

Modulhandbuch International Management (B.A.)

Stand: Juni 2024

Inhaltsverzeichnis

M1: Betriebswirtschaftslehre.....	5
M2: Volkswirtschaftslehre	7
M3: Funktionen der BWL im internationalen Kontext	10
M4: International Business Economics	13
M5: Global Strategy	16
M6: Quantitative Methoden	19
M7: Arbeits- und Forschungsmethoden	22
M8: Wirtschaftsrecht	26
M9: Business English B2/C1	29
M10: Business English C1 and Intercultural Communication.....	32
M11a: Wirtschaftsspanisch A2.....	35
M11a: Wirtschaftsfranzösisch A2.....	38
M11b bzw. 12a: Wirtschaftsspanisch B1.....	40
M11b bzw. 12a: Wirtschaftsfranzösisch B1	43
M12b bzw. 13a: Wirtschaftsspanisch B1/B2.....	45
M12b bzw. 13a: Wirtschaftsfranzösisch B1/B2.....	48
M13b bzw. 14a: Wirtschaftsspanisch B2.....	50
M13b bzw. 14a: Wirtschaftsfranzösisch B2	53
M14b: Wirtschaftsspanisch C1.....	55
M14b: Wirtschaftsfranzösisch C1.....	58
M15-17a: Marketing und Markenmanagement im interkulturellen Kontext	60
M15-17b: Internationales und Digitales Marketing	64
M15-17c: International Economic Policy for Managers.....	68
M15-17d: International Distribution Management	72
M15-17e: International Human Resource Management (IHRM).....	75
M15-17f: Internationale Controlling-Entwicklungen	78
M15-17g: Internationale Rechnungslegung.....	82
M15-17h: Data Science und Künstliche Intelligenz im internationalen Kontext.....	85
M15-17i: Foreign Business, Ethics, Sustainability and International Taxation	88
M19: Financial Global Business Simulation.....	92
M20a: Projektspezialisierung: Internationalisierung von Unternehmen und Länderanalyse (.....	95
M20b: Project Specialisation: Academic Writing and Intercultural Leadership.....	99
M21: Bachelor-Thesis.....	102
M22: Kolloquium.....	105

Lesehilfe 1 (von 2)

Learning Outcomes: Das Studium ist mit Kompetenzerwerb verbunden. Durch das Studium erwerben Studierende verschiedene Kompetenzen in den Bereichen „Fach- und Methodenkompetenzen“, „Sozialkompetenzen“, „Professionalität“, „Persönlichkeitsentwicklung“ (siehe Einteilung nach dem Qualifikationsrahmen für deutsche Hochschulabschlüsse (HQR) bzw. dem Deutschen Qualifikationsrahmen für lebenslanges Lernen (DQR)). Für jedes Modul werden die relevanten Kompetenzen (Learning Outcomes) ausgewiesen, die Studierende nach erfolgreicher Teilnahme haben sollten.

„Fach- und Methodenkompetenzen“ werden darüber hinaus in verschiedene Niveaustufen unterteilt:

Übersicht: Niveaustufen der Fach- und Methodenkompetenzen

Niveaustufe	Sinnvolle Verben
1. Erinnern (Wissen)	erkennen, erinnern, schreiben, definieren, reproduzieren, auflisten, schildern, bezeichnen, aufsagen, angeben, aufzählen, benennen, zeichnen, ausführen, skizzieren, erzählen
2. Verstehen	interpretieren, veranschaulichen, klassifizieren, zusammenfassen, folgern, vergleichen, erklären, darstellen, beschreiben, bestimmen, demonstrieren, ableiten, diskutieren, erklären, formulieren, zusammenfassen, lokalisieren, präsentieren, erläutern, übertragen, wiederholen
3. Anwenden	ausführen, implementieren, durchführen, berechnen, benutzen, herausfinden, löschen, ausfüllen, eintragen, drucken, anwenden, lösen, planen, illustrieren, formatieren, bearbeiten
4. Analysieren	differenzieren, organisieren, zuordnen, testen, kontrastieren, vergleichen, isolieren, auswählen, unterscheiden, gegenüberstellen, kritisieren, analysieren, bestimmen, experimentieren, sortieren, untersuchen, kategorisieren
5. Beurteilen	überprüfen, bewerten, beurteilen, argumentieren, voraussagen, wählen, evaluieren, begründen, prüfen, entscheiden, kritisieren, benoten, schätzen, werten, unterstützen, klassifizieren
6. Erschaffen (und erweitern)	generieren, planen, entwickeln, Zusammensetzen, sammeln, organisieren, konstruieren, präparieren, schreiben, entwerfen, schlussfolgern, verbinden, konzipieren, zuordnen, zusammenstellen, ableiten, entwickeln

Quelle: Angelehnt an Gröblichhoff, F.: Lernergebnisse praktisch formulieren, 2. Aufl., Bonn 2015, S. 5 (https://www.hrk-nexus.de/fileadmin/redaktion/hrk-nexus/07-Downloads/07-02-Publikationen/Lernergebnisse_praktisch_formulieren_01.pdf)

Workload: Mit dem Workload ist der zu erbringende studentische Arbeitsaufwand gemeint. Ein Credit Point (CP) entspricht in diesem Studiengang einem Aufwand von 25 Arbeitsstunden.

Lesehilfe 2 (von 2)

Formen von Modulprüfungen im Modulhandbuch	Umfang und Dauer der Prüfung bzw. Vorbereitungszeit (Einzelheiten bei jeweiligem Modul)
Schriftliche Prüfung (Klausur)	90 bis 120 Minuten
Mündliche Prüfungen	20 bis 30 Minuten
Schriftliche Hausarbeit	Richtumfang: 10 Seiten Hauptteil (inklusive der grafischen Darstellungen; ohne Deckblatt, Verzeichnisse, Anhang); Dauer der Vorbereitungszeit: 5 Wochen
Hausarbeit und Präsentation	Zusätzlich zur schriftlichen Hausarbeit erfolgt eine mündliche Präsentation mit Richtumfang von 10 Minuten Dauer, gegebenenfalls wird sie unterstützt durch ein Handout (Richtumfang: 2 Seiten).
Projektdokumentation*	Die genaue Zusammensetzung einer Projektdokumentation ist modulbezogen; sie wird im jeweiligen Modul mit dieser Prüfungsform erläutert.
Projektarbeit	Aufeinander abgestimmte Gruppenarbeit, die analog zur schriftlichen Hausarbeit definiert ist; Richtumfang pro Person 10 Seiten; Dauer der Vorbereitungszeit 5 Wochen; Angaben zur jeweiligen Einzelleistung im Gesamtbericht erfolgen in der Einleitung.
Gruppenpräsentation	Zusätzlich zu einer schriftlichen Projektarbeit erfolgende mündliche Präsentation mit Richtumfang von 10 Minuten Dauer je beteiligter Person; gegebenenfalls wird sie unterstützt durch ein Handout (Richtumfang: 2 Seiten je Person).
Thesis*	Richtumfang des Hauptteils: 45 - 55 Seiten; Bearbeitungsdauer: 10 Wochen

Als Norm bei schriftlichen Haus- und Projektarbeiten sowie der Thesis gilt im Hauptteil die Verwendung einer Schrift mit Schriftgrad 12, Arial und ein Zeilenabstand 1,5.

