesserung der Kommunikationsfertigkeit für Business • Verständnis komplexerer Texte, einschließlich der Zeitungssprache • Verfassen von kurzen Texten • Erweiterte Kenntnisse der grammatikalischen Strukturen 		
Verwendbarkeit des Moduls			
Voraussetzungen für die Teilnahme	Wirtschaftschinesisch III		
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	-		
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	<ul style="list-style-type: none"> • Chinese for Managers (Business Chinese, Volume1), foreign language teaching and research press, Beijing 2009. ISBN 978-7-5600-5003-4. • Liping Jiang: Chinese Grammar with Illustrative Pictures, Verlag Higher Education Press Beijing, ISBN: 978-7-04-028430-0. • Jingling Wang und Monika Motsch: Grundlagen der chinesischen Grammatik, Verlag Klett, Stuttgart 2010, ISBN: 978-3-12-527914-8. 		

BA_5350 Wirtschaftsfremdsprache V			
Modul-Nr./ Code	5350		
Studiengang	Global Trade Management B.A. (klassisch/dual)		
Lehrveranstaltungen des Moduls	Wirtschaftschinesisch V		
Modulverantwortliche/r	International Center		
Name der/des Hochschullehrer/s der Lehrveranstaltungen	International Center		
Unterrichtssprache	Chinesisch		
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	5 ECTS-Punkte		
SWS	4 SWS		
Gesamtworkload	150 Stunden	Kontaktzeit	45 Stunden
		Selbststudium	105 Stunden
Studiensemester	6. Semester		
Art des Moduls (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflicht		
Dauer des Moduls	Ein Semester		
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Jedes Semester		
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Klausur Mündliche Prüfung		
Prüfungsdauer	120 Minuten (Klausur)		
	15-20 Minuten (mündliche Prüfung)		
Prüfung benotet/ unbenotet	benotet		
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	Entsprechend der ECTS-Punkte		
Inhalte des Moduls	<ol style="list-style-type: none"> 1. Beschreibung von Arbeitsaufgaben 2. Bewerbung und CV 3. Arbeit im Internet 4. Fragebogen für Kundenumfrage 5. Organisation von Firmenveranstaltungen 6. Firmenbudget und Finanzabrechnung 7. Chinesische Unternehmenskultur 		
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Vorlesung		
Geförderte Kompetenzen	Fachkompetenz Methodenkompetenz Soziale Kompetenz Selbstkompetenz		
Angestrebte Lernergebnisse des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • Fähigkeit zur Kommunikation mit chinesischen Geschäftspartnern • Fähigkeit zur Beschreibung von Organisationsstruktur und Unternehmenskultur • Fähigkeit zum Verfassen schriftlicher Mitteilung • Interkulturelles Verständnis 		
Verwendbarkeit des Moduls			
Voraussetzungen für die Teilnahme	Wirtschaftschinesisch IV		
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	-		
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	<ul style="list-style-type: none"> • Hong, Zhang: Chinesisch erleben - Berufskommunikation in China, Verlag Higher Education Press, Beijing 2007. ISBN 978-7-04-020324-0 • Tao Xiaohong: Advanced Business Chinese, Verlag Peking University Press, Beijing 2005. ISBN 978-7-301-09039-8 • Karsta Neuhaus / Margret Haltern: Handbuch der Geschäftssprache 		

	<p>Chinesisch-Deutsch,</p> <ul style="list-style-type: none">• Verlag für fremdsprachige Literatur, Beijing 2004. ISBN 7-119-03587-8• Hua Sheng Liang: Deutsch-Chinesisches Wörterbuch für Wirtschaft und Wirtschaftsrecht,• Die chinesische Übersetzung- und Verlagsanstalt, Beijing 1993. ISBN7-5001-0157-0/Z.16• Hua Sheng Liang: Chinesisch-Deutsches Wörterbuch für Wirtschaft und Wirtschaftsrecht, Die chinesische Übersetzung- und Verlagsanstalt, Beijing 1993. ISBN7-5001-0531-2/Z.30• Gregor Kneussel: Grammatik des modernen Chinesisch, Verlag für fremdsprachige Literatur, Beijing 2005. ISBN 978-7-119-04262-6
--	--

Wahlpflichtmodule

BA_6010 Advanced Topics in HR Management

Module code	6010		
Course of studies	Global Trade Management B.A. (full-time/dual) Internationales Logistikmanagement B.A. (full-time/dual) Digital Business Management B.A. (full-time/dual)		
Courses of the module	Advanced Topics in HR Management		
Module co-ordinator	Prof. Dr. Robert Münscher		
Module lecturer(s)	Prof. Dr. Robert Münscher		
Instruction language	English		
Amount of assigned credit points	5 ECTS-Points		
Semester hours per week	4 semester hours per week		
Total workload	150 hours	Contact time	45 hours
		Self-study time	105 hours
Semester of studies	6 th / 7 th semester		
Module type (compulsory, optional, etc.)	compulsory elective		
Module duration	One semester		
Frequency of the module offer	at least once a year		
Examination type / requirements for assigning credit points	Written exam or term paper The specific requirements concerning the examination type will be announced at the beginning of the semester.		
Duration of examination	120 minutes (if exam)		
Examination graded / not graded	Graded		
Weighting of the mark within the cumulative grade	According to ECTS-Points		
Syllabus Plan	<p>Human Resources Management covers a wide array of topics, including psychological, strategic, administrative, and ethical issues. In this course, a selection of advanced topics will be dealt with in detail. Topics include:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Selection Psychology 2. Development & Training 3. Coaching 4. Change Management 5. Organizational Culture 6. Leadership & Decision Making 7. Creativity 		
Teaching and learning methods	Lecture & Discussion, Case Studies, Exercises and Self-study		
Trained competencies	Professional competence Methodological competence Social skills Self-competence		
Intended learning outcomes of the module	<p>Professional competence The module conveys an advanced understanding of key challenges in HRM, in particular regarding topics as selection, training and development, coaching, change management, organizational culture, leadership and decision-making and creativity. This includes the framework and base conditions which create issues around these topics. Students acquire solid practical expertise and methodological knowledge regarding key advanced topics in Human Resources Management.</p> <p>Methodological competence The module conveys current approaches and techniques suited to tackle the above-named issues, i.e. analyze them and develop viable solutions. Students are capable of identifying and analyzing advanced issues in</p>		

	<p>Human Resources Management, as well as developing Die Studierenden sind in der Lage, fortgeschrittene Herausforderungen im Bereich HR und Organisation zu identifizieren, zu analysieren, sowie problem-solving approaches or potential solutions.</p> <p>Social skills Group work on case studies improves the capacity for teamwork, in particular the capacity to use group discussion as a tool for effectively developing creative solutions to problems. Students are capable of applying the above mentioned methodological skills in the context of a team, i.e. analyzing problems and developing solutions in a self-organizing group discussion, as well as presenting their results as a team.</p> <p>Self-competence The lecture and discussion teaching style trains students in critical thinking; case study work and the presentation of results train students self-organization as well as their presentation skills. Students are capable of setting goals and subgoals for themselves and pursuing them autonomously. They take over responsibility for their own actions as well as for the results of their team.</p>
Applicability of the module for other courses of study	The module gets students to understand advanced topics of HRM in their respective contexts.
Prerequisites	Fluency in English in speech and writing
Special characteristics of the module (e.g. online teaching and coaching, field trips, guest lecturers, etc.)	–
Literature (compulsory reading / additional recommended literature)	<ul style="list-style-type: none"> • Armstrong, M.: Armstrong's Essential Human Resource Management Practice: A Guide To People Management. Philadelphia, USA: Kogan Page, 2010. • Bazerman, M. H., & Moore, D. A.: Judgment in managerial decision making., 2008. • Kotter, J.: Leading change: Why Transformation Efforts Fail (HBR Classic). Harvard Business Review, 1995. • Lawrence, Dyck, Maitlis, & Mauws: The Underlying Structure of Continuous Change. MIT Sloan Management Review, 47/4: 59f., 2006. • Northouse, P. G.: Leadership: Theory and Practice. Sage, 2018. • Pardo del Val & Fuentes: Resistance to change: A literature review and empirical study. Management Decision, 41/1/2, 148f., 2003. • Van Beurden, E. K., Kia, A. M., Zask, A., Dietrich, U., & Rose, L.: Making sense in a complex landscape: how the Cynefin Framework from Complex Adaptive Systems Theory can inform health promotion practice. Health promotion international, 28/1, 73-83., 2011. • Weick & Quinn: Organizational Change and Development. Annual Review of Psychology, 50, 361-386., 1999. • Worley & Lawler: Designing Organizations That Are Built to Change. MIT Sloan Management Review, 48/1, 19-23, 2006.

BA_6020 Internationales Marketing			
Modul-Nr./ Code	6020		
Studiengang	Global Trade Management B.A. (klassisch/dual) Internationales Logistikmanagement B.A. (klassisch/dual) Digital Business Management B.A. (klassisch/dual)		
Lehrveranstaltungen des Moduls	Internationales Marketing		
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Stefan Lubritz		
Name der/des Hochschullehrer/s der Lehrveranstaltungen	Prof. Dr. Stefan Lubritz		
Unterrichtssprache	Deutsch		
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	5 ECTS-Punkte		
SWS	4 SWS		
Gesamtworkload	150 Stunden	Kontaktzeit	45 Stunden
		Selbststudium	105 Stunden
Studiensemester	6. oder 7. Semester		
Art des Moduls (Pflicht, Wahl, etc.)	Wahlpflicht		
Dauer des Moduls	Ein Semester		
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Mindestens einmal pro Jahr		
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Klausur		
Prüfungsdauer	90 Minuten		
Prüfung benotet/ unbenotet	benotet		
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	Entsprechend der ECTS-Punkte		
Inhalte des Moduls	<ol style="list-style-type: none"> 1. Motives for Internationalization 2. Market Barriers, Global and Regional Integration 3. Competitive Advantage of Nations and Regional Clusters 4. International Marketing Framework 5. Market Segmentation and Market Selection 6. Basic Types of Foreign Operation Modes 7. Export Modes 8. Outsourcing and Offshoring 9. International Alliances 10. Wholly-Owned Subsidiaries, Greenfield Investments and Mergers & Acquisitions 11. Marketing-Mix 		
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Vorlesungen Übungen Selbststudium E-Learning		
Geförderte Kompetenzen	Fachkompetenz Methodenkompetenz Soziale Kompetenz Selbstkompetenz		
Angestrebte Lernergebnisse des Moduls	<p>Fachkompetenz</p> <p>Generelles Ziel der Vorlesung „Internationales Marketing“ ist es, die Ausgestaltung des Marketings in international agierenden Unternehmen basierend auf den im Grundstudium vermittelten Kenntnissen zu vertiefen. Internationales Marketing wird als umfassendes Konzept einer markt- und kundenorientierten Unternehmensführung verstanden und als eine umfassende Analyse, Planungs-, Realisierungs- und Kontrollzyklus vermittelt. Dabei wird großer Stellenwert auf unternehmensexterne und –interne Kontextfaktoren gelegt. Inhaltlicher Schwerpunkt der Vorlesung (im</p>		

	<p>7. Semester) ist zum einen die Ausgestaltung der Marketing-Mix-Instrumente im internationalen Kontext. Zum anderen werden Aspekte der internationalen Marketing-Implementierung (insb. Marketingorganisation, Marketingcontrolling) sowie Fragen der internationalen Koordination behandelt.</p> <p>Methodenkompetenz Fähigkeiten zur Anwendung wissenschaftlicher Methoden zur Lösung praktischer Probleme. Fähigkeiten, Problemstellungen und Rahmenbedingungen des internationalen Marketings erläutern zu können. Sie können selbstständig Problemstellungen und Zusammenhänge analysieren, strukturieren und systematisch darstellen. Sie erkennen die hierzu erforderlichen Informationen. Methoden und Modelle zur Problemlösung können Sie ableiten und fallstudienbezogen anwenden.</p> <p>Soziale Kompetenz Die Studierenden diskutieren mit den Studierenden Problemstellungen aus Aufgabenstellungen und Fallstudien und verteidigen argumentativ ihre Lösungen. Im Rahmen der Gruppenarbeiten übernehmen sie Verantwortung für ihr Team.</p> <p>Selbstkompetenz Die Studierenden fördern ihre Fähigkeit zu analytischem und kritisch-konstruktivem Denken und können Arbeits-, Problemlösungs- und Projektmanagementtechniken selbstständig und eigenverantwortlich in komplexen Situationen anwenden. Die Studierenden sind in der Lage, zu marketingtypischen Praxisproblemen Stellung zu beziehen und begründete Lösungsvorschläge zu entwickeln. Sie können komplexe Geschäftsprozesse selbstständig weiterentwickeln und kleinere Projekte eigenständig planen und leiten.</p>
Verwendbarkeit des Moduls	<p>Das Modul ist grundsätzlich geeignet, in anderen Studiengängen an der eigenen Hochschule eingesetzt zu werden. Dies gilt auch für weiterbildende Studien und (eingeschränkt) für postgraduale Studiengänge.</p>
Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	-
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	<ul style="list-style-type: none"> • Andersen, O.: Internationalization and Market Entry Mode: A Review of Theories and Conceptual Framework, in: Management International Review, Vol. 27, No. 2, pp. 27-42., 1997. • Barlett, C.A.; Beamish, P.W.: Transnational Management: Text, Cases, and Readings in Cross-Border Management, 7th ed., Boston, McGraw-Hill, 2014. • Cavusgil, S.T.; Knight, G.; Riesenberger, J.R.: International Business: The New Realities, 3rd ed., Boston, Pearson, 2014. • Knutschker, M.; Schmid, S. (2011): Internationales Management, 7th ed., Munich, Oldenbourg, 2011. • Moon, H.C.; Rugman, A.M.; Verbeke, A.: A Generalized Double Diamond Approach to the Global Competitiveness of Korea and Singapore, in: International Business Review, Vol. 7, No. 2, pp. 135-150, 1998. • Porter, M.E.: Changing Patterns of International Competition, in: California Management Review, Vol. 28, No. 2, pp. 9-40., 1986. • Porter, M.E.: The Competitive Advantage of Nations, in: Harvard Business Review, Vol. 68, No. 2, pp. 73-93, 1990. • Porter, M.E.: On Competition, Boston, Harvard Business School Press, pp. 171-305, 2008. • Backhaus, K.; Voeth, M.: Internationales Marketing, 6. Auflage, Stuttgart 2010 • Becker, J.: Marketing-Konzeption, 9. Auflage, München 2009. • Berndt, R./ Altobelli, C.F./ Sander, M.: Internationales Marketing-Management, 5. Auflage, Berlin, u.a. 2013.