*Weitere Hinweise und verbindliche Begriffsdefinitionen finden sich in den für den Bachelor International Management geltenden Prüfungsordnungen.

M1: Betriebswirtschaftslehre (Core Module)						
Kennnummer		Workload	Credits	Studien- semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
M1		250 h	10	1. Semester	i. d. R. einmal im Jahr (Wintersemester)	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen 1) Grundlagen des Managements 2) Buchführung		Kontaktzeit 1) 6 SWS / 90 h 2) 2 SWS / 30h Selbststudium 130 h	Sprache Die Lehr- und Prüfungssprache ist Deutsch.		geplante Gruppengröße 60 Studierende
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Nach der erfolgreichen Bearbeitung des Moduls sind die Studierenden in der Lage, - einen Überblick über die verschiedenen betriebswirtschaftlichen Funktionen zu geben. (Fach- und Methodenkompetenz, Niveaustufe „erinnern/wissen“, T 1) - die Bedeutung und Auswirkungen konstitutiver Entscheidungen der BWL zu erläutern. (Fach- und Methodenkompetenz, Niveaustufen „erinnern/wissen“ und „verstehen“, T 1-2) - betriebswirtschaftliche Modelle bzw. Methoden zu verstehen und auf Praxisfälle anzuwenden. (Fach- und Methodenkompetenz, Niveaustufen „verstehen“ und „anwenden“, T 2-3) - relevante Informationen für die Entscheidungsfindung zu analysieren. (Fach- und Methodenkompetenz, Niveaustufe „analysieren“, T 4) - die Grundbegriffe der Buchführung zu erläutern. (Fach- und Methodenkompetenz, Niveaustufe „erinnern/wissen“, T 1) - Buchungssätze und Buchungstechniken auf praktische Sachverhalte anzuwenden. (Fach- und Methodenkompetenz, Niveaustufen „verstehen“ und „anwenden“, T 2-3) - wesentliche Tätigkeiten zur Erstellung des Jahresabschlusses zu beschreiben und anzuwenden. (Fach- und Methodenkompetenz, Niveaustufen „verstehen“ und „anwenden“, T 2-3)					
3	Inhalte Grundlagen des Managements - BWL als Wissenschaft - Konstitutive Entscheidungen - Geschäftsmodelle und ihre Bedeutung für die BWL - Überblick über die Funktionen der BWL - Grundfragen der Unternehmensethik Buchführung - Grundlagen der Buchführung - Bilanz (Bestandskonten) sowie Erfolgsrechnung (Aufwands-/Ertragskonten)					

	• Ausgewählte Buchhaltungsbesonderheiten (z. B. Umsatzsteuer, Rabatte/Boni/Skonti, Warenverkehr, Löhne und Gehälter, Abschreibungen) • Wesentliche Tätigkeiten zur Jahresabschlusserstellung (z. B. Inventur, Rechnungsabgrenzung, Rückstellungen, usw.)
4	Lehr- / Lernform • Aktivierender seminaristischer Unterricht. • Praktische Übungen und Praxisbeiträge. • Anwendungsübungen. • Die Lehrveranstaltungen des Moduls werden zum größeren Teil in Präsenz durchgeführt. • Digitale Veranstaltungstermine vermitteln den Studierenden digitales Arbeiten.
5	Teilnahmevoraussetzungen Formal: keine
6	Prüfungsformen Klausur von 120 Minuten
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulabschlussprüfung (Klausur)
8	Verwendung des Moduls: im Studiengang / in anderen Studiengängen des Fachbereichs Betriebswirtschaftliche Grundlagenveranstaltung für alle weiteren Module / Keine Verwendung in anderen Studiengängen des Fachbereichs
9	Stellenwert der Note für die Endnote gemäß den Credits 10 / 210
10	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Dominik Austermann (Modulbeauftragter und Lehrender)
11	Sonstige Informationen Literatur: • Döring, Ulrich/Buchholz, Rainer: Buchhaltung und Jahresabschluss, 15. Aufl., Berlin 2018. • Engelhardt, Werner H./Raffeé, Hans/Wischermann, Barbara: Grundzüge der doppelten Buchhaltung, 9. Aufl., Wiesbaden 2020. • Jung, Hans: Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, 12. Aufl., Berlin 2016. • Schmolke, Siegfried/Deitermann, Manfred/Rückwart, Wolf-Dieter: Industrielles Rechnungswesen, 52. Aufl., Köln 2023. • Thommen, Jean-Paul/Achleitner, Ann-Christin: Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, 9. Aufl., Wiesbaden 2020. • Wöhe, Günter: Einführung in die allgemeine Betriebswirtschaftslehre, 28. Aufl., Berlin 2023. Alle Titel in der jeweils aktuellen Auflage. Aktualisierte Literaturlisten und weiterführende Literatur sind den Veranstaltungsunterlagen zu entnehmen.

M2: Volkswirtschaftslehre (Core Module)					
Kennnummer	Workload	Credits	Studien- semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
M2	250 h	10	2. Semester	i. d. R. einmal im Jahr (Sommersemester)	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen 1) Mikroökonomie 2) Makroökonomie	Kontaktzeit 1) 3 SWS / 45 h 2) 3 SWS / 45 h Selbststudium 160 h	Sprache Die Lehr- und Prüfungssprache ist Deutsch.	geplante Gruppengröße 60 Studierende	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Nach der erfolgreichen Bearbeitung des Moduls sind die Studierenden in der Lage, • grundlegende ökonomische Fachbegriffe zu definieren und zu verstehen sowie mikro- und makroökonomische Zusammenhänge sowie Modelle bzw. Methoden wiederzugeben, auf konkrete Praxisfälle zu übertragen und in ihren direkten und indirekten Effekten einzuschätzen. (Fach- und Methodenkompetenz, Niveaustufen „wissen/erinnern“, „verstehen“ und „anwenden“, T 1-3) • im mikroökonomischen Kontext wissenschaftlich fundierte einzelwirtschaftliche Handlungsmöglichkeiten und staatliche Eingriffe (z.B. Besteuerung) zu bestimmen und in ihren Auswirkungen auf das Marktgeschehen bei unterschiedlichen Marktformen sowie unter Berücksichtigung von Markt- und Politikversagen eigenständig durch Wohlfahrtsanalysen wiederzugeben und zu analysieren. (Fach- und Methodenkompetenz, Niveaustufen „verstehen“, „anwenden“, „analysieren“ und „beurteilen/bewerten“, T 2-5) • im makroökonomischen Kontext den ökonomischen Kreislauf zu beschreiben und den gesamtwirtschaftlichen Zusammenhang zwischen Einkommen, Ausgaben und Produktion zu bestimmen und die zentralen Konzepte der Volkswirtschaftlichen Gesamt-rechnung (z. B. Bruttoinlandsprodukt, Bruttonationalprodukt etc.) wissenschaftlich fundiert einzuschätzen. (Fach- und Methodenkompetenz, Niveaustufen „verstehen“ und „anwenden“, T 2-3) • im makroökonomischen Kontext die Unterschiede zwischen nachfrageorientierter keynesianischer und angebotsorientierter neoklassischer Modellanalyse und deren wirtschaftspolitische Anwendung in Bezug auf die gesamtwirtschaftlichen Ziele zu verstehen und theoretisch und empirisch fundiert selbstständig, etwa in Bezug zu Staatsausgaben, anzuwenden. (Fach- und Methodenkompetenz, Niveaustufen „verstehen“ und „anwenden“, T 2-3) • im makroökonomischen Modellkontext die zentralen Ursachen der Inflation und deren Auswirkungen zu analysieren sowie die institutionellen Hintergründe der Europäischen				

	Zentralbank und dessen geldpolitischem Instrumentarium zur Erreichung wirtschaftspolitischer Ziele kritisch zu würdigen und wissenschaftlich fundiert einzuschätzen. (Fach- und Methodenkompetenz, Niveaustufen „verstehen“ und „anwenden“, T 2-3) - die Ursachen, Auswirkungen und Messmethoden von Arbeitslosigkeit zu beschreiben und kritisch zu würdigen sowie anhand der theoretischen Grundlagen den gesamtwirtschaftlichen Arbeitsmarkt zu analysieren. (Fach- und Methodenkompetenz, Niveaustufen „wissen/erinnern“, „verstehen“ und „anwenden“, „beurteilen und bewerten“, T 1-5) - das erarbeitete mikro- und makroökonomische Instrumentarium selbständig auf reale und auch neue Problembereiche durch die Nutzung ökonomischer Darstellungs- und Analysemethoden (graphisch, verbal, rechnerisch) anzuwenden. (Fach- und Methodenkompetenz, Niveaustufe „analysieren“, „beurteilen/bewerten“ und „erweitern/erschaffen“, T 4-6)
3	Inhalte Mikroökonomie - Volkswirtschaftliches Denken: ökonomische Methodologie und Analyseinstrumente - Basiselemente: Knappheit, Arbeitsteilung, Opportunitätskosten, Märkte - Marktanalyse: Elastizitäten, Konsumenten- und Produzentenrente, Anwendungen - Unternehmenstheorie: produktionstheoretische Grundlagen, Kostenbetrachtung, Güterangebot von Unternehmen und am Markt - Marktstruktur, Konkurrenz- und Monopolpreisbildung, spieltheoretische Oligopol-einführung, Probleme der Kartellbildung - Volkswirtschaftliche Güterarten und Rolle des Staates (Staatseingriffe: besonderer Fokus auf Steuern und deren Allokations- und Distributionseffekte) - Marktmängel und Marktversagen: Marktmacht, Externalitäten, öffentliche Güter und Informationsasymmetrien - Wirtschafts- und Sozialordnung sowie Probleme des „Politikversagens“ Makroökonomie - Angebots- und nachfragetheoretische Denkschulen der Makroökonomik - Einkommen, Produktion und Ausgaben - Einführung in die Volkswirtschaftliche Gesamtrechnung - Quantitatives versus qualitatives Wachstum und Nachhaltigkeit - Multiplikatoreffekte, Staatsausgaben und Grenzen der Fiskalpolitik - Inflation: Messung, Ursachen und Wirkungen - Inflation im gesamtwirtschaftlichen Angebots- Nachfragemodell - Monetäre Analyse: Geldfunktionen, Geldmengenkonzepte - Trägerin der Geldpolitik und deren Funktionen: Europäische Zentralbank - Geldpolitische Instrumente und Transmission sowie geldpolitische Grenzen - Ursachen, Auswirkungen und Indikatoren zu Arbeitsmarkt und Arbeitslosigkeit - Klassifikation der Arbeitslosigkeit und theoretische Aspekte des Arbeitsmarktes
4	Lehr- / Lernform Aktivierender seminaristischer Unterricht. In der Veranstaltung werden neben den wirtschaftstheoretischen Grundlagen zahlreiche wirtschaftspolitische und unternehmensbezogene Anwendungsfälle bearbeitet. Fallstudien schulen die Fähigkeit zur Transferleistung und ermöglichen auch Gruppenarbeiten zur Stärkung der

	Sozialkompetenz. Zahlreiche Übungsaufgaben dienen der systematischen Prüfungsvorbereitung. (Digitaler) Medieneinsatz dient als didaktisches Hilfsmittel. Die Lehrveranstaltungen des Moduls werden i. d. R. in Präsenz durchgeführt.
5	Teilnahmevoraussetzungen Formal: keine Inhaltlich: Empfohlen ist ein Studium nach dem Studienverlaufsplan
6	Prüfungsformen Klausur von 120 Minuten
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulabschlussprüfung (Klausur)
8	Verwendung des Moduls: im Studiengang / in anderen Studiengängen des Fachbereichs Volkswirtschaftliche Grundlagenveranstaltung für alle weiteren Module / Keine Verwendung in anderen Studiengängen des Fachbereichs
9	Stellenwert der Note für die Endnote gemäß den Credits 10 / 210
10	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Funk (Modulbeauftragter und Lehrender)
11	Sonstige Informationen Literatur: - Acemoglu, Daron/Laibson, David/List, John/Belke, Ansgar: Volkswirtschaftslehre, 2. Aufl., München 2020. - Beck, Hanno : Volkswirtschaftslehre, München 2012. - Drewello, Hansjörg/Kupferschmidt, Frank/Sievering, Oliver: Markt und Staat, 2. Aufl., Wiesbaden 2021. - Edling, Herbert: Volkswirtschaftslehre – Schnell erfasst, 4. Aufl., Wiesbaden 2023. - Funk, Lothar/Voggenreiter, Dieter/Wesselmann, Carsten: Makroökonomik, 8. Aufl., Stuttgart 2008. - Mankiw, N. Gregory/Taylor, Mark-P.: Grundzüge der Volkswirtschaftslehre, 8. Aufl., Stuttgart 2021. - Mankiw, N. Gregory/Taylor, Mark-P./Ashwin, Andrew: Business Economics, 4. Aufl., London u. a. 2024. - Sesselmeier, Werner/Funk, Lothar/Waas, Bernd: Arbeitsmarkttheorien, Heidelberg 2010. - Siebert, Horst/Lorz, Oliver/Endriwat, Morten: Einführung in die Volkswirtschaftslehre, 16. Aufl., Stuttgart 2023. Alle Titel in der jeweils aktuellen Auflage. Aktualisierte Literaturlisten und weiterführende Literatur sind den Veranstaltungsunterlagen zu entnehmen.