- | | |
|--|---|
| | <ul style="list-style-type: none">• Bruhn, M.: Marketing, 13. Auflage, Wiesbaden 2016.• Homburg, C./ Krohmer, H.: Marketingmanagement, 5. Auflage, Wiesbaden 2013• Kutschker, M./ Schmid, S.: Internationales Management , 7. Auflage, München 2010• Meffert, H., Burmann, C., Kirchgeorg, M.: Marketing, Grundlagen marktorientierter Unternehmensführung, 12. Auflage, Wiesbaden 2015.• Zentes, J.; Swoboda, B.; Schramm-Klein, H.: Internationales Marketing, 3. Auflage, München 2013• Weiterführende Literatur wird themenspezifisch in der Vorlesung bekannt gegeben |
|--|---|

BA_6030 Wettbewerbsstrategien			
Modul-Nr./ Code	6030		
Studiengang	Global Trade Management B.A. (klassisch/dual) Internationales Logistikmanagement B.A. (klassisch/dual) Digital Business Management B.A. (klassisch/dual)		
Lehrveranstaltungen des Moduls	Wettbewerbsstrategien		
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Stefan Lubritz		
Name der/des Hochschullehrer/s der Lehrveranstaltungen	Prof. Dr. Stefan Lubritz		
Unterrichtssprache	Deutsch		
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	5 ECTS-Punkte		
SWS	4 SWS		
Gesamtworkload	150 Stunden	Kontaktzeit	45 Stunden
		Selbststudium	105 Stunden
Studiensemester	6. oder 7. Semester		
Art des Moduls (Pflicht, Wahl, etc.)	Wahlpflicht		
Dauer des Moduls	Ein Semester		
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Mindestens einmal pro Jahr		
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Hausarbeit		
Prüfungsdauer	Die Dauer der Hausarbeit wird gemäß Rahmenprüfungsordnung und fachspezifischer Prüfungsordnung rechtzeitig zu Semesterbeginn bekannt gegeben.		
Prüfung benotet/ unbenotet	benotet		
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	Entsprechend der ECTS-Punkte		
Inhalte des Moduls	Durchführung eines Seminars zu einem aktuellen Thema der internationalen Wirtschaftspraxis		
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	<p>Das Seminar wird in jedem Semester inhaltlich neu fokussiert; ein standardisiertes Curriculum liegt also nicht vor. Das Fokusthema eines jeden Seminars wird zu Semesterbeginn bekanntgegeben und im Rahmen einer Einführungsveranstaltung erläutert. Aus dem Fokusthema werden dann Themen abgeleitet, die den Teilnehmern zur Bearbeitung übertragen werden. Die Bearbeitung der Themen kann – abhängig von der Teilnehmerzahl – in Gruppenarbeit erfolgen.</p> <p>Die Betreuung der Seminararbeiten erfolgt in i.d.R. in wöchentlich stattfindenden Seminarveranstaltungen. Dabei präsentieren die Studierenden ihre jeweiligen Arbeitsstände und diskutieren offene Fragen und Entwicklungsperspektiven ihrer jeweiligen Themen. Die Präsentation der Seminararbeiten erfolgt in einer ganztägigen Seminarveranstaltung. Dabei wird großer Stellenwert auf unternehmensexterne und -interne Kontextfaktoren gelegt. Inhaltliche Schwerpunkte des Moduls sind die internen und externen Situations- und Umfeldanalysen internationaler Wettbewerbstätigkeit, die internationale Marktforschung sowie insbesondere die Planung und Realisierung internationaler Wettbewerbsstrategien.</p>		
Geförderte Kompetenzen	Fachkompetenz Methodenkompetenz Soziale Kompetenz Selbstkompetenz		
Angestrebte Lernergebnisse des Moduls	Fachkompetenz Generelles Ziel des Seminars „Wettbewerbsstrategien“ ist es, die		

	<p>Ausgestaltung des Marketings in international agierenden Unternehmen im Kontext aktueller Entwicklungen der Wirtschaftspraxis zu beleuchten und basierend auf den im Grundstudium vermittelten Kenntnissen zu vertiefen.</p> <p>Methodenkompetenz Fähigkeiten zur Anwendung wissenschaftlicher Methoden zur Lösung praktischer Probleme. Fähigkeiten, Problemstellungen und Rahmenbedingungen des internationalen Marketings erläutern zu können. Die Studierenden beherrschen die grundlegende methodische Vorgehensweise und die Verfahren der Marketingplanung und -umsetzung in internationalen Märkten.</p> <p>Soziale Kompetenz Die Studierenden diskutieren mit den Studierenden Problemstellungen aus Aufgabenstellungen und Fallstudien und verteidigen argumentativ ihre Lösungen. Im Rahmen der Gruppenarbeiten übernehmen sie Verantwortung für ihr Team.</p> <p>Selbstkompetenz Die Studierenden fördern ihre Fähigkeit zu analytischem und kritisch-konstruktivem Denken und können Arbeits-, Problemlösungs- und Projektmanagementtechniken selbstständig und eigenverantwortlich in komplexen Situationen anwenden. Die Studierenden sind in der Lage, zu marketingtypischen Praxisproblemen Stellung zu beziehen und begründete Lösungsvorschläge zu entwickeln. Sie können komplexe Geschäftsprozesse selbstständig weiterentwickeln und kleinere Projekte eigenständig planen und leiten..</p>
Verwendbarkeit des Moduls	<p>Das Modul ist grundsätzlich geeignet, in anderen Studiengängen an der eigenen Hochschule eingesetzt zu werden. Dies gilt auch für weiterbildende Studien und (eingeschränkt) für postgraduale Studiengänge.</p>
Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	<p>Soweit möglich, wird im Rahmen eines Seminars ein Unternehmensbesuch, mindestens jedoch ein Gastvortrag eines Praktikers mit Bezug zum Seminaroberthema durchgeführt bzw. eingeplant.</p>
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	<p>Weiterführende Literatur wird themenspezifisch in der Vorlesung bekannt gegeben.</p>

BA_6040 Service Operations & Lean Administration			
Module code	6040		
Course of studies	Global Trade Management B.A. (full-time/dual) Internationales Logistikmanagement B.A. (full-time /dual) Digital Business Management B.A. (full-time/dual)		
Courses of the module	Service Operations & Lean Administration		
Module co-ordinator	Prof. Dr. Christian Reuter		
Module lecturer(s)	Prof. Dr. Christian Reuter		
Instruction language	English		
Amount of assigned credit points	5 ECTS-Points		
Semester hours per week	4 semester hours per week		
Total workload	150 hours	Contact time	45 hours
		Self-study time	105 hours
Semester of studies	6th/7th semester		
Module type (compulsory, optional, etc.)	compulsory elective		
Module duration	one semester		
Frequency of the module offer	One time a year		
Examination type / requirements for assigning credit points	Project work		
Duration of examination	The specific requirements concerning the project work will be announced at the beginning of the semester.		
Examination graded / not graded	Graded		
Weighting of the mark within the cumulative grade	According to ECTS-Points		
Syllabus plan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Introduction and Repetition from Operations I 2. Modern production systems 3. Process Analysis 4. Process design 		
Teaching and learning methods	Lecture, Case Studies, Experience learning by observing and improving administrative processes		
Trained competencies	Professional competence Methodological competence Social competence Self-competence		
Intended learning outcomes of the module	<p>Professional competence</p> <p>The course aims to teach students the importance of effective and efficient business processes in a dynamically changing business environment with focus on administrative processes.</p> <p>By successfully completing the module, students will be able to:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Understand, apply and analyze, evaluate the subject-specific methods, procedures, work equipment and materials for enhanced operations management in administration • Create more efficient and effective processes based on the concept of KAIZEN • to apply mathematical methods to related tools • foreign language skills • Competence in dealing with the technical language <p>Methodological competence</p> <p>Students acquire,</p> <ul style="list-style-type: none"> • Competence of scientific work: independently researching, selecting and evaluating relevant information / data; reading, understanding and 		

	<p>systematically analyzing scientific texts and classifying positions; applying research methods; reproducing written and oral results</p> <ul style="list-style-type: none"> • Presentation competence: present topics in a structured and understandable manner; use terminology comprehensibly and skilfully • Problem solving competence: capturing and naming problems; Dissecting complex problems; Developing solutions; Enforcing and implementing solutions and dealing with problems that arise; Being able to critically evaluate solutions to problems • Transfer competence: Awareness of theoretical aspects to distinguish them from those of practice; To translate theoretical aspects into practical conditions <p>Social skills</p> <p>The students are able to:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Team competence: Being able to intervene and coordinate in a group; Achieve results and solutions • Conflict competence: understand, classify and analyze conflicts • Leadership competence: understand processes, and if necessary also correct them <p>Self-competence:</p> <p>Students gain</p> <ul style="list-style-type: none"> • Self-management: - to motivate oneself and to be able to check your own learning and success processes • Responsibility: for the achievement of study achievements; as part of a group work for the performance of the group • Decision-making authority: recognizing alternative courses of action and weighing and assessing the consequences of decisions; being able to prioritize goals; yourself Be aware of and be able to assess the risks of a decision
Applicability of the module for other courses of study	The module is designed to provide in-depth contents of Operations Management with focus on administrative processes in all business studies or courses of study in order to understand how the most successful companies in the world work run their processes.
Prerequisites	<ul style="list-style-type: none"> • Mathematik (BA_410) • Statistik (BA_4200) • Grundlagen der ABWL/SBWL (BA_1100) • Operations Management (BA_1200)
Special characteristics of the module (e.g. online teaching and coaching, field trips, guest lecturers, etc.)	-
Literature (compulsory reading / additional recommended literature)	<ul style="list-style-type: none"> • Bodo Wiegand: Lean Administration 1 How to make business processes transparent, 1. Auflage, Lean Management Institut; 2005 • Bodo Wiegand: Lean Administration 2 How to manage office and service processes, 1. Auflage, Lean Management Institut; 2005 • Hitoshi Takeda: The synchronized production system, Kogan Page, 2006. • Mike Rother, Rick Harris: Creating Continuous Flow: An Action Guide for Managers, Engineers and Production Associates, Lean Enterprise Institute, Inc., August 14, 2013. • Mike Rother, John Shook: Learning to See: Value Stream Mapping to Add Value and Eliminate MUDA, Lean Enterprise Institute; Spi edition, June 1, 1999. • Taiichi Ohno (Autor), C. B. Rosen (Übersetzer): Toyota Production System: Beyond Large-scale Production, Taylor & Francis Ltd., March 1988.

BA_6050 Supply Chain Services

Modul-Nr./ Code	6050		
Studiengang	Global Trade Management B.A. (klassisch/dual) Internationales Logistikmanagement B.A. (klassisch/dual) Digital Business Management B.A. (klassisch/dual)		
Lehrveranstaltungen des Moduls	Geschäftsmodelle im SCM (6051) Ausgewählte Probleme des SCM (Lernwerkstatt) (6052)		
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Sebastian Herr		
Name der/des Hochschullehrer/s der Lehrveranstaltungen	Prof. Dr. Sebastian Herr		
Unterrichtssprache	Deutsch		
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	5 ECTS-Punkte		
SWS	4 SWS		
Gesamtworkload	150 Stunden	Kontaktzeit	45 Stunden
		Selbststudium	105 Stunden
Studiensemester	6. oder 7. Semester		
Art des Moduls (Pflicht, Wahl, etc.)	Wahlpflicht		
Dauer des Moduls	Ein Semester		
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Mindestens einmal pro Jahr		
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	8051 Klausur (50%) 8052 Hausarbeit zur Lernwerkstatt (50%)		
Prüfungsdauer	Klausur 60 Minuten Die Dauer der Hausarbeit wird gemäß Rahmenprüfungsordnung und fachspezifischer Prüfungsordnung rechtzeitig zu Semesterbeginn bekannt gegeben.		
Prüfung benotet/ unbenotet	benotet		
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	Entsprechend der ECTS-Punkte		
Inhalte des Moduls	<p>Das Modul beschäftigt sich mit der Anwendung und der Operationalisierung vorhandener und künftiger Supply Chain Business Models, um kundenorientierte Supply Chain Services zu gewährleisten. In dem Teilmodul der Ausgewählte Probleme des SCM werden Grundlagen zum Funktionieren von Supply Chains gelegt und durch interaktive „Spieleinheiten“ wird das Entstehen und Verwenden logistischer Daten sichtbar gemacht. Wechselwirkungen und Abhängigkeiten innerhalb einer exemplarischen Supply Chain werden erkennbar und nachvollziehbar. In dem Teilmodul Supply Chain Technologien und Geschäftsmodelle werden bestehende Lösungsansätze im Supply Chain Management diskutiert und anhand von Fallstudien mit der Praxis verknüpft.</p> <p>Ausgewählte Probleme des SCM (Lernwerkstatt) Die der interaktiven Lernwerkstatt durchlaufen die Studierenden in einer Blockveranstaltung unterschiedliche Spielphasen, in denen die Studierenden mit aktuellen Herausforderungen konfrontiert werden und eigenständig Strategien und Lösungen zur Komplexitätsbeherrschung einer Supply Chain erarbeiten. Folgende Spielphasen beinhaltet die Lernwerkstatt:</p> <ul style="list-style-type: none"> Einführung und Aufgabenstellung Spielrunde 1: Interne Optimierung Spielrunde 2: Neuer Vertriebskanal/ Kunde Spielrunde 3: Lieferplan Spielrunde 4: Postponement Spielrunde 5: Neues Produkt Spielrunde 6: Verlagerung in Niedriglohnland Reflektion / Lessons Learned 		

	<p>Geschäftsmodelle im SCM</p> <p>Das Teilmodul „Geschäftsmodelle im SCM“ beschäftigt sich mit den verschiedenen Spezifika und Herausforderungen von unterschiedlichen Supply Chain Geschäftsmodellen (z.B. Handel, Automobil, Pharma, ...). Auf Basis bereits aus dem Studium bekannter Konzepte (bspw. Auftragseindringtiefe) werden die verschiedenen Charakteristika und Betreibermodelle von SCM diskutiert und u.a. anhand von Fallstudien bearbeitet werden. Es geht dabei um Aufbau- und Gestaltungsprinzipien/ Optimierungskriterien/ Kundenanforderungen/ Abhängigkeiten & Wechselwirkungen / Datentransparenz/ -quellen / Anwendung von Technologien der Digitalisierung. Exemplarisch sind zu nennen: Automotive, Retail, Chemical, Pharmaceutical/ Life Science, Aftersales</p> <p>Inhalt:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Einleitung: Was ist ein Geschäftsmodell? 2. Was verbirgt sich hinter dem Begriff „Servitization“ 3. Was sind Supply Chain Services? 4. Welche Rolle spielt SCM in verschiedenen Branchen
<p>Lehr- und Lernmethoden des Moduls</p>	<p>Im Modul „Ausgewählte Probleme des SCM (Lernwerkstatt)“ Lernwerkstatt erlernen und verstehen die Studierenden anhand eines fest vorgegebenen Spielablaufes mit unterschiedlichen Spielphasen das Spektrum und die Komplexität des Supply Chain Managements. Die Lernwerkstatt findet in der Regel als 2-Tages-Blockveranstaltung statt, was eine hohe Intensität und einen nachgewiesenen hohen Lerneffekt gewährleistet. Die Studierenden arbeiten hier gemeinsam an logistischen Herausforderungen und können die Performance direkt an Kennzahlen ablesen. Durch das individuelle Verfassen eines Abschlussberichtes/ Seminarpapieres ist eine tiefergehende Reflexion der erzielten Ergebnisse und der eigenen Lessons Learned gewährleistet. Um einen direkten Bezug zur Praxis herzustellen, wird die Lernwerkstatt vorzugsweise durch eine Exkursion ergänzt, bei der die Relevanz unterstrichen und eine Wiedererkennung der Spielsituation in der Praxis gewährleistet wird.</p> <p>Schwerpunktmäßig stützt sich das Teilmodul „Geschäftsmodelle im SCM“ auf eine klassische Vorlesung. Durch Praxisbeispiele, Fallstudien und anwendungsorientierten Übungen wird ein tiefes Wissen und Verständnis über Grenzen und Möglichkeiten bestehender und neuer Geschäftsmodelle erreicht und in Verbindung mit neuen Technologien gesetzt.</p>
<p>Geförderte Kompetenzen</p>	<p>Fachkompetenz Methodenkompetenz Sozialkompetenz Selbst- bzw. Personalkompetenz</p>
<p>Angestrebte Lernergebnisse des Moduls</p>	<p>Ausgewählte Probleme des SCM (Lernwerkstatt)</p> <p>Fachkompetenz Supply Chain Management ist eine Querschnittsfunktion in Unternehmen. Dabei ist es wichtig, Zusammenhänge und Wechselwirkungen zu verstehen und konkrete Kundenbedürfnisse zu befriedigen. Durch ein übergreifendes Verständnis lassen sich darüber ganzheitliche und tragfähige Lösungen entwickeln und Anforderungen an nötige Supply Chain Services ableiten. Die Lernwerkstatt vermittelt genau diese Gesamtzusammenhänge anschaulich und stärkt das Verständnis und die Vorstellungskraft der Studierenden, in dem sie eigenständig Lösungen zur Beherrschung einer Supply Chain erarbeiten.</p> <p>Methodenkompetenz Anhand einer konkreten Lernerfahrung erlernen die Studierenden das Funktionieren einer Supply Chain und die Notwendigkeit von Supply Chain Services. Anhand dieser konkreten Erfahrung können die Studierenden Querverbindungen zu Praxis herstellen, Supply Chains unterschiedlicher Branchen erklären und die Komplexität verstehen.</p>

Soziale Kompetenz

Die logistischen Herausforderungen werden im Team erlebt und bearbeitet. Es stellt sich heraus, dass es auf jeden einzelnen ankommt und Entscheidungen diskutiert und klar begründet werden müssen. Dabei kommt es durchaus zu unterschiedlichen Auffassungen, sodass hier explizit Verhandlungs- und Konfliktsituationen trainiert werden.

Selbstkompetenz

Einerseits sind die Studierenden eingebunden in ein Logistiknetzwerk, andererseits sind sie eigenverantwortlich für einen festen Tätigkeitsbereich tätig. Hier erleben sie direkt eigene Stärken und Schwächen. Im Rahmen der Lernwerkstatt können die Studierenden ihr eigenes Tun, aber auch das Handeln der Teammitglieder erleben und reflektieren. Daraus ergeben sich Impulse für die eigene, persönliche Entwicklung. Durch Rollenwechsel erleben die Studierenden eine ganzheitliche Perspektive und erhöhen die eigene geistige Anpassungsfähigkeit. Die Lernwerkstatt eröffnet Spielräume, Konsequenzen eigener Handlungen und Entscheidungen direkt zu erfahren. Dazu gehören neben Erfolgen auch das Erleben von Fehlentscheidungen und die Konsequenzen für das Logistiknetzwerk, die daraus entstehen. Auch eine Verdichtung von Tätigkeiten und das Gefühl der Überforderung erlauben den Studierenden, Rückschlüsse auf die eigenen Kompetenzen zu ziehen

Geschäftsmodelle im SCM

Fachkompetenz:

Auf Basis ihrer allgemeinen Logistikkenntnisse aus den vorangegangenen Semestern erlernen die Studierenden:

- die grundlegenden fachspezifischen Methoden, Verfahren, Arbeitsmittel und Materialien verschiedener Geschäftsmodelle im SCM zu verstehen, anzuwenden, zu analysieren und zu evaluieren
- das passende SCM-Modell zu einem Geschäftsmodell zu kreieren
- den dazugehörigen Umgang mit Standards und Rechtsrahmen zu verstehen

Methodenkompetenz

Die Studierenden sind in der Lage,

- Kompetenz des wissenschaftlichen Arbeitens, in dem sie relevante Informationen/ Daten eigenständig recherchieren und auswählen und bewerten können, wissenschaftliche Texte lesen und verstehen sowie systematisch analysieren und Positionen einordnen können, Forschungsmethoden anwenden können, Ergebnisse schriftlich und mündlich wiedergeben können
- Kompetenz zum wissenschaftlichen Arbeiten
- Präsentationskompetenz, in dem Sie Themen strukturiert und verständlich darstellen, Fachsprache verständlich und gekonnt einsetzen, Medien gezielt zur Vermittlung und Visualisierung einsetzen
- Problemlösungskompetenz, in dem sie Problem erfassen und benennen, komplexe Problemstellungen zergliedern, Lösungswege entwickeln sowie Problemlösungen kritisch bewerten
- Transferkompetenz, in dem Sie theoretische Aspekte auf praktische Rahmenbedingungen übersetzen

Sozialkompetenz

Durch die erfolgreiche Absolvierung des Moduls sind die Studierenden in der Lage,

- Ergebnisse und Lösungen zu erwirken (Teamkompetenz)
- Konflikte verstehen, einordnen und analysieren zu können (Konfliktkompetenz)
- Prozesse nachvollziehen und überprüfe, ggf. auch korrigieren zu können (Führungskompetenz)

Selbst- bzw. Personalkompetenz

Die Studierenden erlangen

	<ul style="list-style-type: none"> • Sich selbst motivieren und eigene Lern- und Erfolgsprozesse überprüfen zu können (Selbstmanagement) • für das Erreichen von Studienleistungen einzustehen sowie • im Rahmen einer Gruppenarbeit für die Leistung der Gruppe (Verantwortung) • Handlungsalternativen zu erkennen und Konsequenzen von Entscheidungen abzuwägen und einschätzen können // Ziele priorisieren zu können // Sich Risiken einer Entscheidung bewusst machen und einschätzen zu können (Entscheidungskompetenz)
Verwendbarkeit des Moduls	Das Wissen, die Bewertung und der Einsatz neuer Geschäftsmodelle im Supply Chain Management ist nicht nur auf das Feld der Logistik beschränkt. Häufig existiert einerseits die Situation, dass Technologien zwar bekannt sind, konkrete Anwendungsgebiete aber nicht offensichtlich sind. Andererseits existieren Probleme und Idealvorstellungen bzgl. der Lösung, ohne dass technische Möglichkeiten bekannt sind. Das Modul schließt diese Lücke, in dem eine Verbindung zwischen IT-Grundwissen und der konkreten Überführung in Supply Chain Services geschaffen werden. Studierende werden zum vernetzten, fachübergreifenden Denken animiert.
Voraussetzungen für die Teilnahme	Zum erfolgreichen Absolvieren dieses Moduls wird Folgendes dringend empfohlen: Grundsätzliches Verständnis von unterschiedlichen Kundenforderungen und Bewusstsein über die Bedeutung bestehender Geschäftsmodelle.
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	Vorlesung, Praktische Übung, Seminar / Exkursion
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	<p>Ausgewählte Probleme des SCM (Lernwerkstatt)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Friedman, T.: Die Welt ist flach, 2008. • Lasch, R.: Strategisches und operatives Logistik-Management, Prozesse, 2018. • Lenz, T.: Supply Chain Management und Supply Chain Controlling in Handelsunternehmen, 2008. • Werner, H.: Kompakt Edition: Supply Chain Controlling, 2014. • Zentes, J.; Morschett, D.; Schramm-Klein, H.: Strategic Retail Management, 2016. <p>Geschäftsmodelle im SCM:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Florian Klug (Autor): Logistikmanagement in der Automobilindustrie: Grundlagen der Logistik im Automobilbau (VDI-Buch), 2. Auflage, Springer Vieweg, 12. Januar 2018 • Willibald Günthner (Herausgeber): Neue Wege in der Automobillogistik: Die Vision der Supra-Adaptivität, Springer, 2007 • Ingrid Göpfert: Automobillogistik: Stand und Zukunftstrends, 3. Auflage, Springer, 2017. • Hubert Biedermann: Ersatzteilmanagement: Effiziente Ersatzteillogistik für Industrieunternehmen (VDI-Buch), Auflage 2, Springer, Juni 2008 • Günther Pawellek (Autor): Integrierte Instandhaltung und Ersatzteillogistik: Vorgehensweisen, Methoden, Tools, Springer, 5. Oktober, 2012 • Kurt Matyas: Instandhaltungslogistik: Qualität und Produktivität steigern, 6. Überarbeitete Auflage, Carl Hanser Verlag GmbH & Co. KG; 11. April 2016 • Stoller, Christopher W.: Pharmalogistik: Prozesse – Instrumente – Praxisbeispiele, Springer, 2017 • Schulte, Christof: Logistik - Wege zur Optimierung der Supply Chain, 7. Auflage, Vahlen, München 2016.

BA_6060 Entrepreneurship			
Module code	6060		
Course of studies	Global Trade Management B.A. (full-time/dual) Internationales Logistikmanagement B.A. (full-time/dual) Digital Business Management B.A. (full-time/dual)		
Courses of the module	Entrepreneurship		
Module co-ordinator	Prof. Dr. Michael Graef		
Module lecturer(s)	Prof. Dr. Michael Graef		
Instruction language	English		
Amount of assigned credit points	5 ECTS-Points		
Semester hours per week	4 semester hours per week		
Total workload	150 hours	Contact time	45 hours
		Self-study time	105 hours
Semester of studies	6th or 7th semester		
Module type (compulsory, optional, etc.)	compulsory elective		
Module duration	one semester		
Frequency of the module offer	At least once a year		
Examination type / requirements for assigning credit points	Project work		
Duration of examination	The specific requirements concerning the project work will be announced at the beginning of the semester.		
Examination graded / not graded	Graded		
Weighting of the mark within the cumulative grade	According to ECTS-Points		
Content	<p>The development of entrepreneurial activities usually follows a certain logic / pathway:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Business idea 2. Checking the feasibility of the business idea 3. Develop a business plan around an opportunity 4. Raising money for development of the project <p>An entrepreneur has to deal in a business plan with</p> <ul style="list-style-type: none"> • Opportunity • People • Context • Risk and reward <p>Besides, an international facet of entrepreneurship combines elements of international business, entrepreneurship and strategies to form new and innovative activities that have the goal of value creation and growth in business organizations across national borders, i.e. they are scalable.</p> <p>Indicative syllabus:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Entrepreneur / Entrepreneurship 2. Finding the right business idea 3. Feasibility studies 4. Structure, target groups and contents of business plans 5. Business concept and business model 6. Management / entrepreneurial team 7. Sales forecast 8. Pricing 9. Market research 10. Competitor analysis 11. Generic competitive strategies 12. Marketing concept 		

	<ul style="list-style-type: none"> 13. Manufacturing / Input factors 14. Setting up the financial part of the business plan 15. Planning of revenues and receipts 16. Planning of expenses and expenditures 17. Liquidity planning 18. Forecast p&l statement 19. Forecast balance sheet 20. Financial requirements plan and finance planning 21. Finance your start-up 22. Writing the executive summary 23. The anatomy of a ten minutes pitch
Teaching and learning methods	<ul style="list-style-type: none"> • Lecture, interactive and workshop elements in groups for the development of feasible, customer-oriented business ideas, the creation of business models, and putting up a business plan; review of development steps in workshops; final presentations in the form of a pitching event in front of investors and stakeholders • The module includes lectures, interactive elements and group work elements; the students will have the opportunity to step inside the shoes of an entrepreneur and to develop all the important elements on the way of their own start-up in small teams of founders.
Trained competencies	Professional competence Methodological competence Social competence Self-competence
Syllabus plan	<p>Professional competence The students will be able to</p> <ul style="list-style-type: none"> • identify business ideas based on a lucrative, sustainable and value-based planning and will be able to market them • develop a feasibility analysis and a business plan for a business idea • develop business models configured for both national and international start-ups • understand the legal and financial framework for start-ups and to develop legal forms and formats of start-ups that are state-of-the-art in the entrepreneurship ecosystem and accepted by investors (competence in handling standards and frames) • develop all of these steps towards a complete and comprehensive plan for a start-up in international and intercultural teams in English language (course of open for international incoming students and for students from the faculty of tourism and informatics). <p>Methodological competence</p> <ul style="list-style-type: none"> • The students will broaden their existing knowledge by integrating various management skills and capabilities for the foundation of a start-up which will strengthen their interdisciplinary competence. • The students will develop critical thinking and reflecting skills re most important theories and components for enterprise formation (Entrepreneurship) which at the same time would be crucial for any kind of project or planning related tasks within a company (Intrapreneurship). • At the end of this course, the student has a toolbox full of instruments which would enable him to transfer business ideas into entrepreneurial activities and to find new ways for assessing new markets with creative business models. • Students will develop pitching and presentation competence by learning how to present business ideas and business models in workshops and in front of investors and stakeholders (e.g. by developing consistent pitch decks). <p>Social skills</p> <ul style="list-style-type: none"> • The virtual team foundation of a start-up will foster both practical competence such as formulation and development of complex and

	<p>holistic entrepreneurial approaches in the form of a business plan and key competences such as social competence by forging entrepreneurial solutions in partly intercultural teams of students or presentation skills by being required to present the start-up in a ten minute pitch in order to win institutional investors or other financial sources for the business idea.</p> <ul style="list-style-type: none"> • This will lead to particular challenges for and the respective development of team competence and cooperation competence (founding in a team). But also competence to handle conflicts while forging and developing start-ups' objectives and basic assumptions as well as while trading off entrepreneurial decisions in a team of founders with diverging characters and in front of investors when it comes to explaining and ring-fencing critical assumptions and plausibility. <p>Self-competence</p> <ul style="list-style-type: none"> • Setting up a business plan in a given time frame will require a lot of self-motivation, the ability to set up a plan and milestones for achievement and development of sub plans; good time management will be required in order to achieve the group objectives. • Identification of alternatives, taking decisions for and trading-off alternatives with imperfect information (decision making competence and competence of critical reflection). • Working in a team and combining various management skills will require change of perspectives and to fully contribute in order to achieve the group objectives
<p>Applicability of the module for other courses of study</p>	<ul style="list-style-type: none"> • The module is already open for students of the faculty of tourism and travel management of the Bachelor degree programs "Tourism and Travel management" and "International Tourism Management" and offered as elective subject in their curricula. The same applies for the students of the Bachelor degree programs of the faculty of informatics in "Business Informatics" and "Applied Informatics". • The module is open for international incoming students from partner universities of Worms University (through the International Center). As the module forms a module in many curricula of partner institutions, credits awarded are usually acknowledged by international partners. • The module builds a core module for many summer schools that the module coordinator has run on national and international level with partner institutions. It has been modified for partners such as Mainz University for the module "Entrepreneurship for Translators and Interpreters". •
<p>Prerequisites</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Ideally, the students are already familiar with the core modules and the respective management skills of the Bachelor program • Ability to work in groups • Interest in developing your own start-up / becoming self-employed • Excellent working skills in English language
<p>Special characteristics of the module (e.g. online teaching and coaching, field trips, guest lecturers, etc.)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • The module contains online elements (such as online discussion forums for the feasibility analysis or the business model development). The module contains guest lectures from founders, banks and investors. Besides, the module is connected to the entrepreneurship series and activities offered on campus by the Entrepreneurship Center. • While working on the business plans, the students have the opportunity to connect with the local and regional entrepreneurship ecosystem; their representatives on a regular basis join the final pitching nights at the end of the semester (starter center of chamber of commerce, Investitions- und Strukturbank Rheinland-Pfalz, business angels).
<p>Literature (compulsory reading / additional recommended literature)</p>	<p>Basic literature:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Barringer, Bruce, and Duane Ireland: Successfully Launching New Ventures, 6th edition, Upper Saddle River 2018. • Bhidé, Amar: The Questions Every Entrepreneur Must Answer, in

	<p>Harvard Business Review, November-December 1996.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Blank, Steve, and Bob Dorf: The Start-Up Owner's Manual, The Step-by-Step Guide for Building a Great Company, Pescadero 2012. • Bygrave, William D., and Andrew Zacharakis (eds.): The Portable MBA in Entrepreneurship, 4th edition, Hoboken 2010. • Bygrave, William D., and Andrew Zacharakis: Entrepreneurship, 3rd edition, Hoboken 2014. • Frynas, G., and K. Mellahi: Global strategic management, 3rd edition, Oxford 2014. • Hisrich, Robert, Michael Peters and Dean Shepherd: Entrepreneurship, 10th edition, New York 2016. • Hisrich, Robert D.: International Entrepreneurship: Starting, Developing, and Managing a Global Venture, 3rd edition, Thousand Oaks et al. 2016. • Kariv, Dafna: Entrepreneurship: An International Introduction, New York et al. 2011. • Kariv, Dafna: Female Entrepreneurship and the New Venture Creation: An International Overview, London 2012. • Kariv, Dafna and Susan Coleman: Creating the Social Venture, London 2015. • Mead, Richard and Tim G. Andrews: International Management: Culture and Beyond, 4th edition, Hoboken 2009. • Michalko, Michael: Thinkertoys – a handbook of creative-thinking techniques, 2nd edition, Ten Speed Press, New York 2006. • Osterwalder, Alexander, and Yves Pigneur: Business Model Generation, A Handbook for Visionaries, Game Changers and Challengers, Hoboken 2010. • Osterwalder, Alexander, Yves Pigneur et al.: Value Proposition Design: How to Create Products and Services Customers Want, Hoboken 2014. • Ries, Eric: The Lean Startup: How Today's Entrepreneurs Use Continuous Innovation to Create Radically Successful Businesses, London 2017. <p>Deepen your knowledge:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Barringer, Bruce: Preparing Effective Business Plans: An Entrepreneurial Approach, 2nd edition, Upper Saddle River 2014. • Bhide, Amar, How Entrepreneurs Craft Strategies That Work, in: Harvard Business Review, March-April 1994. • Blank, Steve: Why the Lean Start-Up Changes Everything, in: Harvard Business Review, May 2013. • Brush, Candida G. Nancy M. Carter and Elizabeth Gatewood: Clearing the Hurdles: Women Building High-Growth Businesses, Upper Saddle River et al. 2004. • Brush, Candida, Cristina Diaz-Garcia et al. (eds.): Women's Entrepreneurship in Global and Local Contexts, Cheltenham 2016. • Drucker, Peter: Innovation and Entrepreneurship, Amsterdam et al. 2007. • Hamermesh, Richard, Paul Marshall and Taz Pirmohamed: Note on Business Model Analysis for the Entrepreneur, Harvard Business School Press, Background Notes, January 2002. • Harvard Business School Press (ed.): Entrepreneur's toolkit, Tools and Techniques to Launch and Grow Your New Business, Harvard Business Essentials, Boston 2005 (in particular chapter on "Writing a Business Plan: The Basics") • Harvard Business School Press (ed.): Creating a Business Plan, Boston 2007. • Sahlman, William: How to Write a Great Business Plan, in: Harvard Business Review, July/August 1997, p. 98-108 • Scarborough, Norman M.: Essentials of Entrepreneurship and Small Business Management, 8th edition, Boston et al. 2015.
--	---