M3: Funktionen der BWL im internationalen Kontext (Core Module)					
Kennnummer	Workload	Credits	Studien- semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
M3	250 h	10	2. Semester	i. d. R. einmal im Jahr (Sommersemester)	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen 1) Kostenrechnung 2) Rechnungslegung 3) Finanzierung	Kontaktzeit 1) 2 SWS / 30 h 2) 2 SWS / 30 h 3) 2 SWS / 30 h Selbststudium 160 h	Sprache Die Lehr- und Prüfungssprache ist Deutsch.	geplante Gruppengröße 60 Studierende	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Nach der erfolgreichen Bearbeitung des Moduls sind die Studierenden in der Lage, - das Vorgehen der Voll- und Teilkostenrechnung zu erläutern, die angemessene Methodik auf praktische Sachverhalte anzuwenden und Vor- und Nachteile der Vorgehensweisen abzuwägen. (Fach- und Methodenkompetenz, Niveaustufen „verstehen“, „anwenden“ und „analysieren“, T2-4) - Zwecke und wesentliche Rechenwerke von Abschlüssen zu erläutern. (Fach- und Methodenkompetenz, Niveaustufe „verstehen“, T2) - handelsrechtliche Ansatz- Bewertungs- und Ausweisregeln für wesentliche Jahresabschlussposten zu erläutern und auf ausgewählte Sachverhalte anzuwenden. (Fach- und Methodenkompetenz, Niveaustufen „verstehen“ und „anwenden“, T2-3) - zu beurteilen, ob die Abbildung ausgewählter Sachverhalte in handelsrechtlichen Abschlüssen in Einklang mit den gesetzlichen Vorgaben erfolgte. (Fach- und Methodenkompetenz, Niveaustufe „beurteilen“, T5) - den Kapitalbedarf/Finanzierungsbedarf eines Unternehmens zu ermitteln. (Fach- und Methodenkompetenz, Niveaustufen „verstehen“ und „anwenden“, T2-3) - Vor- und Nachteile bzw. Chancen und Risiken verschiedener Alternativen zur Kapitalbedarfsdeckung (Finanzierungsinstrumente) zu benennen und gegeneinander abzuwägen. (Fach- und Methodenkompetenz, Niveaustufen „verstehen“ und „anwenden“, T2-3) - geeignete Finanzierungsstrategien zur Deckung des Kapitalbedarfs eines Unternehmens aufzuzeigen. (Fach- und Methodenkompetenz, Niveaustufen „analysieren“ und „beurteilen“, T4-5)				
3	Inhalte Kostenrechnung - Grundbegriffe und Aufbau der Kosten- und Leistungsrechnung - Kostenartenrechnung - Kostenstellenrechnung - Kostenträgerrechnung				

	• Voll- und Teilkostenrechnung • Anwendung der Kostenrechnung auf ausgewählte Entscheidungssituationen Rechnungslegung • Zwecke des Jahresabschlusses und Einordnung in das Gesamtsystem der Rechnungslegung • Handelsrechtliche Ansatz- und Bewertungsregeln für wesentliche Vermögenswerte • Handelsrechtliche Ansatz- und Bewertungsregeln für wesentliche Schulden • Zwecke und Ausgestaltung der Gewinn- und Verlustrechnung Finanzierung • Ziele und Aufgaben des Finanzmanagements • Kapitalbedarfsermittlung/-planung • Alternativen der Eigenfinanzierung • Alternativen der Fremdfinanzierung (Anleihen, Kredit, Leasing, Factoring) • Derivative Finanzinstrumente
4	Lehr- / Lernform • Vorlesung mit seminaristischem Charakter. In die Vorlesung sind Übungen und Kurzfälle integriert, so dass eine laufende Lernkontrolle erfolgt. • Die Lehrveranstaltungen des Moduls werden i. d. R. in Präsenz durchgeführt.
5	Teilnahmevoraussetzungen Formal: keine Inhaltlich: Empfohlen ist ein Studium nach dem Studienverlaufsplan, Vorkenntnisse zur Buchführung aus Modul M1 werden vorausgesetzt
6	Prüfungsformen Klausur von 120 Minuten
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulabschlussprüfung (Klausur)
8	Verwendung des Moduls: im Studiengang / in anderen Studiengängen des Fachbereichs Das Modul legt die betriebswirtschaftlichen Grundlagen für die Wahl entsprechender Spezialisierungsmodule (z. B. „Internationale Controlling-Entwicklungen“, „Internationale Rechnungslegung“) / Keine Verwendung in anderen Studiengängen des Fachbereichs
9	Stellenwert der Note für die Endnote gemäß den Credits 10 / 210
10	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Grathwohl (Modulbeauftragter und Lehrender) Dr. Blome (Lehrender) Prof. Dr. Kölle (Lehrender)

11	Sonstige Informationen Literatur: • Baetge, Jörg/Kirsch, Hans-Jürgen/Thiele, Stefan: Bilanzen, 16. Aufl. Düsseldorf 2021 • Baetge, Jörg/Kirsch, Hans-Jürgen/Thiele, Stefan: Übungsbuch Bilanzen, 7. Aufl. Düsseldorf 2022. • Bösch, Martin: Finanzwirtschaft: Investition, Finanzierung, Finanzmärkte und Steuerung, 5. Aufl., München 2022. • Coenenberg, Adolf G./Fischer, Thomas M./ Günther, Thomas W.: Kostenrechnung und Kostenanalyse, 9. Aufl., Stuttgart 2016. • Coenenberg, Adolf G./Haller, Axel/Mattner, Gerhard/Schultze, Wolfgang: Einführung in das Rechnungswesen: Grundlagen der Buchführung und Bilanzierung, 8. Aufl. Planegg 2021. • Deimel, Klaus/Isemann, Rainer/Müller, Stephan: Kosten und Erlösrechnung, München 2006. • Friedl, Gunther/Hofmann, Christian/Pedell, Burkhard: Kostenrechnung- Eine entscheidungsorientierte Einführung, 4. Aufl., München 2022. • Pape, Ulrich: Grundlagen der Finanzierung und Investition mit Fallbeispielen und Übungen: 5. Aufl., Berlin 2023. • Perridon, Louis/Steiner, Manfred/Rathgeber, Andreas W.: Finanzwirtschaft der Unternehmung, 18. Aufl., München 2022. • Plötner, Olaf/Sieben, Barbara/Kummer, Tyge-F.: Kosten und Erlösrechnung, Heidelberg 2010. • Schildbach, Thomas/Stobbe, Thomas/Freichel, Christoph/Hamacher, Katrin: Der handelsrechtliche Jahresabschluss, 11. Aufl., Sternenfels 2019. • Schweitzer, Marcell/Küpper, Hans-Ulrich u.a.: Systeme der Kosten- und Erlösrechnung, München 2011. • Wöhe, Günter/Kaiser, Hans/Döring, Ulrich/ Brösel, Gerrit: Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, 27. Aufl., München 2020. • Wulf, Inge/Pollmann, René: Bilanztraining: Jahresabschluss, Ansatz und Bewertung, 16. Aufl. Freiburg 2023. • Zantow, Roger/Dinauer, Josef/Schäffler, Christian: Finanzwirtschaft des Unternehmens, Die Grundlagen des modernen Finanzmanagements, 4. Aufl., Hallbergmoos 2016. • Handelsgesetzbuch. Alle Titel in der jeweils aktuellen Auflage. Aktualisierte Literaturlisten und weiterführende Literatur sind den Veranstaltungsunterlagen zu entnehmen.
----	---

M4: International Business Economics (Core Module)						
Kennnummer		Workload	Credits	Studien- semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
M4		250 h	10	3. Semester	i. d. R. einmal im Jahr (Wintersemester)	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen 1) International Economics 2) International Management		Kontaktzeit 1) 3 SWS / 45 h 2) 3 SWS / 45 h Selbststudium 160 h		Sprache Die Lehr- und Prüfungssprache ist Englisch (mit sehr kleinen Teilen Deutsch, um sicherzustellen, dass Studierende spezifische Fachterminologie in beiden Sprachen beherrschen).	geplante Gruppengröße 60 Studierende
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Nach der Bearbeitung des Moduls sind die Studierenden in der Lage, • grundlegende Außenwirtschaftstheorien und Protektionismusargumente sowie Gegenargumente dazu auf konkrete Fragestellungen anzuwenden. (Fach- und Methodenkompetenz, Niveaustufe „anwenden“, T 3) • mikro- und makroökonomische Einflussgrößen für internationale Handelsströme sowie auf Ströme von Produktionsfaktoren in ihren Wirkungsmechanismen sowie Störungen hiervon, etwa auf Finanzmärkten, analysieren und bewerten zu können. (Fach- und Methodenkompetenz, Niveaustufen „analysieren“ und „beurteilen/bewerten“, T 4-5) • Auswirkungen von verschiedenen geld-, fiskal- und strukturpolitischen Maßnahmen in einer offenen Volkswirtschaft zu analysieren und die erwarteten Ergebnisse abzuleiten und bewerten zu können. (Fach- und Methodenkompetenz, Niveaustufen „analysieren“ und „beurteilen/bewerten“, T 4-5) • potenzielle Ungleichgewichte in der Zahlungsbilanz, also insbesondere Leistungs- und Kapitalbilanzsalden zu interpretieren und gegebene wirtschaftspolitische Lösungsansätze zur Korrektur aufzuzeigen. (Fach- und Methodenkompetenz, Niveaustufen „verstehen“, „analysieren“ und „beurteilen/bewerten“, T 2-5) • Daten zur Globalisierung und zur internationaler Unternehmenstätigkeit interpretieren und Trends erfassen zu können. (Fach- und Methodenkompetenz, Niveaustufen „verstehen“, „anwenden“ und „analysieren“, T 2-4)					

	- Theorien der internationalen Unternehmung zu verstehen und exemplarisch anzuwenden und dabei den Zusammenhang zu kulturellen, politischen und ökonomischen Rahmenbedingungen der internationalen Unternehmenstätigkeit zu erfassen. (Fach- und Methodenkompetenz, Niveaustufen „verstehen“ und „anwenden“, T 2-3) - Auswirkungen spezifischer Rahmenbedingungen auf das internationale Unternehmen in situativer Logik abzuleiten. (Fach- und Methodenkompetenz, Niveaustufen „anwenden“ und „beurteilen/bewerten“, T 3-5) - Einflussgrößen auf nominale und reale Wechselkurse sowie deren mikro- und makro-ökonomische Effekte etwa auf internationale Wettbewerbsfähigkeit bewerten und mit Wechselkursen und deren Veränderungen rechnen und deren Effekt auf unternehmerische Entscheidungen ableiten zu können. (Fach- und Methodenkompetenz, Niveaustufe „anwenden“ und „beurteilen/bewerten“, T 3-5) - das erarbeitete Instrumentarium insgesamt selbständig auf reale und auch neue Problembereiche durch die Nutzung ökonomischer Darstellungs- und Analysemethoden (graphisch, verbal, rechnerisch) anzuwenden. (Fach- und Methodenkompetenz, Niveaustufe „analysieren“ und „beurteilen/bewerten“, T 4-5)
3	Inhalte International Economics - Empirical Facts of the International Economy - Theories of Comparative Advantage - Beyond Comparative Advantage (“New” Trade Theories with Imperfect Competition) - Theory of Protectionism and Political Economy of Trade Policy - Balance of Payments - Nominal, Real Exchange Rate, and theoretical background - Macroeconomic Policies in Open Economies - Economics of European Integration - Financial Crises International Management - Globalisation and Multinational Enterprises - Foreign Exchange Rates and Corporate Competitiveness - Theories of the Multinational Corporation - International Business and Value Management - The Economic, Political and Cultural Environment of the Multinational Enterprise
4	Lehr- / Lernform - Aktivierender seminaristischer Unterricht. In die Vorlesungen sind Übungen und Kurzfallstudien integriert, um eine laufende Lernkontrolle und systematische Prüfungsvorbereitung zu ermöglichen. (Digitale) Medien dienen als didaktisches Hilfsmittel. - Die Lehrveranstaltungen des Moduls werden i. d. R. in Präsenz durchgeführt.

5	Teilnahmevoraussetzungen Formal: keine Inhaltlich: Empfohlen ist ein Studium nach dem Studienverlaufsplan. Vorkenntnisse werden insbesondere in den Modulen 1 und 2 vermittelt.
6	Prüfungsformen Mündliche Prüfung von 20 Minuten
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulabschlussprüfung (Mündliche Prüfung)
8	Verwendung des Moduls: im Studiengang / in anderen Studiengängen des Fachbereichs Erweiterte internationale ökonomische Fach- und Methodenkompetenz als Basis für alle Folgeveranstaltungen / Keine Verwendung in anderen Studiengängen des Fachbereichs
9	Stellenwert der Note für die Endnote gemäß den Credits 10 / 210
10	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Bleuel (Modulbeauftragter und Lehrender) Prof. Dr. Funk (Lehrender)
11	Sonstige Informationen Literatur: • Bleuel, Hans-Hubertus: Internationales Management – Grundlagen, Umfeld und Entscheidungen, Stuttgart 2017. • Gerber, James: International Economics, 8. Aufl., New York u. a. 2020. • Hill, Charles W.L.: International Business: Competing in the Global Marketplace, 14. Aufl. (Global Edition), Maidenhead 2023. • Mankiw, N. Gregory/Taylor, Mark-P./Ashwin, Andrew: Business Economics, 4. Aufl., London u. a. 2024. • Peng, Mike/Meyer, Klaus: International Business, 4. Aufl., Andover 2023. • Reinert, Kenneth A.: An Introduction to International Economics, 2. Aufl., Cambridge 2020. • Sawyer, W. Charles/Sprinkle, Richard L.: Applied International Economics, 5. Aufl., London/New York 2020. Alle Titel in der jeweils aktuellen Auflage. Aktualisierte Literaturlisten und weiterführende Literatur sowie Materialien sind den Veranstaltungsunterlagen zu entnehmen bzw. werden über MS Teams oder Moodle bereitgestellt.

M5: Global Strategy (Core Module)					
Kennnummer M5	Workload 175 h	Credits 7	Studien- semester 7. Semester	Häufigkeit des Angebots i. d. R. einmal im Jahr (Sommersemester)	Dauer 1 Semester
1	Lehrveranstaltungen Global Strategy	Kontaktzeit 4 SWS / 60 h Selbststudium 115 h	Sprache Die Lehr- und Prüfungssprache ist Deutsch (mit englischen Anteilen bzw. Anwendungen).	geplante Gruppengröße 60 Studierende	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Nach der erfolgreichen Bearbeitung des Moduls sind die Studierenden in der Lage, - aktuelle weltwirtschaftliche Trends zu erkennen und deren Effekt auf internationale Unternehmensaktivitäten zu analysieren. (Fach- und Methodenkompetenz, Niveaustufen „wissen/erinnern“, „verstehen“, „anwenden“ und „analysieren“, T 1-4) - Instrumente der strategischen Analyse internationaler Unternehmen zu rekapitulieren und in Fallstudien einzusetzen. Gleichzeitig sind die Studierenden in der Lage, Auswirkungen auf Finanzkennzahlen herzuleiten. (Fach- und Methodenkompetenz, Niveaustufen „wissen/erinnern“, „verstehen“, „anwenden“, „analysieren“ und „beurteilen“, T 1-5) - Volkswirtschaftliche Grundlagen in integrativer Sicht zu nutzen, um langfristige gesamtwirtschaftliche Entwicklungen (inkl. Wirtschaftskrisen) zu erklären sowie deren Auswirkungen auf mikroökonomische Entscheidungen abzuleiten. In gleicher Weise werden internationale Rahmenbedingungen, wie sie etwa durch die WTO und OECD gestaltet werden, behandelt. (Fach- und Methodenkompetenz, Niveaustufen „wissen/erinnern“, „verstehen“, „anwenden“, „analysieren“ und „beurteilen“, T 1-5) - internationale strategische Entscheidungen in funktionaler Sicht zu erkennen, relevante Trade-offs zu erfassen und deren Einflussfaktoren zu bestimmen. (Fach- und Methodenkompetenz, Niveaustufen „wissen/erinnern“, „verstehen“, „anwenden“ und „analysieren“, T 1-4) - das erworbene Instrumentarium zu nutzen, um in Fallstudien internationale Geschäftsmodelle zu verstehen, strategische Analysen zu erstellen sowie Entscheidungsoptionen und deren Bewertung abzuleiten. (Fach- und Methodenkompetenz, Niveaustufen „analysieren“, „beurteilen“ und „erschaffen“, T 4-6) - moralische Konflikte beim internationalen Management zu erkennen und ethisch konforme Entscheidungen bzw. Entscheidungsprozesse abzuleiten. (Fach- und Methodenkompetenz, Niveaustufen „wissen/erinnern“, „verstehen“, „anwenden“, „analysieren“ und „beurteilen“, T 1-5)				