BA_6070 Innovation Management

Module code	6070		
Course of studies	Global Trade Management B.A. (full-time/dual) Internationales Logistikmanagement B.A. (full-time/dual) Digital Business Management B.A. (full-time/dual)		
Courses of the module	Innovationsmanagement / Innovation Management		
Module co-ordinator	Prof. Dr. Michael Graef		
Module lecturer(s)	Prof. Dr. Michael Graef		
Instruction language	English		
Amount of assigned credit points	5 ECTS-Points		
Semester hours per week	4 Semester hours per week		
Total workload	150 hours	Contact time	45 hours
		Self-study time	105 hours
Semester of studies	6th or 7th semester		
Module type (compulsory, optional, etc.)	compulsory elective		
Module duration	one semester		
Frequency of the module offer	at least once a year		
Examination type / requirements for assigning credit points	Written exam or project work The specific requirements concerning the examination type and requirements will be announced at the beginning of the semester.		
Duration of examination	120 minutes (if exam)		
Examination graded / not graded	Graded		
Weighting of the mark within the cumulative grade	According to ECTS-Points		
Syllabus plan	<p>The module Innovation management covers ways to motivate employees, the creation of a positive innovation culture, the importance of research and development in manufacturing companies, the creation of innovation groups in service organizations as well as innovation in the fields of products, technology and processes. Particular focus will be on:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Key aspects of Innovation Management (definitions and basic concepts, functions and duties, innovation policies) • Innovation strategies and typologies • Actors in innovation management • Innovation process (problem definition and initiation; idea generation and creativity; evaluation, selection and implementation; diffusion of innovation; innovation controlling) • Barriers to innovation (resistance, causes and reinforcements; overcoming resistance) • Organizational design and corporate culture • Protection of innovation (non-formal protection instruments; intellectual property; patents; protection strategies) • Innovation Success (dimensions; measurement, factors) <p>Indicative syllabus:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Key aspects of innovation management 2. Different Ways for Companies to Innovate 3. Innovation and economics 4. Contrasting services with manufacturing 5. Developing an innovation strategy 6. Blue Ocean Strategies 7. Generating creative customer-focused ideas 8. Selecting and managing an innovation portfolio 9. Implementing innovations 		

	<p>10. Creating an innovative culture 11. Boosting innovation performance 12. The future of innovation management</p>
Teaching and learning methods	<ul style="list-style-type: none"> • Lectures with interactive elements such as Case Studies • Creativity workshops with application of techniques and methods • Excursions to and integration of very innovative companies – including running workshops in cooperation with the companies (including development of concepts and working on innovation-specific problems and challenges of the companies)
Trained competencies	<p>Professional competence Methodological competence Social competence Self-competence</p>
Intended learning outcomes of the module	<p>Professional competence Students will</p> <ul style="list-style-type: none"> • understand the management of innovation as a central task of corporate management • develop the competence in using the relevant terminology for innovation management and in applying the respective concepts appropriately • know the stages, phases and characteristics of the corporate innovation process • be familiar with handling innovation-promoting and inhibitory forces <p>Methodological competence The student</p> <ul style="list-style-type: none"> • develops a holistic understanding of innovation management in technology driven companies and industries and understands the bracket between innovation strategy, innovation culture and innovation processes. • develops problem solving competence and transfer competence being able to prepare and to implement decisions relevant for innovation management processes • explores the interfaces with strategic management and marketing which will add to the interdisciplinary competence of the student. <p>Social competence</p> <ul style="list-style-type: none"> • Through the application of creativity techniques alone and in teams, students learn to trigger and moderate innovation processes (communication, team competence), to identify fundamental innovation trends and, thereby, to systematically generate future success potentials for a corporation (leadership competence). • Part of the course is also to identify the frontiers of innovation processes and the implementation of innovation in companies. • The student develops the communicative and instrumental methodological competence to integrate stakeholders in companies from the very beginning into innovation processes and to create an innovation climate and culture. <p>Self-competence</p> <ul style="list-style-type: none"> • Small case studies will allow the student to continuously check the learning progress and the applicability of knowledge (decision making competence) • Creativity process will sharpen the ability to change perspectives, to think outside the box and to develop new alternatives off the beaten track (reflection competence)
Applicability of the module for other courses of study	<ul style="list-style-type: none"> • The module Innovation Management is of generic nature and, thus, will be applicable in an interdisciplinary context in various study curricula and departments of the university due to the fact that innovation management in a wide definition is fundamentally relevant both for institutions and functions

	<ul style="list-style-type: none"> • The module is open for international and incoming students from partner universities as it forms part of many curricula of partner universities. • The module forms a basic module for various summer schools offered on national and international level with partner universities by the module-coordinator.
Prerequisites	<ul style="list-style-type: none"> • Ideally, the students are already familiar with relevant core modules and the respective core skills of the Bachelor program; special modules such as “Design Thinking & Business Models” might be an asset • Interest in understanding the success factors of innovative companies and innovation management • Excellent working skills in English language
Special characteristics of the module (e.g. online teaching and coaching, field trips, guest lecturers, etc.)	<ul style="list-style-type: none"> • Guest lectures by head of innovation departments and technology transfer of companies and corporations on various aspects of innovation management such as creating an innovation culture • Workshops in companies and corporations • Networking with the innovation-related offers of the university in the area of knowledge transfer (see KMU meets KMH)
Literature (compulsory reading / additional recommended literature)	<p>Basic literature:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ahmed, Pervaiz K., and Charles D. Shepherd: Innovation Management – Context, strategies, systems and processes, Prentice Hall/Pearson, Harlow et al. 2011. • Anthony, Scott: The Silver Lining, An Innovation Playbook for Uncertain Times, Boston 2009. • Anthony, Scott et al.: The Innovator’s Guide to Growth, Putting Disruptive Innovation to Work, Boston 2008. • Christensen, Clayton: Competing Against Luck: The Story of Innovation and Customer Choice, New York 2017. • Christensen, Clayton: The Innovator’s Dilemma: When New Technologies Cause Great Firms to Fail (Management of Innovation and Change), Boston 2016. • Goffin, Keith, and Rick Mitchell: Innovation Management, Effective Strategy and Implementation, 3rd edition, Palgrave Macmillan, New York et al. 2016. • Kim, Chan, and Renée Mauborgne Blue Ocean Shift: Beyond Competing - Proven Steps to Inspire Confidence and Seize New Growth, Boston 2017. • Kim, Chan, and Renée Mauborgne: Blue Ocean Strategy, Expanded Edition: How to Create Uncontested Market Space and Make the Competition Irrelevant, Boston 2015. • Trott, Paul, Innovation management and new product development, 6th edition, Prentice Hall/Pearson, Harlow et al. 2016. <p>Deepen your knowledge:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Fisch, Jan Hendrik, and Jan-Michael Ross: Fallstudien zum Innovationsmanagement, Methodengestützte Lösung von Problemen aus der Unternehmenspraxis, Wiesbaden 2009. • Harvard Business Press (Ed.): Managing creativity and innovation – Practical strategies to encourage creativity, Harvard Business Essentials, Boston 2003. • Schilling, Melissa A.: Strategic Management of Technological Innovation, 5th edition, Mc Graw Hill International Edition, New York et al. 2016. • Schumpeter, Joseph A.: The Theory of Economic Development, Boston 1934 (14th reprint 2008). • Smith, David: Exploring Innovation, 3rd edition, Mc Graw Hill International Edition, New York et al. 2015. <p>Deepen your knowledge creativity:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Harvard Business Press (Ed.): Fostering creativity – expert solutions to everyday challenges, Pocket Mentor Series, Boston 2010. • Michalko, Michael: Thinkertoys – a handbook of creative-thinking

	<p>techniques, 2nd edition, Ten Speed Press, New York 2006.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Wolff, Juergen: Creativity Now: Get Inspired, Create Ideas and Make Them Happen Now, London 2012. <p>Aufsätze:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Anthony, Scott, David S. Duncan and Pontus M.A. Siren: Ein 90-Tage-Plan für Innovationen, in: Innovation – Die besten Methoden, um neue Ideen zu entwickeln, Harvard Business Manager, Edition 1/2017, pp. 6-15. • Amabile, Teresa: How to Kill Creativity, in: Harvard Business Review, September-October 1998. • Furr, Nathan, and Jeffrey Dyer: Expedition ins Unbekannte, in: Innovation – Die besten Methoden, um neue Ideen zu entwickeln, Harvard Business Manager, Edition 1/2017, pp. 25-33. • Kim, Chan, and R. Mauborgne: Value innovation: The strategic logic of high growth, in: Harvard Business Review, Vol. 75, No. 1, 1997, pp. 103-112. • Nagji, Bansi, and Georg Tuff: Managing Your Innovation Portfolio: Spotlight on Innovation for the 21st Century, in: Harvard Business Review, May 2012. • Randall, Mark: Innovationen aus der Box, in: Innovation – Die besten Methoden, um neue Ideen zu entwickeln, Harvard Business Manager, Edition 1/2017, pp. 70-76. • Sawhney, Mohanbir, Robert Wolcott and Inigo Arroniz, The 12 Different Ways for Companies to Innovate, in: MIT Sloan Management Review, Vol 47, No. 3, Spring 2006, pp. 75-81.
--	--

BA_6080 International Controlling

Modul-Nr./ Code	6080		
Studiengang	Global Trade Management B.A. (klassisch/dual) Internationales Logistikmanagement B.A. (klassisch/dual) Digital Business Management B.A. (klassisch/dual)		
Lehrveranstaltungen des Moduls	Controlling in internationalen Unternehmen		
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Benno Feldmann		
Name der/des Hochschullehrer/s der Lehrveranstaltungen	Prof. Dr. Benno Feldmann		
Unterrichtssprache	Deutsch		
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	5 ECTS-Punkte		
SWS	4 SWS		
Gesamtworkload	150 Stunden	Kontaktzeit (auch virtuell)	45 Stunden
		Selbststudium	105 Stunden
Studiensemester	6. oder 7. Semester		
Art des Moduls (Pflicht, Wahl, etc.)	Wahlpflicht		
Dauer des Moduls	Ein Semester		
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Mindestens einmal pro Jahr; konkrete Informationen hierzu werden gemäß Rahmenprüfungsordnung der Hochschule Worms und Fachspezifischer Prüfungsordnung des Studiengangs rechtzeitig zu Semesterbeginn bekannt gegeben.		
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Hausarbeit; konkrete Angaben zu den Anforderungen der Prüfungsleistung werden gemäß Rahmenprüfungsordnung der Hochschule Worms und Fachspezifischer Prüfungsordnung des Studienganges rechtzeitig zu Beginn der Lehrveranstaltung bekannt gegeben.		
Prüfungsdauer	Der Umfang der Hausarbeit wird gemäß Rahmenprüfungsordnung und fachspezifischer Prüfungsordnung rechtzeitig zu Semesterbeginn bekannt gegeben.		
Prüfung benotet/ unbenotet	benotet		
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	Entsprechend der ECTS-Punkte		
Inhalte des Moduls	<ol style="list-style-type: none"> 1. Grundlagen, Begriffe und Konzepte des Controllings 2. Operative und strategische Aufgaben des Controllings 3. Ausgewählte strategische und operative Instrumente des Controllings international tätiger Unternehmen 4. Ausgewählte Bearbeitungsfälle 		
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	<p>Die Lehr- und Lernmethoden des Moduls orientierten sich grundsätzlich an einer evidenzbasierten und studierendenzentrierten Lehre, die einen deutlichen Fokus auf kollaborative Lernformen legt. Die ggf. heterogene Lerngruppe soll aktiv in den Prozess der akademischen Bildung involviert werden.</p> <p>Das Modul ist als Blended-Learning Veranstaltung aufgebaut, das verschiedene Lehr- und Lernformen integriert. Darüber hinaus bietet das Modul Möglichkeiten zu räumlich und zeitlich unabhängigem Lernen, mit flexibler Lerngeschwindigkeit.</p> <p>Das Modul beginnt mit einem Lehrgespräch zur Vermittlung der Grundlagen und Ziele des Controllings.</p> <p>Die Aufgaben des Controllings sind anschließend in Kleingruppen durch die Studierenden in Form eines „Wiki“ zu erarbeiten, der Lehrende führt die Lernenden im Dialog, gibt Hilfestellung und stellt die Qualitätskontrolle sicher. Die Beiträge der einzelnen Kleingruppen werden in einem Online-Portal zusammengefügt.</p> <p>In einer anwendungsorientierten Laborsituation findet danach ein Gruppendiskurs zu Nutzen und Grenzen verschiedener strategischer und</p>		

	operativer Controlling-Instrumente statt. Auf dieser Basis bildet schließlich eine Fallstudie den Abschluss des Moduls, in der das Erlernete integriert und angewandt wird.
Geförderte Kompetenzen	Fachkompetenz (30%) Methodenkompetenz (30%) Soziale Kompetenz (20%) Selbstkompetenz (20%)
Angestrebte Lernergebnisse des Moduls	<p>Fachkompetenz Die Studierenden erwerben ein breites und integriertes Wissen des internationalen Controllings und seiner konzeptionellen Grundlagen. Sie können die wichtigsten Controllingssysteme und –instrumente definieren, unterscheiden, die Zusammenhänge erläutern und kritisch beurteilen. Die Studierenden können ihre erworbenen Kenntnisse und Fähigkeiten auf konkrete und komplexe internationale unternehmerische Entscheidungssituationen anwenden und deren Anwendung kritisch hinterfragen.</p> <p>Methodenkompetenz Die Studierenden sind in der Lage, die wichtigsten Konzepte und Instrumente des internationalen Controllings zu analysieren, den Nutzen und die Grenzen ausgewählter Instrumente in geschäftlichen Situationen einzuschätzen, in Hinblick auf unternehmerische Konsequenzen verantwortungsvoll auszuwählen und gegebenenfalls der Situation entsprechend weiterzuentwickeln. Die Studierenden können ihr theoretisches Wissen und ihre Prozesskenntnisse als auch die Instrumente des Controllings so einsetzen, dass sie als Projektverantwortliche in der internationalen, betrieblichen Praxis, Problemlösungen im Bereich des strategischen und operativen Controllings entwickeln, durchführen und bewerten können. Sie reflektieren die Bedeutung von Zielkonflikten und beziehen Optimierungskriterien anwendungsorientiert in die Problemanalyse und Problemlösung mit ein.</p> <p>Soziale Kompetenz Die Studierenden sind in der Lage, komplexe Sachverhalte, die Funktionen des Controllings und unternehmerische Entscheidungen wissenschaftlich zu fundieren und zu unterstützen, gegenüber Fachleuten zu erläutern und argumentativ zu vertreten. In Gruppendiskussionen kommunizieren sie effektiv, konfliktlösungs-, konsens- und teamorientiert. Indem die Studierenden sich mit den Inhalten und Methoden des Internationalen Controllings reflexiv auseinandersetzen, werden sie befähigt, wesentliche Fragestellungen abzuleiten sowie strategische Entscheidungen gegenüber Fachleuten argumentativ herzuleiten, zu begründen und zu hinterfragen.</p> <p>Selbstkompetenz Die Studierenden erarbeiten sich fremde Sachverhalte und vertiefen neue Wissensgebiete des Internationalen Controllings im Selbststudium. Sie definieren Lern- und Arbeitsziele bewusst, strukturieren und gestalten den Lern- und Arbeitsprozess selbstständig und nachhaltig.</p>
Verwendbarkeit des Moduls	Controlling ist eine sog. Querschnittsfunktion im Unternehmen mit vielen Anknüpfungspunkten in typische BWL-Bereiche wie Finanzen, Einkauf, Produktion oder auch Logistik. Das Modul versetzt Studierende, die eine Fach- oder Führungsaufgabe anstreben, in die Lage, Gesamtzusammenhänge besser zu verstehen und sich über Wechselwirkungen bei der Optimierung des Unternehmens und dessen Steuerung bewusst zu sein. Auch Methoden und Instrumente, die nicht nur im Controlling hilfreich sind, werden aktiv trainiert und die Herangehensweise kann ohne Weiteres auf ähnliche Aufgaben der Veränderung und Gestaltung von Prozessen übertragen werden. Auch der (wiss.) Diskurs hat eine hohe Relevanz, weit über das Tätigkeitsfeld des Controllers hinaus.