3	Inhalte • Aktuelle weltwirtschaftliche Trends • Grundlagen zur internationalen Unternehmensstrategie • Erfolgsanalyse des internationalen Unternehmens • Nationale Rahmenbedingungen des internationalen Unternehmens • Internationale Rahmenbedingungen des internationalen Unternehmens • Internationales strategisches Management ausgewählter betrieblicher Funktionen ○ Unternehmensplanung ○ Beschaffung und Produktion ○ Marketing ○ Controlling ○ Finanzmanagement ○ Risikomanagement • Ethische Konfliktfelder im internationalen Management
4	Lehr- / Lernform • Aktivierender seminaristischer Unterricht in Präsenz • Abschließende Fallstudien in jedem Kapitel
5	Teilnahmevoraussetzungen Formal: keine Inhaltlich: Empfohlen ist ein Studium nach dem Studienverlaufsplan
6	Prüfungsformen Klausur von 90 Minuten
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulabschlussprüfung (Klausur)
8	Verwendung des Moduls: im Studiengang / in anderen Studiengängen des Fachbereichs Studienabschließende Vermittlung von General Management-Kompetenz für internationale Unternehmen und Organisationen / Keine Verwendung in anderen Studiengängen des Fachbereichs
9	Stellenwert der Note für die Endnote gemäß den Credits 7 / 210
10	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Bleuel (Modulbeauftragter und hauptamtlich Lehrender)
11	Sonstige Informationen Literatur: • Bleuel, Hans-Hubertus: Internationales Management – Grundlagen, Umfeld und Entscheidungen, Stuttgart 2017. • Brealey, Richard A./Myers, Stewart C./Allen, Franklin/Edmans, Alex: Principles of Corporate Finance, 14. Aufl., Boston u. a. 2023 • Caves, Richard E.: Multinational Enterprise and Economic Analysis, 3. Aufl., Cambridge 2007. • Ghemawat, Pankaj J.: The Laws of Globalization, Cambridge 2016.

	• Hill, Charles W.L.: International Business: Competing in the Global Marketplace, 14. Aufl. (Global Edition), Maidenhead 2023. • Mankiw, N. Gregory/Taylor, Mark-P./Ashwin, Andrew: Business Economics, London u. a. 2019. • Mellahi, Kamel et al.: The Oxford Handbook of International Business Strategy, Oxford 2020. • Peng, Mike/Meyer, Klaus: International Business, 4. Aufl., Andover 2023. Alle Titel in der jeweils aktuellen Auflage. Aktualisierte Literaturlisten, weiterführende Literatur und Fallstudien sind den Veranstaltungsunterlagen zu entnehmen bzw. werden unter Moodle zur Verfügung gestellt.
--	--

M6: Quantitative Methoden (Support Module)						
Kennnummer		Workload	Credits	Studien- semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
M6		250 h	10	1. Semester	i. d. R. einmal im Jahr (Wintersemester)	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen 1) Mathematik 2) Statistik		Kontaktzeit 1) 3 SWS / 45 h 2) 3 SWS / 45 h Selbststudium 160 h	Sprache Die Lehr- und Prüfungssprache ist Deutsch.	geplante Gruppengröße ca. 60 Studierende	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Nach der erfolgreichen Bearbeitung des Moduls sind die Studierenden in der Lage, • die grundlegenden schulmathematischen Fertigkeiten auf wirtschaftsmathematische Fragestellungen anzuwenden. (Fach- und Methodenkompetenz, Niveaustufen „erinnern/wissen“, „verstehen“ und „anwenden“, T 1-3) • finanzmathematische Fragestellungen zu durchdringen und selbständig anzuwenden. (Fach- und Methodenkompetenz, Niveaustufen „verstehen“ und „anwenden“, T 2-3) • betriebswirtschaftliche Entscheidungen der Investitionsrechnung zu fundieren und mittels geeigneter Kennzahlen (Kapitalwert, interner Zinsfuß, Annuität, Amortisationsdauer) zu beurteilen. (Fach- und Methodenkompetenz, Niveaustufen „anwenden“, „analysieren“ und „beurteilen“, T 3-5) • mit Matrizen zu operieren und Verfahren zur Lösung von linearen Gleichungen insbesondere auf betriebswirtschaftliche Probleme anzuwenden. (Fach- und Methodenkompetenz, Niveaustufen „verstehen“ und „anwenden“, T 2-3) • Methoden der Differentialrechnung auf ökonomische Kalküle (Marginalanalyse, Optimierungen) anzuwenden. (Fach- und Methodenkompetenz, Niveaustufen „verstehen“ und „anwenden“, T 2-3) • die Abläufe einer empirischen Forschung und die einschlägigen Methoden der Stichprobenziehung zu beherrschen. (Fach- und Methodenkompetenz, Niveaustufe „verstehen“, T 2) • die einschlägigen Methoden und Kennzahlen zur Beschreibung und Auswertung von statistischem Datenmaterial zu verstehen und anzuwenden. (Fach- und Methodenkompetenz, Niveaustufen „verstehen“ und „anwenden“, T 2-3) • das Basiswissen der Kombinatorik (z. B. Permutationen, Ziehen mit und ohne Zurücklegen) und der Wahrscheinlichkeitsrechnung (z. B. Additionssatz, Bayes-Theorem) zu beherrschen und auf ökonomisch relevante Aufgaben anzuwenden. (Fach- und Methodenkompetenz, Niveaustufen „verstehen“ und „anwenden“, T 2-3)					