Voraussetzungen für die Teilnahme	Zum erfolgreichen Absolvieren dieses Moduls wird Folgendes dringend empfohlen: Grundsätzliches Verständnis von Leistungserstellungsprozessen in Handels-, Industrie und Dienstleistungsunternehmen sowie Wissen um die Bedeutung des Controllings und die Notwendigkeit von Kennzahlen.
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	Lehrgespräch (tlw. Virtual Classroom) Blended Learning-Seminar mit Online-Anteilen Labor, Hausarbeit
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	<ul style="list-style-type: none"> • Atkinson, A., et al.: Management Accounting, 6th edition, Pearson, 2011. • Weber, J., Schäffer, U.: Einführung in das Controlling, 15. überarb. und erw. Auflage, Schäffer Poeschel, 2016. • Fischer, T.M. et al.: Controlling: Grundlagen, Instrumente und Entwicklungsperspektiven, 2. überarbeitete Auflage. Schäffer Poeschel, 2015. • Olfert, K., (Hrsg.): Controlling, NWB Verlag, 2018. • Horváth, P.: Controlling, 13. Komplett überarbeitete Auflage, Vahlen, 2015. • Baum, H.-G.: Strategisches Controlling, 5. Grundlegend neu bearbeitete und erweiterte Auflage, Schäffer Poeschel, 2013. • Horngren, C. T.: Introduction to Management Accounting, 16th edition, Pearson Education Limited, 2016. <p>Sonstige Unterlagen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Vorlesungsbegleitende (online-) Unterlagen und (online-) Übungen, (online-) Fallstudien, aktuelle Veröffentlichungen

BA_6090 Business Models 4.0, Mergers & Acquisitions

Modul-Nr./ Code	6090		
Studiengang	Global Trade Management B.A. (klassisch/dual) Internationales Logistikmanagement B.A. (klassisch/dual) Digital Business Management B.A. (klassisch/dual)		
Lehrveranstaltungen des Moduls	Business Models 4.0, Mergers & Acquisitions		
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Benno Feldmann		
Name der/des Hochschullehrer/s der Lehrveranstaltungen	Prof. Dr. Benno Feldmann		
Unterrichtssprache	Deutsch		
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	5 ECTS-Punkte		
SWS	4 SWS		
Gesamtworkload	150 Stunden	Kontaktzeit (auch virtuell)	45 Stunden
		Selbststudium	105 Stunden
Studiensemester	6. oder 7. Semester		
Art des Moduls (Pflicht, Wahl, etc.)	Wahlpflicht		
Dauer des Moduls	Ein Semester		
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Mindestens einmal pro Jahr; konkrete Informationen hierzu werden gemäß Rahmenprüfungsordnung der Hochschule Worms und Fachspezifischer Prüfungsordnung des Studiengangs rechtzeitig zu Semesterbeginn bekannt gegeben.		
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Projektarbeit. Konkrete Angaben zu den Anforderungen der Prüfungsleistung werden gemäß Rahmenprüfungsordnung der Hochschule Worms und Fachspezifischer Prüfungsordnung des Studienganges rechtzeitig zu Beginn der Lehrveranstaltung bekannt gegeben.		
Prüfungsdauer	Der Umfang der Projektarbeit wird gemäß Rahmenprüfungsordnung und fachspezifischer Prüfungsordnung rechtzeitig zu Semesterbeginn bekannt gegeben.		
Prüfung benotet/ unbenotet	benotet		
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	Entsprechend der ECTS-Punkte		
Inhalte des Moduls	Teil I: Geschäftsmodelle 1. Geschäftsmodellanalyse 2. Geschäftsmodellentwicklung und -innovation 3. Generische Geschäftsmodelle / -strategien Teil II: Mergers & Acquisitions 1. Strategischer Fit & Synergien 2. Unternehmensbewertung 3. Transaktionsstruktur und PMI-Planung		
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Die Lehr- und Lernmethoden des Moduls orientierten sich grundsätzlich an einer evidenzbasierten und studierendenzentrierten Lehre, die einen deutlichen Fokus auf kollaborative Lernformen legt. Die ggf. heterogene Lerngruppe soll aktiv in den Prozess der akademischen Bildung involviert werden. Das Modul ist als Blended-Learning Veranstaltung aufgebaut, das verschiedene Lehr- und Lernformen integriert. Darüber hinaus bietet das Modul Möglichkeiten zu räumlich und zeitlich unabhängigem Lernen, mit flexibler Lerngeschwindigkeit. Das Modul beginnt mit einem Lehrgespräch zur Vermittlung der Grundlagen und Ziele der Thematik. Die Erarbeitung der Thematik erfolgt in einer Stufen- bzw. Phasenweisen Projektarbeit anhand konkreter Unternehmensbeispiele. Die einzelnen Stufen entsprechen „Levels“ eines Spiels (Gamification) und sind an die		

	<p>Phasen einer Geschäftsmodellinnovation und deren Implementierung mittels M&A angelehnt. Der Lehrende führt die Lernenden im Dialog, gibt Hilfestellung und stellt die Qualitätskontrolle sicher. Die Beiträge der Studierenden werden in einem Online-Portal konsolidiert</p>
Geförderte Kompetenzen	<p>Fachkompetenz (30%) Methodenkompetenz (30%) Soziale Kompetenz (20%) Selbstkompetenz (20%)</p>
Angestrebte Lernergebnisse des Moduls	<p>Fachkompetenz Die Studierenden erwerben ein breites und integriertes Wissen der Geschäftsmodellentwicklung und seiner konzeptionellen Grundlagen. Sie können die wichtigsten M&A-Schritte und –instrumente definieren, unterscheiden, die Zusammenhänge erläutern, kritisch beurteilen. Die Studierenden können ihre erworbenen Kenntnisse und Fähigkeiten auf konkrete und komplexe internationale unternehmerische Entscheidungssituationen anwenden und deren Anwendung kritisch hinterfragen.</p> <p>Methodenkompetenz Die Studierenden sind in der Lage, die wichtigsten Konzepte und Instrumente der Geschäftsmodellentwicklung zu analysieren, den Nutzen und die Grenzen ausgewählter Instrumente in geschäftlichen Situationen einzuschätzen, in Hinblick auf unternehmerische Konsequenzen verantwortungsvoll auszuwählen und gegebenenfalls der Situation entsprechend weiterzuentwickeln. Die Studierenden können ihr theoretisches Wissen und ihre Prozesskenntnisse so einsetzen, dass sie als Projektverantwortliche in der internationalen, betrieblichen Praxis, Problemlösungen im Bereich der Geschäftsmodellentwicklung kreieren, durchführen und bewerten können. Sie reflektieren die Bedeutung von Zielkonflikten und beziehen Optimierungskriterien anwendungsorientiert in die Problemanalyse und Problemlösung mit ein.</p> <p>Soziale Kompetenz Die Studierenden sind in der Lage, komplexe Sachverhalte, die Prozesse der Geschäftsmodellentwicklung sowie M&A und unternehmerische Entscheidungen wissenschaftlich zu fundieren und zu unterstützen, gegenüber Fachleuten zu erläutern und argumentativ zu vertreten. In Gruppendiskussionen kommunizieren sie effektiv, konfliktlösungs-, konsens- und teamorientiert. Indem die Studierenden sich mit den Inhalten und Methoden der Geschäftsmodellentwicklung reflexiv auseinandersetzen, werden sie befähigt, wesentliche Fragestellungen abzuleiten sowie strategische Entscheidungen gegenüber Fachleuten argumentativ herzuleiten, zu begründen und zu hinterfragen.</p> <p>Selbstkompetenz Die Studierenden erarbeiten sich fremde Sachverhalte und vertiefen neue Wissensgebiete der Geschäftsmodellentwicklung und bei Anwendung im Rahmen von M&A-Transaktionen im Selbststudium. Sie definieren Lern- und Arbeitsziele bewusst, strukturieren und gestalten den Lern- und Arbeitsprozess selbstständig und nachhaltig.</p>
Verwendbarkeit des Moduls	<p>Geschäftsmodellentwicklung und M&A sind übergreifende Prozesse im Unternehmen mit vielen Anknüpfungspunkten in typische BWL-Bereiche wie Finanzen, Einkauf, Produktion oder auch Logistik. Das Modul versetzt Studierende, die eine Fach- oder Führungsaufgabe anstreben, in die Lage, Gesamtzusammenhänge besser zu verstehen und sich über Wechselwirkungen bei der Optimierung des Unternehmens und dessen Steuerung bewusst zu sein. Auch Methoden und Instrumente, die nicht nur funktionsspezifisch hilfreich sind, werden aktiv trainiert und die Herangehensweise kann ohne Weiteres auf ähnliche Aufgaben der Veränderung und Gestaltung von Prozessen übertragen werden. Auch der</p>

	(wiss.) Diskurs hat eine hohe Relevanz, weit über das Tätigkeitsfeld des Betriebswirts hinaus.
Voraussetzungen für die Teilnahme	Zum erfolgreichen Absolvieren dieses Moduls wird Folgendes dringend empfohlen: Grundsätzliches Verständnis von Leistungserstellungsprozessen in Handels-, Industrie und Dienstleistungsunternehmen sowie Wissen um die Bedeutung der Unternehmenssteuerung und -strategie.
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	Lehrgespräch (tlw. Virtual Classroom) Blended Learning-Seminar mit Online-Anteilen
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	<ul style="list-style-type: none"> • Gassmann, O., Frankenberger, K.: Geschäftsmodelle entwickeln, 2. Auflage, Carl Hanser Verlag GmbH & Co., 2017. • Nagel, A., Bozern, K.: Geschäftsmodelle 4.0, 1. Auflage, Springer Gabler, 2018. • Wirtz, B.: Business Model Management: Design - Instrumente - Erfolgsfaktoren von Geschäftsmodellen, 4. aktualisierte und überarb. Auflage, Springer Gable, 2018. • Linz, C., et al.: Radical Business Model Transformation: Gaining the Competitive Edge in a Disruptive World, Kogan Page, 2017. <p>Sonstige Unterlagen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Vorlesungsbegleitende (online-) Unterlagen und (online-) Übungen, (online-) Fallstudien, aktuelle Veröffentlichungen

BA_6100 Bilanz- und Jahresabschlussanalyse

Modul-Nr./ Code	6100		
Studiengang	Global Trade Management B.A. (klassisch/dual) Internationales Logistikmanagement B.A. (klassisch/dual) Digital Business Management B.A. (klassisch/dual)		
Lehrveranstaltungen des Moduls	Bilanz- und Jahresabschlussanalyse		
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Lars Jäger		
Name der/des Hochschullehrer/s der Lehrveranstaltungen	Prof. Dr. Lars Jäger		
Unterrichtssprache	Deutsch und Englisch		
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	5 ECTS		
SWS	4 SWS		
Gesamtworkload	150 Stunden	Kontaktzeit	45 Stunden
		Selbststudium	105 Stunden
Studiensemester	6. oder 7. Semester		
Art des Moduls (Pflicht, Wahl, etc.)	Wahlpflicht		
Dauer des Moduls	Ein Semester		
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Mindestens einmal pro Jahr		
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Klausur		
Prüfungsdauer	90 Minuten		
Prüfung benotet/ unbenotet	benotet		
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	Entsprechend der ECTS-Punkte		
Inhalte des Moduls	<ol style="list-style-type: none"> 1. Grundlagen und Ziele 2. Methodik und Analysearten 3. Datenerfassung und -aufbereitung 4. Vermögensstrukturanalyse 5. Kapitalstrukturanalyse 6. Anlagendeckung 7. Liquiditätsanalyse 8. Erfolgsanalyse 9. Bildung eines Gesamturteils 		
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	<p>Im Rahmen der Vorlesung wird ein Portfolio verschiedener Lern- und Lehrmethoden verwendet. Neben der klassischen Vorlesung zur Vermittlung theoretischer und praktischer Inhalte werden multimediale Inhalte mit aktuellem Praxisbezug thematisch passend präsentiert. Darüber hinaus erhalten die Studierenden ein Feedback zu ihren Lernfortschritten über Audienz Response Systeme (eLearning, „bring your own device“ - Ansatz (BYOD)), mit denen die fachspezifischen Kenntnisse der Studierenden kontinuierlich getestet werden. Daneben werden den Studierenden für das Selbststudium multimediale Übungen, Fallstudien (teils als Gruppenarbeit) und interaktive Selbsttests mit automatischer Auswertung zur Verfügung gestellt (Learning by Doing-Ansatz, eLearning). Da im Kontext der Bilanz- und Jahresabschlussanalyse insbesondere das Üben, das Erkennen und die Interpretation spezieller Unternehmensstrategien, Unternehmenssituationen und Chancen/Risiken im Vordergrund steht, erfolgt neben der Vorlesung ein umfangreiches Selbststudium zur Vor- und Nachbereitung der Inhalte im Rahmen eines Learning by Doing-Ansatzes. Dabei werden auch teamorientierte Übungen/Aufgaben angeboten, um die Diskussion/Austausch zu fördern und die Erkenntnisse für die Praxisanwendung zu vertiefen.</p> <p>Ebenso werden einzelne Veranstaltungen gemeinsam mit den Studierenden über das Internet abgehalten (Streaming) und</p>		

	Aufzeichnungen selbiger vorgenommen. Praxis-Gäste (vor Ort oder per Streaming über das Internet) zu bestimmten Inhalten sorgen für einen Einblick in spezielle Themen. Zusätzlich erhalten die Studierenden aktuelle Literaturempfehlungen zu theoretischen Inhalten und Praxisbeispielen zum Selbststudium.
Geförderte Kompetenzen	Fachkompetenz Methodenkompetenz Soziale Kompetenz Selbstkompetenz
Angestrebte Lernergebnisse des Moduls	<p>Fachkompetenz Kenntnis der Ziele und grundlegenden Methoden zur Analyse von Jahresabschlüssen nach deutschem Handels- und Steuerrecht (HGB und EStG) sowie nach den internationalen Rechnungslegungsvorschriften (IFRS).</p> <p>Kenntnis und Interpretation von wichtigen Kennzahlen der Jahresabschlussanalyse im Kontexte von Branchen, Peer-Groups, besonderen Unternehmensstrategien und -Situationen (Just-in-Time, Insolvenz, Gründung, Holding).</p> <p>Kenntnis der Limitierung der Analyse.</p> <p>Methodenkompetenz Kenntnis der wichtigsten Kennzahlen und Kennzahlensystemen sowie ihrer Interpretation. Im Ergebnis sollen die Studierenden in der Lage, sich ein Gesamturteil über die finanz- und erfolgswirtschaftliche Situation von Unternehmen zu bilden. Dabei werden auch Kenntnisse in der Anwendung von Kalkulationshilfen (ins. Excel und NWB-Software-Tools) und Recherchefähigkeiten (Bundesanzeiger, Statistiken, Studien Branchenwerte etc.) vermittelt. Jahresabschlüsse aus dem Bundesanzeiger</p> <p>Analyse-, Diskussions-, Kommunikations- und Präsentationskompetenz werden gefördert.</p> <p>Soziale Kompetenz Teamarbeit, Diskussionsfähigkeiten</p> <p>Selbstkompetenz Selbstmanagement, Selbstlernen, ausgeprägte geführte und eigenständigen Analyse-Übung ("Learning by doing"). Die Übungen sind in der Regel teamorientiert, so dass entsprechende Koordination (Termine und Vorgehensweise) bzw. Methodik (Software, Austausch, Kommunikationsmedium (Video, Smartphone, VideoChat, Mail, Präsenz etc.) eigenständig abzustimmen ist.</p>
Verwendbarkeit des Moduls	Ziel ist es vertiefte anwendungsorientierte Kenntnisse in Bezug auf die Bilanz- und Jahresabschlussanalyse zu vermitteln. Voraussetzung bei der Unternehmensfinanzierung (Corp. Finance auf Projektebene oder Gesamtunternehmensebene) stellt häufig die Frage dar, wie die Kennzahlen von Unternehmen bewertet werden. Insofern ergänzt dieses Modul die Corporate Finance-Thematik, um die zu Grunde liegende Analyse von Jahresabschlüssen und Branchenstatistiken. Die Analyse belastbarer Zahlen (i.d.R. Jahresabschlüsse) erweist sich in der Unternehmenspraxis als essentiell, insbesondere für strategische Entscheidungen und die Frage der Finanzierung. Insofern ist das Modul geeignet den Studierenden wichtige theoretische und praktische Grundlagen zu vermitteln, sie zur Anwendung zu befähigen und entsprechend Tätigkeit übergreifend in Unternehmen später einzusetzen.
Voraussetzungen für die Teilnahme	Zum erfolgreichen Absolvieren des Moduls werden dringend Kenntnisse in Buchführung, Bilanzierung nach HGB und IFRS, Unternehmensführung, Investition und Finanzierung empfohlen.
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	Onlineanteil, Audience-Response Systeme (Live und Online) mit „bring your own device“- Ansatz, Gastvorträge (Live und Online)

<p>Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Vorlesungsskript mit Übungen • Analyseübungen • Fallstudien • Brösel, G.: Bilanzanalyse – Unternehmensbeurteilung auf der Basis von HGB- und IFRS-Abschlüssen, 16. Auflage, Berlin 2017. • Gräfer, H. /Schneider, G. /Geerenkamp, T.: Bilanzanalyse: Traditionelle Kennzahlenanalyse des Einzeljahresabschlusses. Kapitalmarktorientierte Konzernjahresabschlussanalyse, 13. Auflage, Herne 2015. • Jäger, L./ Samstag, M. / Baumung, L.: Gebrauchte Bücher: Eine erste Markteinschätzung, 1. Auflage, Norderstedt 2017. • Krüger, G. H.: Jahresabschlussanalyse in KMU: Praxis-Leitfaden für Unternehmer und Berater, Herne 2014. • Küting, K. /Weber, C.-P.: Die Bilanzanalyse Beurteilung von Abschlüssen nach HGB und IFRS, 11. Auflage, Stuttgart 2015. • Schmidlin, N.: Unternehmensbewertung & Kennzahlenanalyse: Praxisnahe Einführung mit zahlreichen Fallbeispielen börsennotierter Unternehmen, 2. Auflage, München 2012. • Wehrmann/Schmitz: Jahresabschlussanalyse, 3. Auflage, Stuttgart 2009. • Wulf, I./ Wieland, J.: Kennzahlen IFRS-Abschluss: Ratios IFRS-Financial Statements, Weinheim 2013.
---	---

BA_6110 Corporate Finance

Modul-Nr./ Code	6110		
Studiengang	Global Trade Management B.A. (klassisch/dual) Internationales Logistikmanagement B.A. (klassisch/dual) Digital Business Management B.A. (klassisch/dual)		
Lehrveranstaltungen des Moduls	Corporate Finance		
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Lars Jäger		
Name der/des Hochschullehrer/s der Lehrveranstaltungen	Prof. Dr. Lars Jäger		
Unterrichtssprache	Deutsch und Englisch		
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	5 ECTS-Punkte		
SWS	4 SWS		
Gesamtworkload	150 Stunden	Kontaktzeit	45 Stunden
		Selbststudium	105 Stunden
Studiensemester	6. oder 7. Semester		
Art des Moduls (Pflicht, Wahl, etc.)	Wahlpflicht		
Dauer des Moduls	Ein Semester		
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Mindestens einmal pro Jahr		
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Klausur		
Prüfungsdauer	90 Minuten		
Prüfung benotet/ unbenotet	benotet		
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	Entsprechend der ECTS-Punkte		
Inhalte des Moduls	<ol style="list-style-type: none"> 1. Finanzmarktrisiken und Finanzierungsfolgen 2. Grundlagen des Finanzmanagements 3. Unternehmensfinanzierung / Kapitalstrukturpolitik 4. Kredite und Anleihen 5. Going Public 6. Private Equity 7. Leasing 8. Corporate Governance / Corporate Compliance 9. Fusionen / Übernahmen / Unternehmensbewertung 		
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	<p>Im Rahmen der Vorlesung wird ein Portfolio verschiedener Lern- und Lehrmethoden verwendet. Neben der klassischen Vorlesung zur Vermittlung theoretischer und praktischer Inhalte werden multimediale Inhalte mit aktuellem Praxisbezug thematisch passend präsentiert. Darüber hinaus erhalten die Studierenden ein Feedback zu ihren Lernfortschritten über Audienz Response Systeme (eLearning, „bring your own device“ - Ansatz (BYOD)), mit denen die fachspezifischen Kenntnisse der Studierenden kontinuierlich getestet werden. Daneben werden den Studierenden für das Selbststudium multimediale Übungen, Fallstudien (teils als Gruppenarbeit) und interaktive Selbsttests mit automatischer Auswertung zur Verfügung gestellt (Learning by Doing-Ansatz, eLearning). Ebenso werden einzelne Veranstaltungen gemeinsam mit den Studierenden über das Internet abgehalten (Streaming) und Aufzeichnungen selbiger vorgenommen. Praxis-Gäste (vor Ort oder per Streaming über das Internet) zu bestimmten Inhalten sorgen für einen Einblick in spezielle Themen. Zusätzlich erhalten die Studierenden aktuelle Literaturempfehlungen zu theoretischen Inhalten und Praxisbeispielen zum Selbststudium.</p>		
Geförderte Kompetenzen	Fachkompetenz Methodenkompetenz Soziale Kompetenz		

	Selbstkompetenz
Angestrebte Lernergebnisse des Moduls	<p>Fachkompetenz Beurteilung verschiedener Instrumente der Unternehmensfinanzierung und deren Implikationen.</p> <p>Methodenkompetenz Kenntnis verschiedener Methoden zur bank- und kapitalmarktorientierten und alternativen Unternehmensfinanzierung, Sicherheiten, Liquiditäts- und Forderungsmanagement, Managemententscheidungen und Einflüsse auf die Kapitalstruktur, Unternehmensbewertung, Insolvenzgründe und Insolvenzvermeidung. Präsentationstechniken durch die Ergebnispräsentationen und Diskussionsbeiträge.</p> <p>Nutzung von modernen Kommunikationsmedien im Rahmen des eLearning und der damit genutzten Tools (Desktopsharing, Online-Präsentation, LiveChats text- und videobasiert, Audience Response Systeme).</p> <p>Soziale Kompetenz Entscheidungs- und Diskussionskompetenz, Teamarbeit bei Fallstudien und Übungen).</p> <p>Selbstkompetenz Selbstmanagement, Selbstlernen, eigenständiges Üben (“Learning by doing“).</p>
Verwendbarkeit des Moduls	Ziel ist es, vertiefte anwendungsorientierte Kenntnisse in Bezug auf die Unternehmensfinanzierung und damit zusammenhängende strategische Entscheidungen zu vermitteln. Da die Frage der Finanzierung in den verschiedensten Formen, unabhängig vom Tätigkeitsbereich, von Unternehmen essenziell ist (in der Regel stellt die Frage der Finanzierung das notwendige Rückgrat von Projekten aller Art dar), stellt die Kenntnis der Inhalte des Moduls eine essenzielle Basis für die Entscheidungsfindung in Unternehmen aller Art und das Verständnis wirtschaftlichen Agierens dar. Insofern ist das Modul geeignet den Studierenden wichtige theoretische und praktische Grundlagen zu vermitteln, sie zur Anwendung zu befähigen und entsprechend ihrer Tätigkeit im Unternehmen später einzusetzen.
Voraussetzungen für die Teilnahme	Zum erfolgreichen Absolvieren dieses Moduls werden Grundkenntnisse in Investition und Finanzierung (Begrifflichkeiten und einfacher Methoden der Investitionsrechnung und Finanzierung) sowie Kenntnis betrieblicher Vorgänge und deren Bilanzierung dringend empfohlen.
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	Onlineanteil, Audience-Response Systeme (Live und Online) mit „bring your own device“- Ansatz, Gastvorträge (Live und Online)
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	<ul style="list-style-type: none"> • Vorlesungsskript mit Übungen • Interaktive Selbstlerneinheiten • Fallstudien • Becker, H. P., Peppmeier, A.: Investition und Finanzierung, 8. Auflage, Berlin u.a. 2018. • Copeland, T. E., Weston, J. F., Shastri, K.: Finanzierungstheorie und Unternehmenspolitik – Konzepte für kapitalmarktorientierte Unternehmensfinanzierung, 1. Auflage, München 2010. • Däumler, K.-D., Grabe, J.: Betriebliche Finanzwirtschaft, 10. Auflage, Herne 2013. • Ernst, D., Schneider, S., Thielen, B.: Unternehmensbewertungen erstellen und verstehen: Ein Praxisleitfaden, 6. Auflage, München 2017. • Gräfer, H., Schiller, B., Rösner, S.: Finanzierung – Grundlagen, Institutionen, Instrumente und Kapitalmarkttheorie, 8. Auflage, Berlin 2014. • Nadvornik, W., Brauneis, A., Grechenig, S., Herbst A., Schuschnig, T.: Praxishandbuch des modernen Finanzmanagements, 2. Auflage, Wien 2015. • Paul, S., Horsch, A.: Unternehmerische Finanzierungspolitik: Eine wertorientierte Einführung, Stuttgart 2017. • Perridon, L., Steiner, M., Rathgeber, A. W.: Finanzwirtschaft der

	<p>Unternehmung, 17. Auflage, München 2016.</p>
--	---

- Volkart, R., Wagner A.F.: Corporate Finance – Grundlagen von Finanzierung und Investition, 6. Auflage, Zürich 2014.

BA_6120 European Business and Economics

Module code	6120		
Course of studies	Global Trade Management B.A. (full-time/dual) Internationales Logistikmanagement B.A. (full-time/dual) Digital Business Management B.A. (full-time/dual)		
Courses of the module	European Economics		
Module co-ordinator	Prof. Dr. Martin Keim		
Module lecturer(s)	Prof. Dr. Martin Keim		
Instruction language	English		
Amount of assigned credit points	5 ECTS-Points		
Semester hours per week	4 semester hours per week		
Total workload	150 hours	Contact time	45 hours
		Self-study time	105 hours
Semester of studies	6th or 7th semester		
Module type (compulsory, optional, etc.)	compulsory elective		
Module duration	one semester		
Frequency of the module offer	at least once a year		
Examination type / requirements for assigning credit points	Written exam or paper with short presentation The specific requirements concerning the examination type and requirements will be announced at the beginning of the semester.		
Duration of examination	60 minutes (if exam)		
Examination graded / not graded	Graded		
Weighting of the mark within the cumulative grade	According to ECTS-Points		
Syllabus plan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Milestones of European Integration since 1945 2. European Institutions and Treaties 3. EU Institutions, Governance, and Decision Making 4. EU Budget and Common Agricultural Policy; Regional, Structural, Social, and Cohesion Policy 5. EU Internal Market and the Four Freedoms 6. Monetary and Currency Integration: Theory on Optimum Currency Area and the Implementation of the European Economic and Monetary Union 7. European Monetary Policy: Euro and ECB 8. Economic Systems and Transition 9. The EU Business Framework 10. EU Enlargement 11. European Neighbourhood Policy and Eurasian Union 12. Current Challenges and Future Options for Development 		
Teaching and learning methods	Lectures Exercises Self-study E-Learning		
Trained competencies	Professional competence Methodological competence Social competence Self-competence		
Intended learning outcomes of the module	Professional competence Students are able <ul style="list-style-type: none"> · to apply the basic theories of economics and politics to the corresponding fields of European economics · to identify economic trade-offs, and 		

	<ul style="list-style-type: none"> • to develop options for solutions. • to understand the interaction between national economic politics and European politics. <p>Methodological competence Students are able</p> <ul style="list-style-type: none"> • to question economic analysis critically, and • to present solutions according to the different schools of economic thinking • to understand interdependencies between economic developments and decision making on the micro level. <p>Social skills Students are able</p> <ul style="list-style-type: none"> • to follow complex economic discussions in the European environment, and • to contribute with own ideas based on the different economic schools. <p>Self-competence Students are able</p> <ul style="list-style-type: none"> • to research independently ongoing economic developments in the European environment, • to see that knowledge about European economics could help for better decision making in the business.
Applicability of the module for other courses of study	<p>The module can be used for all Bachelor programs at Worms University and, if applicable, further courses at other universities.</p> <p>The module is open for international incoming students from partner universities of Worms University (through the International Center).</p>
Prerequisites	The Modules Volkswirtschaft (BA_1700) and Wirtschaftspolitik (BA_1800)
Special characteristics of the module (e.g. online teaching and coaching, field trips, guest lecturers, etc.)	-
Literature (compulsory reading / additional recommended literature)	<ul style="list-style-type: none"> • Bache, I. et al.: Politics in the European Union, 4. Auflage, Oxford 2014. • Baldwin, R; Wyplosz, C.: The Economics of European Integration, 4th ed., McGraw-Hill, 2012. • Cini, M.: European Union Politics, 5. Auflage, Oxford 2016 • Guay, T.R.: The Business Environment of Europe – Firms, Governments, and Institutions, Cambridge 2014. • McCormick, J.: European Union Politics, 2. Auflage, Palgrave, 2015. <p>Additionally, selected texts on current topics in international economics will be provided, e.g.:</p> <ul style="list-style-type: none"> • European Central Bank: Various Monthly and Annual Reports. • European Commission: European Economic Forecast. • European Commission: Public Finances in EMU. • European Commission: Quarterly Report on the Euro Area.

BA_6130 Wirtschaftspsychologie

Modul-Nr./ Code	6130		
Studiengang	Global Trade Management B.A. (klassisch/dual) Internationales Logistikmanagement B.A. (klassisch/dual) Digital Business Management B.A. (klassisch/dual)		
Lehrveranstaltungen des Moduls	Wirtschaftspsychologie		
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Martin Keim		
Name der/des Hochschullehrer/s der Lehrveranstaltungen	Prof. Dr. Martin Keim		
Unterrichtssprache	Deutsch		
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	5 ECTS-Punkte		
SWS	4 SWS		
Gesamtworkload	150 Stunden	Kontaktzeit	45 Stunden
		Selbststudium	105 Stunden
Studiensemester	6. oder 7. Semester		
Art des Moduls (Pflicht, Wahl, etc.)	Wahlpflicht		
Dauer des Moduls	Ein Semester		
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Mindestens einmal pro Jahr		
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Klausur		
Prüfungsdauer	60 Minuten		
Prüfung benotet/ unbenotet	benotet		
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	Berechnet sich gemäß Prüfungsordnung anteilig aus der Gewichtung des Moduls an den gesamten ECTS-Punkten des Studiums.		
Inhalte des Moduls	<ol style="list-style-type: none"> 1. Einführung in psychologische Konzepte 2. Forschungsmethoden zur Datenerfassung und -verarbeitung 3. Rationale vs. Irrationale Entscheidungsfindung im unternehmerischen Kontext 4. Neurowissenschaftliche Grundlagen 5. Sensorische Prozesse, Wahrnehmung und Aufmerksamkeit 6. Lernen und Gedächtnis 7. Denken, Entscheiden und Problemlösen 8. Motivation und Emotion 9. Gesundheit, Stress und Bewältigungsstile 10. Persönlichkeitsfaktoren und Persönlichkeitstypen 11. Ansätze der Entwicklungspsychologie 12. Entwicklung und Veränderung über die Lebensspanne in verschiedenen Funktionsbereichen (physische, kognitive, emotionale und soziale Entwicklung), insbesondere im Erwachsenenalter 13. Einführung in diagnostische Verfahren 		
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Vorlesungen Übungen Selbststudium E-Learning		
Geförderte Kompetenzen	Fachkompetenz Methodenkompetenz Soziale Kompetenz Selbstkompetenz		
Angestrebte Lernergebnisse des Moduls	<p>Fachkompetenz Die Studierenden sind in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> · Konzepte der Psychologie auf unternehmensrelevante Fragestellungen anzuwenden. · das Erleben, Entscheiden und Verhalten von Individuen und Gruppen 		