	die einschlägigen diskreten und stetigen Wahrscheinlichkeitsverteilungen zu beherrschen und auf Basis von Stichproben statistisch abgesicherte Aussagen über die Grundgesamtheit abzuleiten (Konfidenzintervalle, Signifikanztests). (Fach- und Methodenkompetenz, Niveaustufe „verstehen“ und „erschaffen“, T 2, 6)
3	Inhalte Mathematik - Kompaktwiederholung Schulmathematik - Folgen und Reihen - Zins- und Zinseszinsrechnung bei jährlicher, unterjährlicher und stetiger Verzinsung - Renten- und Tilgungsrechnung - Effektivzinsberechnung - Dynamische Verfahren der Investitionsrechnung - Matrizen, Matrizenrechnung, lineare Gleichungssysteme, Gauß-Algorithmus, Ökonomische Anwendungen - Gleichungen und Funktionen im mathematischen und im ökonomischen Kontext - Tangentenproblem und Differentialquotient - Ökonomische Anwendungen für Funktionen mit einer anderen Veränderlichen: Marginalanalyse und Elastizitäten, Newton-Verfahren, Optimierungen - Optimierungsprobleme und Marginalanalyse (Grenzrate der Substitution) für Funktionen mit mehreren Veränderlichen ohne Nebenbedingungen - Optimierungsprobleme für Funktionen mit mehreren Veränderlichen unter Nebenbedingungen, insbesondere Lagrange-Verfahren Statistik - Begriffe, Gegenstand und Erkenntniswert der Statistik - Grundlagen der empirischen Sozialforschung - Auswertungsmethoden für eindimensionales Datenmaterial (Mittelwerte, Streuung, Schiefe, Konzentrationsmessung) - Auswertungsmethoden für mehrdimensionales Datenmaterial (Korrelation, Regression) - Indices - Kombinatorik - Grundzüge der Wahrscheinlichkeitstheorie und -rechnung - Zufallsvariablen, Verteilungsfunktion und -parameter - Punkt- und Intervallschätzung (Konfidenzintervalle) - Parametrische und nichtparametrische Hypothesentests
4	Lehr- / Lernform - Aktivierender seminaristischer Unterricht - Integrierte Übungen zwecks Anwendung des Erlernten - Die Lehrveranstaltungen des Moduls werden i. d. R. in Präsenz durchgeführt.
5	Teilnahmevoraussetzungen Formal: keine Inhaltlich: Vorausgesetzt wird die Beherrschung des schulmathematischen Stoffes (wie z. B. binomische Formeln, Potenzen, Wurzeln, Logarithmus, Äquivalenzumformungen, Lösen von Gleichungen und Ungleichungen). Empfohlen wird eine selbständige Wiederholung bzw.

	Auffrischung des schulmathematischen Stoffes, entweder durch einschlägige Lehrbücher „Brückenkurs Mathematik“ oder durch Online-Kurse wie z. B. https://lx3.mint-kolleg.kit.edu/onlinekursmathev4/html/sectionx3.1.0.html (Kap. 1-4, 6-7, optional 11) oder https://www.ombplus.de (Kap. I-IV, VI-VII, XI, XIII)
6	Prüfungsformen Klausur von 120 Minuten
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulabschlussprüfung (Klausur)
8	Verwendung des Moduls: im Studiengang / in anderen Studiengängen des Fachbereichs Quantitative Methoden für Betriebs- und Volkswirtschaftslehre in weiterführenden Modulen des Studiengangs / Keine Verwendung in anderen Studiengängen des Fachbereichs
9	Stellenwert der Note für die Endnote gemäß den Credits 10 / 210
10	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Peters (Modulbeauftragter und Lehrender)
11	Sonstige Informationen Literatur: • Bamberg, Günter/Baur, Franz/Krapp, Michael: Statistik: Eine Einführung für Wirtschafts- und Sozialwissenschaftler, 19. Aufl., München 2022. • Bley Müller, Josef/Weißbach, Rafael: Statistik für Wirtschaftswissenschaftler, 17. Aufl., München 2015. • Bourier, Günther: Statistik-Übungen: Beschreibende Statistik, 7. Aufl., Wiesbaden 2022. • Peters, Horst: Wirtschaftsmathematik, 5. Aufl., Stuttgart 2022. • Tietze, Jürgen: Einführung in die angewandte Wirtschaftsmathematik, 18. Aufl., Berlin 2019. • Wewel, Max C./Blatter, Anja: Statistik im Bachelor-Studium der BWL und VWL, 4. Aufl., Hallbergmoos 2019. Alle Titel in der jeweils aktuellen Auflage. Aktualisierte Literaturlisten und weiterführende Literatur sind den Veranstaltungsunterlagen zu entnehmen.

M7: Arbeits- und Forschungsmethoden (Support Module)					
Kennnummer	Workload	Credits	Studien- semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
M7	250 h	10	3. Semester	i. d. R. einmal im Jahr (Wintersemester)	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen 1) Arbeitsmethoden und Schlüsselkompetenzen 2) Empirische Forschungsmethoden 3) Quantitative Methoden der Datenauswertung (IT-gestützt)	Kontaktzeit 1) 4 SWS / 60 h 2) 1 SWS / 15 h 3) 2 SWS / 30 h Selbststudium 145 h	Sprache Die Lehr- und Prüfungssprache ist Deutsch (mit englischen Anteilen bzw. Anwendungen).		geplante Gruppengröße 60 Studierende (in 2 Gruppen)
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Nach der erfolgreichen Bearbeitung des Moduls sind die Studierenden in der Lage, • die Bedeutung zentraler Schlüsselkompetenzen im beruflichen Kontext zu erklären, Stärken und Schwächen durch Feedback differenziert zu überprüfen sowie Ziele für die eigene berufliche und Persönlichkeitsentwicklung zu definieren und zu planen. (Fach- und Methodenkompetenz, Niveaustufen „verstehen“, „beurteilen“ und „erschaffen“, T 2, 5-6; Sozial- und Selbstkompetenz) • wichtige Arbeits- und Kommunikationstechniken zu erläutern, ihre Anwendungsmöglichkeiten zu differenzieren, sie in Übungen und Beispielfällen gezielt zu benutzen und den Beitrag zum Erwerb zentraler Schlüsselkompetenzen zu bewerten. (Fach- und Methodenkompetenz, Niveaustufen „verstehen“, „anwenden“, „analysieren“ und „beurteilen“, T 2-5; Selbstkompetenz) • Grundlagen des wissenschaftlichen Arbeitens zu erinnern und anzuwenden, indem sie strukturiert Fachinhalte recherchieren und auswerten, systematisch Gliederungen erstellen, wissenschaftlich korrekt zitieren, und hierauf basierend eigenständig wissenschaftliche Arbeiten zu konzipieren und zu schreiben. (Fach- und Methodenkompetenz, Niveaustufen „wissen/erinnern“, „anwenden“, „analysieren“ und „erschaffen“, T 1, 3-4, 6) • Anforderungen verschiedener Arten von Präsentationen zu beschreiben und situationsadäquat anzuwenden, Präsentationsvorlagen zu entwickeln und Inhalte unter Anwendung von Rhetorik- und medialen Darstellungstechniken zielgruppenadäquat zu präsentieren und argumentativ zu vertreten. (Fach- und Methodenkompetenz, Niveaustufen „verstehen“, „anwenden“ und „erschaffen“, T 2-3, 6; Sozialkompetenz) • Stile, Strategien und Taktiken der Verhandlungsführung zu erklären, Verhandlungsverhalten phasengerecht anzuwenden sowie Erfolgsprinzipien des Verhandelns und geeignete Methoden eines Konfliktmanagements zu bestimmen und auszuführen. (Fach- und Methodenkompetenz, Niveaustufen „verstehen“, „anwenden“, „analysieren“ und „beurteilen“, T 2-5; Sozialkompetenz)				