	<p>im unternehmensbezogenen Kontext zu verstehen, zu prognostizieren und zu überprüfen.</p> <ul style="list-style-type: none"> interdisziplinäre Führungsansätze einzusetzen. gewonnene Daten mit einschlägigen, weiterführenden statistischen Methoden aufzubereiten und zu interpretieren. <p>Methodenkompetenz Die Studierenden sind in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> interdisziplinäre Phänomene aus Sicht der Betriebswirtschaft und der Psychologie zu verstehen. die beiden nicht selten unterschiedlichen Sichtweisen zu gemeinsamen lösungsorientierten Kompromissen zusammenzuführen. weiterführende statistische Arbeiten mit SPSS durchzuführen. <p>Soziale Kompetenz Die Studierenden sind in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> unternehmerische Entscheidungen durch gelerntes Wissen angemessen unterstützen zu können. psychologische Phänomene auch im Alltagsleben anwenden zu können. experimentelle Forschungsaufgaben in wirtschaftlichen Unternehmen zu unterstützen. und den Forschungsprozess auch angemessen kommunizieren zu können. somit die gesellschaftliche und wirtschaftliche Wohlfahrt erhöhen zu können. <p>Selbstkompetenz Die Studierenden sind in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> wirtschaftspsychologische Studien eigenständig rezipieren und hinterfragen zu können. alternative Ansätze diesen gegenüber zu stellen. im späteren Selbststudium neuere Entwicklungen und Phänomene eigenständig zu verstehen und kritisch zu überprüfen.
Verwendbarkeit des Moduls	Business Psychology (Master)
Voraussetzungen für die Teilnahme	Zum erfolgreichen Absolvieren dieses Moduls wird ein Verständnis bisheriger vermittelter Studieninhalte, insbesondere Statistik, Marktforschung und grundlegender betriebswirtschaftlicher Fächer empfohlen.
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	<ul style="list-style-type: none"> Freiwillige experimentelle Untersuchungen werden angeboten Besuche von Forschungslaboratorien sind eingeplant Im E-Learning werden passende statistische Verfahren, angewendet mit SPSS, in Form von Lernvideos und Übungsaufgaben behandelt
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	<ul style="list-style-type: none"> Backhaus, K. et al.: Multivariate Analysemethoden – Eine anwendungsorientierte Einführung, 14. Auflage, Springer, 2016. Eid/Gollwitzer/Schmitt: Statistik und Forschungsmethoden, 2. Auflage, Beltz, 2015. Eysenck, M.W.: Cognitive Psychology – A Student's Handbook, 2. Auflage, Psychology Press, 2015. Fetchenhauer, D.: Psychologie, 2. Auflage, Vahlen, 2018. Gerrig, R.J.: Psychologie, 20. Auflage, Pearson, 2016. Hossiep, R.; Mühlhaus, O.: Personalauswahl und –entwicklung mit Persönlichkeitstests, 2. Auflage, Hogrefe, 2015. Kirchler, E.: Wirtschaftspsychologie – Individuen, Gruppen, Märkte, Staat, 4. Auflage, Hogrefe, 2011. Landes, M.; Steiner, E. (Hrsg.) (2013): Psychologie der Wirtschaft, Springer. Lang, F. R. et al.: Entwicklungspsychologie – Erwachsenenalter, Hogrefe, 2012. Myers, D.G.: Psychologie, 3. Auflage, Springer, 2014. Pfister, H.-R. et al.: Die Psychologie der Entscheidung – Eine Einführung, 4. Auflage, Springer, 2017.

- | | |
|--|---|
| | <ul style="list-style-type: none">• Röhner, J.; Schütz, A.: Psychologie der Kommunikation, 2. Auflage, Springer, 2016.• Weber, H.; Rammsayer, T.: Differentielle Psychologie – Persönlichkeitsforschung, Hogrefe, 2012.• Werth, L.: Psychologie für die Wirtschaft – Grundlagen und Anwendungen, Spektrum, 2010.• Wiswede, G.: Einführung in die Wirtschaftspsychologie, 5. Auflage, UTB, 2012.• weitere aktuelle wissenschaftliche Publikationen und Artikel |
|--|---|

Praxismodule

BA_7000 Praxissemester			
Modul-Nr./ Code	7000		
Studiengang	Global Trade Management B.A. (klassisch/dual) Internationales Logistikmanagement B.A. (klassisch/dual) Digital Business Management B.A. (klassisch/dual)		
Lehrveranstaltungen des Moduls	Praxissemester		
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Stefan Lubritz		
Name der/des Hochschullehrer/s der Lehrveranstaltungen	-		
Unterrichtssprache	Sprache hängt vom Ort der Tätigkeit ab		
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	30 ECTS		
SWS	-		
Gesamtworkload	900 Stunden	Kontaktzeit (Betreuung)	10 Stunden
		Selbststudium	890 Stunden
Studiensemester	5. Semester (siebensemestriigen Studienverlaufsvariante)		
Art des Moduls (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflicht		
Dauer des Moduls	Ein Semester (20 Wochen)		
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Jedes Semester		
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Aktive Teilnahme + Praktikumsbericht		
Prüfungsdauer	-		
Prüfung benotet/ unbenotet	unbenotet		
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	0%		
Inhalte des Moduls	<p>Aufgaben- und Einsatzgebiet wird im Rahmen des Bewerbungsprozesses zwischen der/dem Studierenden/m und unternehmensseitigem Betreuer festgelegt und durch den hochschulseitigen Betreuer geprüft. In Abhängigkeit vom gewählten bzw. zugewiesenen Aufgabengebiet wird der/die Studierende im betreuenden Unternehmen in die Bearbeitung von konkreten betriebswirtschaftlichen Fragestellungen eingebunden. Dies kann neben Projektarbeit auch die Mitwirkung im Tagesgeschäft, ggfs. auch in verschiedenen Unternehmensbereichen, umfassen. Durch die kontinuierliche Betreuung im Unternehmen wird sichergestellt, dass die angestrebten Kompetenzziele erreicht werden.</p>		
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	-		
Geförderte Kompetenzen	Fachkompetenz Methodenkompetenz Soziale Kompetenz Selbstkompetenz		
Angestrebte Lernergebnisse des Moduls	<p>Die Studierenden kennen die typischen Abläufe und Problemstellungen des Unternehmens bzw. der von ihnen gewählten Abteilung. Sie sind in der Lage, ihr zuvor erlangtes theoretisches Wissen im Kontext ihrer Praxiserfahrungen zu reflektieren.</p> <p>Fachkompetenz In Abhängigkeit der Aufgabengebiete, die im Rahmen des praktischen Studiensemesters zu bearbeiten sind, sind folgende grundlegende Fachkenntnisse zu vertiefen und zu festigen, insb. aufgabenspezifische betriebswirtschaftliche Kompetenz, IT-Kompetenz auf Anwenderniveau, Sprachkompetenz, Kompetenz im Umgang mit Standards und Rechtsrahmen.</p>		

	<p>Methodenkompetenz Kompetenz im Umgang mit fachspezifischen Methoden, Verfahren, Arbeitsmitteln und Materialien, Präsentationskompetenz, Problemlösungskompetenz, Medienkompetenz, Transferkompetenz</p> <p>Soziale Kompetenz Kompetenz in der Inter- und Intra-Teamkommunikation, Teamkompetenz, Kooperationskompetenz, Kulturkompetenz, Konfliktkompetenz</p> <p>Selbstkompetenz Vertiefung und Festigung des Selbstmanagements (Zeit, Ressourcen, Selbstständigkeit), Reflexion sowie Entscheidungskompetenz</p>
Verwendbarkeit des Moduls	
Voraussetzungen für die Teilnahme	<ul style="list-style-type: none"> • In Abhängigkeit der Aufgabengebiete, die im Rahmen des praktischen Studiensemesters zu bearbeiten sind, sind grundlegende Fachkenntnisse und Fertigkeiten, die i.d.R. in den Modulen der ersten vier Studiensemester erworben werden sollen, vorzuweisen. Ferner ist sicherzustellen, dass die im betreuenden Unternehmen vorrangig angewandten Sprachen (i.d.R. Landessprache und Englisch) auf einem Niveau beherrscht werden, das die Mitwirkung nicht einschränkt. • Mindestens 90 ECTS aus abgeschlossenen Modulen im Rahmen des Bachelorstudiums müssen erreicht sein
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	Das Praxissemester ist in der siebensemestrigen Studienverlaufvariante im Ausland zu absolvieren. Über Ausnahmen entscheidet der Prüfungsausschuss.
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	Ggf. themenspezifische Fachliteratur

BA_7100 Praxismodul I			
Modul-Nr./ Code	7100		
Studiengang	Global Trade Management B.A. (dual) Internationales Logistikmanagement B.A. (dual) Digital Business Management B.A. (dual)		
Lehrveranstaltungen des Moduls	Praxismodul I		
Modulverantwortliche/r	Jeweilige/r Studiengangleiter/in		
Name der/des Hochschullehrer/s der Lehrveranstaltungen	Betreuende Lehrperson des jeweiligen Studiengangs		
Unterrichtssprache	Deutsch oder Englisch (je nach Firmenkonvention)		
Zahl der zugewiesenen ECTS-Credits	5 ECTS-Punkte		
SWS	0 SWS		
Gesamtworkload	150 Stunden	Kontaktzeit (Betreuung)	2 Stunden
		Selbststudium	148 Stunden
Studiensemester	1. Semester		
Art des Moduls (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflicht		
Dauer des Moduls	Zwischen den Präsenzphasen des 1. und 2. Semesters		
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Jedes Semester		
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Studienleistung: Aktive Teilnahme + Praktikumsbericht		
Prüfungsdauer	-		
Prüfung benotet/ unbenotet	unbenotet		
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	0%		
Inhalte des Moduls	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kennenlernen des Unternehmens 2. Erarbeitung einer Unternehmens-Übersicht für den Praxisbericht 3. Gegenüberstellung der studiengangsspezifischen Belange des Unternehmens (z. B. Logistik, Außenhandel, Digitalisierung) und der Modulinhalt des Studiums (auch mit Blick auf die Wahlpflichtmodule) 4. Entwurf eines Plans für den Ablauf und die Ausrichtung der Praxismodule in Diskussion mit Unternehmen (fachlich begleitende Person) und Hochschule (betreuende Lehrperson) 		
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Externes Praktikum im kooperierenden Unternehmen		
Geförderte Kompetenzen	Fachkompetenz Methodenkompetenz Soziale Kompetenz Selbstkompetenz		
Angestrebte Lernergebnisse des Moduls	Nach erfolgreichem Absolvieren dieses Moduls sind die Studierenden in der Lage, <ul style="list-style-type: none"> • die Struktur und Zielsetzung des kooperierenden Unternehmens zu erklären • sich in das Team des Unternehmens zu integrieren • die Bedeutung der Studieninhalte im Unternehmen einzuschätzen • die Bedeutung der Studieninhalte (insbesondere des ersten Semesters) für die Arbeit im Unternehmen zu reflektieren • einen ersten Bezug der Studieninhalte (Module) zu den studiengangsspezifischen Belangen des Unternehmens zu setzen • einen ersten Plan (Entwurf) zu Ablauf und Ausrichtung der Praxismodule zu erstellen und zu diskutieren 		
Verwendbarkeit des Moduls	Alle nachfolgenden Module		
Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine		

<p>Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)</p>	<p>In der Praktikumszeit ist den Studierenden im Unternehmen hinreichend Zeit und Unterstützung zur Erstellung des Praktikumsberichts zu geben. Im Unternehmen sollen die Studierenden durch eine fachlich anleitende Person unterstützt werden. Die Inhalte des Praktikumsberichts ergeben sich aus den oben genannten Modulinhalten.</p>
<p>Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)</p>	<p>Nicht relevant</p>

BA_7200 Praxismodul II			
Modul-Nr./ Code	7200		
Studiengang	Global Trade Management B.A. (dual) Internationales Logistikmanagement B.A. (dual) Digital Business Management B.A. (dual)		
Lehrveranstaltungen des Moduls	Praxismodul II		
Modulverantwortliche/r	Jeweilige/r Studiengangleiter/in		
Name der/des Hochschullehrer/s der Lehrveranstaltungen	Betreuende Lehrperson des jeweiligen Studiengangs		
Unterrichtssprache	Deutsch oder Englisch (je nach Firmenkonvention)		
Zahl der zugewiesenen ECTS-Credits	5 ECTS-Punkte		
SWS	0 SWS		
Gesamtworkload	150 Stunden	Kontaktzeit (Betreuung)	2 Stunden
		Selbststudium	148 Stunden
Studiensemester	2. Semester		
Art des Moduls (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflicht		
Dauer des Moduls	Zwischen den Präsenzphasen des 2. und 3. Semesters		
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Jedes Semester		
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Studienleistung: Aktive Teilnahme + Praktikumsbericht		
Prüfungsdauer	-		
Prüfung benotet/ unbenotet	unbenotet		
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	0%		
Inhalte des Moduls	<ol style="list-style-type: none"> 1. Aktualisierung des Plans für den Ablauf und die Ausrichtung der Praxismodule in Diskussion mit dem Unternehmen (dem Betreuer vor Ort) und der Hochschule (der betreuenden Lehrperson), insbesondere im Hinblick auf die Tätigkeitsschwerpunkte im Unternehmen und die Wahlpflichtmodule 2. Fachliche Analyse der erlebten Arbeitswirklichkeit in Bezug auf die an der Hochschule erworbenen theoretischen Kenntnisse 3. Darstellung und Diskussion der Analyseergebnisse im Praktikumsbericht und in einem Referat 		
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Externes Praktikum im kooperierenden Unternehmen		
Geförderte Kompetenzen	Fachkompetenz Methodenkompetenz Soziale Kompetenz Selbstkompetenz		
Angestrebte Lernergebnisse des Moduls	Nach erfolgreichem Absolvieren dieses Moduls sind die Studierenden in der Lage, <ul style="list-style-type: none"> • den Plan zu Ablauf und Ausrichtung der Praxismodule den neuen Erkenntnissen anzupassen und ihn zu diskutieren • die Bedeutung der Studieninhalte (insbesondere des ersten und zweiten Semesters) für die Arbeit im Unternehmen zu reflektieren • die im ersten und zweiten Semester erworbenen Kompetenzen im Arbeitsalltag des Unternehmens zu erproben • fachliche Bezüge aus dem im Unternehmen erlebten Arbeitsalltag zu Modulhalten des ersten und zweiten Semesters herzustellen und daraus • Arbeitsabläufe (Praxis) und Theorie (Modulinhalte des ersten und zweiten Semesters) zu hinterfragen 		
Verwendbarkeit des Moduls	Alle nachfolgenden Module		

Voraussetzungen für die Teilnahme	Praxismodul I
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	In der Praktikumszeit ist den Studierenden im Unternehmen hinreichend Zeit und Unterstützung zur Erstellung des Praktikumsberichts zu geben. Im Unternehmen sollen die Studierenden durch eine fachlich anleitende Person unterstützt werden. Die Inhalte des Praktikumsberichts ergeben sich aus den oben genannten Modulinhalten.
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	Nicht relevant

BA_7300 Praxismodul III			
Modul-Nr./ Code	7300		
Studiengang	Global Trade Management B.A. (dual) Internationales Logistikmanagement B.A. (dual) Digital Business Management B.A. (dual)		
Lehrveranstaltungen des Moduls	Praxismodul III		
Modulverantwortliche/r	Jeweilige/r Studiengangleiter/in		
Name der/des Hochschullehrer/s der Lehrveranstaltungen	Betreuende Lehrperson des jeweiligen Studiengangs		
Unterrichtssprache	Deutsch oder Englisch (je nach Firmenkonvention)		
Zahl der zugewiesenen ECTS-Credits	5 ECTS-Punkte		
SWS	0 SWS		
Gesamtworkload	150 Stunden	Kontaktzeit (Betreuung)	2 Stunden
		Selbststudium	148 Stunden
Studiensemester	3. Semester		
Art des Moduls (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflicht		
Dauer des Moduls	Zwischen den Präsenzphasen des 3. und 4. Semesters		
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Jedes Semester		
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Studienleistung: Aktive Teilnahme + Praktikumsbericht		
Prüfungsdauer	-		
Prüfung benotet/ unbenotet	unbenotet		
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	0%		
Inhalte des Moduls	<ol style="list-style-type: none"> 1. Aktualisierung des Plans für den Ablauf und die Ausrichtung der Praxismodule in Diskussion mit dem Unternehmen (dem Betreuer vor Ort) und der Hochschule (der betreuenden Lehrperson), insbesondere im Hinblick auf die studiengangrelevanten Schwerpunkte im Unternehmen und die Wahlpflichtmodule 2. Fachliche Analyse der erlebten Arbeitswirklichkeit in Bezug auf die an der Hochschule erworbenen theoretischen Kenntnisse. Ein Hauptaugenmerk sollte auf Materialfluss und Produktionsplanung sowie Prozesssicherheit durch IT-gestützte Systeme liegen 3. Darstellung und Diskussion der Analyseergebnisse im Praktikumsbericht 		
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Externes Praktikum im kooperierenden Unternehmen		
Geförderte Kompetenzen	Fachkompetenz Methodenkompetenz Soziale Kompetenz Selbstkompetenz		
Angestrebte Lernergebnisse des Moduls	Nach erfolgreichem Absolvieren dieses Moduls sind die Studierenden in der Lage, <ul style="list-style-type: none"> • den Plan zum Ablauf und zur Ausrichtung der Praxismodule weiter zu verfeinern und ihn zu diskutieren • die Bedeutung der Studieninhalte für die Arbeit im Unternehmen zu reflektieren • die in den ersten drei Semestern erworbenen Kompetenzen im Arbeitsalltag des Unternehmens zu erproben • das Zusammenspiel der einzelnen Unternehmensbereiche und Abteilungen darzustellen und vor allem die Bedeutung des Studienschwerpunktes für die einzelnen Bereiche zu erläutern 		
Verwendbarkeit des Moduls	Alle nachfolgenden Module		

Voraussetzungen für die Teilnahme	Praxismodul I + II
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	In der Praktikumszeit ist den Studierenden im Unternehmen hinreichend Zeit und Unterstützung zur Erstellung des Praktikumsberichts zu geben. Im Unternehmen sollen die Studierenden durch eine fachlich anleitende Person unterstützt werden. Die Inhalte des Praktikumsberichts ergeben sich aus den oben genannten Modulinhalten.
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	Nicht relevant

BA_7400 Praxismodul IV			
Modul-Nr./ Code	7400		
Studiengang	Global Trade Management B.A. (dual) Internationales Logistikmanagement B.A. (dual) Digital Business Management B.A. (dual)		
Lehrveranstaltungen des Moduls	Praxismodul IV		
Modulverantwortliche/r	Jeweilige/r Studiengangleiter/in		
Name der/des Hochschullehrer/s der Lehrveranstaltungen	Betreuende Lehrperson des jeweiligen Studiengangs		
Unterrichtssprache	Deutsch oder Englisch (je nach Firmenkonvention)		
Zahl der zugewiesenen ECTS-Credits	5 ECTS-Punkte		
SWS	0 SWS		
Gesamtworkload	150 Stunden	Kontaktzeit (Betreuung)	2 Stunden
		Selbststudium	148 Stunden
Studiensemester	4.		
Art des Moduls (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflicht		
Dauer des Moduls	Zwischen den Präsenzphasen des 4. und 5. Semesters		
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Jedes Semester		
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Studienleistung: Aktive Teilnahme + Praktikumsbericht		
Prüfungsdauer	-		
Prüfung benotet/ unbenotet	unbenotet		
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	0%		
Inhalte des Moduls	<ol style="list-style-type: none"> 1. Aktualisierung des Plans für den Ablauf und die Ausrichtung der Praxismodule in Diskussion mit dem Unternehmen (dem Betreuer vor Ort) und der Hochschule (der betreuenden Lehrperson), insbesondere im Hinblick auf das bevorstehende Praxissemester (bzw. bei der sechssemestrigen Studienverlaufsvariante die bevorstehende Wahl der Wahlpflichtmodule) 2. Fachliche Analyse der erlebten Arbeitswirklichkeit in Bezug auf die an der Hochschule erworbenen theoretischen Kenntnisse 3. Darstellung und Diskussion der Analyseergebnisse im Praktikumsbericht und im Referat 4. Formulierung von Ergänzungen/Ideen zur gegenseitigen Befruchtung von erlernter Theorie und erlebter Praxis 		
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Externes Praktikum im kooperierenden Unternehmen		
Geförderte Kompetenzen	Fachkompetenz Methodenkompetenz Soziale Kompetenz Selbstkompetenz		
Angestrebte Lernergebnisse des Moduls	Nach erfolgreichem Absolvieren dieses Moduls sind die Studierenden in der Lage, <ul style="list-style-type: none"> • den Plan zum Ablauf und zur Ausrichtung der Praxismodule weiter zu verfeinern und ihn zu diskutieren • die Bedeutung der Studieninhalte der möglichen Wahlpflichtmodule für die Arbeit im Unternehmen zu reflektieren • Fachliche Bezüge aus dem im Unternehmen erlebten Arbeitsalltag zu den bisher erworbenen Kenntnissen herzustellen und daraus • sinnvolle Wahlpflichtmodule und mögliche Einsatzgebiete für die kommenden Praxisphasen abzuleiten • aus der Konfrontation mit Theorie und Praxis neue Ideen und Umsetzungsmöglichkeiten für beide Bereiche vorzuschlagen und zu 		

	diskutieren
Verwendbarkeit des Moduls	Alle nachfolgenden Module
Voraussetzungen für die Teilnahme	Praxismodul I - III
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	In der Praktikumszeit ist den Studierenden im Unternehmen hinreichend Zeit und Unterstützung zur Erstellung des Praktikumsberichts zu geben. Im Unternehmen sollen die Studierenden durch eine fachlich anleitende Person unterstützt werden. Die Inhalte des Praktikumsberichts ergeben sich aus den oben genannten Modulinhalten.
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	Nicht relevant

BA_7500 Praxismodul V			
Modul-Nr./ Code	7500		
Studiengang	Global Trade Management B.A. (dual) Internationales Logistikmanagement B.A. (dual) Digital Business Management B.A. (dual)		
Lehrveranstaltungen des Moduls	Praxismodul V		
Modulverantwortliche/r	Jeweilige/r Studiengangleiter/in		
Name der/des Hochschullehrer/s der Lehrveranstaltungen	Betreuende Lehrperson des jeweiligen Studiengangs		
Unterrichtssprache	Deutsch oder Englisch (je nach Firmenkonvention)		
Zahl der zugewiesenen ECTS-Credits	5 ECTS-Punkte		
SWS	0 SWS		
Gesamtworkload	150 Stunden	Kontaktzeit (Betreuung)	2 Stunden
		Selbststudium	148 Stunden
Studiensemester	6. (5. Bei sechssemestrigem Studienverlauf)		
Art des Moduls (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflicht		
Dauer des Moduls	Zwischen den Präsenzphasen des 6. und 7. Semesters (bzw. 5. und 6.)		
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Jedes Semester		
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Studienleistung: Aktive Teilnahme + Praktikumsbericht		
Prüfungsdauer	-		
Prüfung benotet/ unbenotet	unbenotet		
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	0%		
Inhalte des Moduls	<ol style="list-style-type: none"> 1. Aktualisierung des Plans für den Ablauf und die Ausrichtung der Praxismodule in Diskussion mit dem Unternehmen (dem Betreuer vor Ort) und der Hochschule (der betreuenden Lehrperson), 2. Fachliche Analyse der erlebten Arbeitswirklichkeit in Bezug auf die an der Hochschule erworbenen theoretischen Kenntnisse 3. Darstellung und Diskussion der Analyseergebnisse im Praktikumsbericht 4. Formulierung von Ergänzungen/Ideen zur gegenseitigen Befruchtung von erlernter Theorie und erlebter Praxis 5. Identifizieren und Formulieren eines Themas für die Bachelor-Thesis und den daraus resultierenden Nutzen für das Unternehmen 		
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Externes Praktikum im kooperierenden Unternehmen		
Geförderte Kompetenzen	Fachkompetenz Methodenkompetenz Soziale Kompetenz Selbstkompetenz		
Angestrebte Lernergebnisse des Moduls	Nach erfolgreichem Absolvieren dieses Moduls sind die Studierenden in der Lage, <ul style="list-style-type: none"> • den Plan zum Ablauf und zur Ausrichtung der Praxismodule weiter zu verfeinern und ihn zu diskutieren • Fachliche Bezüge aus dem im Unternehmen erlebten Arbeitsalltag, insbesondere in Bezug auf die belegten Wahlpflichtmodule, herzustellen • Ein Thema für die Bachelor Thesis zu formulieren und den potenziellen Nutzen für das Unternehmen darzustellen • aus der Konfrontation mit Theorie und Praxis neue Ideen und Umsetzungsmöglichkeiten für beide Bereiche vorzuschlagen und zu diskutieren 		
Verwendbarkeit des Moduls	Alle nachfolgenden Module		

Voraussetzungen für die Teilnahme	Praxismodul I - IV
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	In der Praktikumszeit ist den Studierenden im Unternehmen hinreichend Zeit und Unterstützung zur Erstellung des Praktikumsberichts zu geben. Im Unternehmen sollen die Studierenden durch eine fachlich anleitende Person unterstützt werden. Die Inhalte des Praktikumsberichts ergeben sich aus den oben genannten Modulinhalten.
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	Nicht relevant

BA_7600 Praxismodul VI			
Modul-Nr./ Code	7600		
Studiengang	Global Trade Management B.A. (dual) Internationales Logistikmanagement B.A. (dual) Digital Business Management B.A. (dual)		
Lehrveranstaltungen des Moduls	Praxismodul VI		
Modulverantwortliche/r	Jeweilige/r Studiengangleiter/ in		
Name der/des Hochschullehrer/s der Lehrveranstaltungen	Betreuende Lehrperson des jeweiligen Studiengangs		
Unterrichtssprache	Deutsch oder Englisch (je nach Firmenkonvention)		
Zahl der zugewiesenen ECTS-Credits	5 ECTS-Punkte		
SWS	0 SWS		
Gesamtworkload	150 Stunden	Kontaktzeit Betreuung)	2 Stunden
		Selbststudium	148 Stunden
Studiensemester	7. Semester		
Art des Moduls (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflicht		
Dauer des Moduls	Im Anschluss an die Präsenzphase des 7. Semesters		
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Jährlich		
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Studienleistung: Aktive Teilnahme + Praktikumsbericht		
Prüfungsdauer	-		
Prüfung benotet/ unbenotet	unbenotet		
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	0%		
Inhalte des Moduls	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kurze Gegenüberstellung der wichtigsten praktischen Tätigkeiten und Projekte während des Studiums 2. Zusammenfassung der Ergebnisse der Bachelor Thesis und ihre Bedeutung für das Unternehmen 3. Formulieren von Optimierungsmöglichkeiten des Zusammenspiels zwischen theoretischen und berufspraktischen Elementen des Studiums 4. Formulieren eines möglichen Tätigkeitsprofils für eine Anschluss­tätigkeit im Unternehmen 		
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Externes Praktikum im kooperierenden Unternehmen		
Geförderte Kompetenzen	Fachkompetenz Methodenkompetenz Soziale Kompetenz Selbstkompetenz		
Angestrebte Lernergebnisse des Moduls	Nach erfolgreichem Absolvieren dieses Moduls sind die Studierenden in der Lage, <ul style="list-style-type: none"> • den Plan zum Ablauf und zur Ausrichtung der Praxismodule mit den tatsächlich durchgeführten Tätigkeiten im Unternehmen gegenüber zu stellen • die Bedeutung der im Studium erworbenen Kenntnisse für die Arbeit im Unternehmen zu reflektieren und zu diskutieren • die Ergebnisse der Bachelor-Thesis in ihrer Bedeutung für das Unternehmen darzustellen • Mögliche Übernahme- und Anschlusspositionen im Partnerunternehmen für sich zu formulieren 		
Verwendbarkeit des Moduls	-		
Voraussetzungen für die Teilnahme	Praxismodul I - V		

<p>Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)</p>	<p>In der Praktikumszeit ist den Studierenden im Unternehmen hinreichend Zeit und Unterstützung zur Erstellung des Praktikumsberichts zu geben. Im Unternehmen sollen die Studierenden durch eine fachlich anleitende Person unterstützt werden. Die Inhalte des Praktikumsberichts ergeben sich aus den oben genannten Modulinhalten.</p>
<p>Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)</p>	<p>Nicht relevant</p>

Bachelorarbeit

BA_8900 Bachelorarbeit			
Modul-Nr./ Code	8900		
Studiengang	Global Trade Management B.A. (klassisch/dual) Internationales Logistikmanagement B.A. (klassisch/dual) Digital Business Management B.A. (klassisch/dual)		
Lehrveranstaltungen des Moduls	Bachelorarbeit		
Modulverantwortliche/r	Betreuender Dozent		
Name der/des Hochschullehrer/s der Lehrveranstaltungen	-		
Sprachen in denen die Thesis angefertigt werden kann	Deutsch oder Englisch		
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	15 ECTS-Punkte		
SWS	0		
Gesamtworkload	450 Stunden	Kontaktzeit	In Absprache mit dem betreuenden Dozenten
		Selbststudium	ca. 450 Stunden
Studiensemester	7. Semester (bzw. 6. Semester bei sechssemestriger Studienverlaufsvariante)		
Art des Moduls (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflicht		
Dauer des Moduls	Maximal 3 Monate gemäß §9, Abs. 3, Satz 2 FPO, 20-30 Minuten Kolloquium		
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Jedes Semester		
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Schriftliche Ausarbeitung in Form einer Wissenschaftlichen Arbeit/ Bachelorarbeit (12 ECTS-Punkte) und Kolloquium (Präsentation der Bachelorthesis und anschließende Diskussion) (3 ECTS-Punkte)		
Prüfungsdauer	Bearbeitungsdauer der Bachelorthesis max. 3 Monate Kolloquium 20-30 Minuten		
Prüfung benotet/ unbenotet	benotet		
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	Berechnet sich gemäß Prüfungsordnung anteilig aus der Gewichtung des Moduls an den gesamten ECTS-Punkten des Studiums.		
Inhalte des Moduls	Themenabhängig		
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Eigenständige Bearbeitung eines Themas in Form einer wissenschaftlichen Arbeit.		
Geförderte Kompetenzen	Fachkompetenz Methodenkompetenz Soziale Kompetenz Selbstkompetenz		
Angestrebte Lernergebnisse des Moduls	<p>Fachkompetenz Kenntniserwerb der wissenschaftlichen Methoden sowie die Fähigkeit, diese sicher anzuwenden, Übertragung wissenschaftlicher Lösungsmethoden auf das jeweilige Themen- bzw. Aufgabengebiet</p> <p>Methodenkompetenz</p> <ul style="list-style-type: none"> · Logisches Denken erlernen und anwenden, · Problemlösungen in Theorie und Praxis mit Hilfe von wissenschaftlicher Systematik suchen, · Einhaltung wissenschaftlicher Standards <p>Soziale Kompetenz Erfolgreiche Einbindung externer Experten (z.B. im Rahmen von Praxisprojekten, die Gegenstand der Thesis sind oder in der Gewinnung und Befragung von Gesprächspartnern aus Forschung und Praxis)</p> <p>Selbstkompetenz</p>		

	Fähigkeit erwerben, strukturiert eine Aufgabe zu bearbeiten, wissenschaftliches Denken und Arbeiten lernen sowie lernen, eigene Grenzen zu erkennen.
Verwendbarkeit des Moduls	-
Voraussetzungen für die Teilnahme	<p>Zum erfolgreichen Absolvieren dieses Moduls wird Folgendes dringend empfohlen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Vertiefte, zugleich breit angelegte fachliche Kenntnisse, die in den Spezialisierungen erlangt wurden, die den gewählten Themenrahmen der Bachelor-Thesis bilden • Allgemeingültige Arbeitstechniken des wissenschaftlichen Lesens, Lernens und Schreibens • Aufbau und Analyse wissenschaftlicher Texte • Methoden des wissenschaftlichen Arbeitens, insbesondere im Umgang mit Bibliotheken, Literatur- und Datenbankrecherchen und computergestützten Präsentationstechniken, • wissenschaftliche Gliederungssystematiken, z.B. Aufbau von Protokollen, Hausarbeiten, Bachelorarbeiten <p>Mindestens 120 ECTS aus abgeschlossenen Modulen im Rahmen des Bachelorstudiums müssen erreicht sein.</p>
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	Die Bachelorarbeit ist gem. § 9 Abs. 4 der Prüfungsordnung (4) in Kooperation mit einem Unternehmen, einer Kammer oder einem Verband im In- oder Ausland zu verfassen.
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	<ul style="list-style-type: none"> • Frank, N; Sary, J.: Die Technik wissenschaftlichen Arbeitens. Eine praktische Anleitung, 17. Auflage, 2013. • Theisen, R.M.: Wissenschaftliches Arbeiten: Technik - Methodik – Form, 15. Auflage, 2011. • Karmasin, M.; Ribing, R.: Die Gestaltung wissenschaftlicher Arbeiten: Ein Leitfaden für Seminararbeiten, Bachelor-, Master- und Magisterarbeiten sowie Dissertationen, 8. Auflage, 2014.