	• Prinzipien des Projekt- und Teammanagements zu beschreiben, im Rahmen von Gruppenarbeiten kooperativ und verantwortlich zu implementieren sowie eigene und fremde Leistungen angemessen im Team zu argumentieren und zu würdigen. (Fach- und Methodenkompetenz, Niveaustufen „verstehen“, „anwenden“ und „beurteilen“, T 2-3, 5; Sozial- und Selbstkompetenz) • Grundlagen der empirischen Sozial- und Wirtschaftsforschung wiederzugeben und deren Relevanz für die Wirtschaftswissenschaften zu erläutern. (Fach- und Methodenkompetenz, Niveaustufen „wissen/erinnern“ und „verstehen“, T 1-2) • Untersuchungsaufbau und -design empirischer Untersuchungen im Kontext verschiedener wissenschaftlicher Fragestellungen zu bestimmen und zu illustrieren, alternative Erhebungs- und Auswertungsmethoden darzustellen und zu kontrastieren sowie Anwendungsmöglichkeiten und Grenzen in der Wirtschaftspraxis zu werten. (Fach- und Methodenkompetenz, Niveaustufen „verstehen“, „anwenden“, „analysieren“ und „beurteilen“, T 2-5) • geeignete qualitative und quantitative Methoden themenspezifisch zu bestimmen, Daten zu recherchieren bzw. zu beschaffen, elektronisch zu organisieren sowie mittels Standard-Software (z. B. Excel, SPSS) statistisch auszuwerten sowie Ergebnisse empirischer Forschung (Kennzahlen, Analyse-, Darstellungstechniken) als Basis für Managemententscheidungen zu nutzen. (Fach- und Methodenkompetenz, Niveaustufen „verstehen“, „anwenden“, „analysieren“, T 2-4) • Digitale Transformation im Wirtschaftsinformatik-Kontext einzuordnen, Informationssysteme abzugrenzen, den Aufbau von Datenbankmodellen zu erläutern, einschlägige Unterstützungsmodelle Künstlicher Intelligenz im Datenanalysekontext zu unterscheiden, Clusteranalyse und Klassifizierung zu differenzieren und Einsatzpotentiale von Regressionsfunktionen im Data Science zu erläutern. (Fach- und Methodenkompetenz, Niveaustufen „wissen/erinnern“, „verstehen“ und „analysieren“, T 1-2, 4) • interkulturelle Besonderheiten der Themen zu interpretieren und auszuführen, um international zielgruppenadäquat und professionell zu agieren, sowie ethische Aspekte zu hinterfragen, um Entscheidungen verantwortungsethisch zu begründen. (Fach- und Methodenkompetenz, Niveaustufen „verstehen“, „anwenden“ und „analysieren“, T 2-4; Sozial- und Selbstkompetenz)
3	Inhalte Arbeitsmethoden und Schlüsselkompetenzen • Schlüsselkompetenzen: Fach-, Sozial-, Selbst- und Methodenkompetenz • Methodik des wissenschaftlichen Arbeitens: Literatursuche und -verarbeitung, Gestaltung wissenschaftlicher Arbeiten, korrektes Zitieren • Präsentationstechnik • Grundlagen der Verhandlungsführung und Harvard-Konzept • Konfliktmanagement und Mediation • Selbstmanagement und Teammanagement • Projektmanagement • Kommunikationstechniken: z. B. Frage-, Gesprächs-, Moderationstechniken, Rhetorik • Arbeitstechniken: z. B. Zeitmanagement-, Entscheidungs-, Kreativitäts-, Denk-, Lerntechniken • Interkulturelle Kompetenz • Ethische Aspekte der behandelten Themen

	Empirische Forschungsmethoden • Grundlagen der empirischen Sozial- und Wirtschaftsforschung • Anwendungsmöglichkeiten im Kontext von Managemententscheidungen • Ablauf eines empirischen Forschungsprozesses • Einführung in Untersuchungsaufbau und -design, Erhebungs- und Analysemethoden, Interpretationsmöglichkeiten Quantitative Methoden der Datenauswertung (IT-gestützt) • Grundlagen der Datenanalyse • IT-gestützte Anwendungen quantitativer Analyse sowie grafische Auswertungen (Deskriptive/Inferenz-Statistik; z. B. mittels Excel) • Datenbankmodelle • Einführung entscheidungsunterstützender Anwendungssysteme (z. B. Business Intelligence/Analytics, Data Mining, KI)
4	Lehr- / Lernform • Aktivierender, seminaristischer Unterricht mit integrierten Hausarbeiten, Präsentationen, Einzel- und Gruppenrecherchen, Fallbeispielen/Business Cases, IT-gestützten Anwendungen und (gegebenenfalls empirischer) Projektarbeit. Begleitende Übungen und Anwendungsfälle werden genutzt, um vermittelten Stoff praxisbezogen zu konkretisieren und Schlüsselkompetenzen (Fach-, Methoden-, Sozial- und Selbstkompetenz) zu fördern. • Didaktische Hilfsmittel sind Präsentationsunterlagen und/oder lernplattformgestützte Inhalte, Übungseinheiten (z. B. Rollenspiele, Trainings zur Präsentation, Recherche und Datenbanknutzung), interaktive Aufgaben, digitale Quizze sowie Zeichentools (Tablets, Visualizer). Quantitative Datenauswertungen erfolgen rechner-gestützt (z. B. Excel, SPSS). Die Lehrveranstaltungen werden begleitet durch Gast-vorträge und/oder Firmenbesuche, sowie gegebenenfalls Input des Career Service der Hochschule. • Die Lehrveranstaltungen des Moduls werden in der Regel in Präsenz durchgeführt und zweizügig angeboten; die Gruppenzuordnung gilt für alle Veranstaltungen des Moduls.
5	Teilnahmevoraussetzungen Formal: keine Inhaltlich: Empfohlen ist ein Studium nach dem Studienverlaufsplan. Relevante Vorkenntnisse werden insbesondere in Modul 6 (Quantitative Methoden) vermittelt.
6	Prüfungsformen Hausarbeit mit Präsentation (60%) und Klausur von 90 Minuten (40%)
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulprüfung
8	Verwendung des Moduls: im Studiengang / in anderen Studiengängen des Fachbereichs Ökonomiebezogene Methodik der Forschung für alle Module ab dem 4. Semester und die Bachelor-Thesis sowie zentrale nicht-fachbezogene Qualifikationen für eine erfolgreiche Bewältigung relevanter Anforderungssituationen im Studium und Beruf / Keine Verwendung in anderen Studiengängen des Fachbereichs
9	Stellenwert der Note für die Endnote gemäß den Credits 10 / 210

10	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Anne Christin Kemper (Modulbeauftragte und Lehrende) Dipl.-Betriebswirtin (FH) Christina Lehmann (hauptamtlich Lehrende)
11	Sonstige Informationen Literatur: • Diekmann, Andreas: Empirische Sozialforschung: Grundlagen, Methoden, Anwendungen, 14. Aufl., Reinbek 2023. • Fantapié-Altobelli, Claudia: Marktforschung. Methoden - Anwendungen - Praxisbeispiele, 4. Aufl., Stuttgart 2023. • Fisher, Roger/Ury, William/Patton, Bruce: Getting to Yes. Negotiating an agreement without giving in, 3. Aufl., New York 2011. • Flume, Peter/Mentzel, Wolfgang: Rhetorik, 5. Aufl., Freiburg 2023. • Hansen, Hans Robert/Mendling, Jan/Neumann, Gustaf: Wirtschaftsinformatik, 12. Aufl., Berlin/Boston 2019. • Koschany-Rohbeck, Marianne: Praxishandbuch Wirtschaftsmediation. Grundlagen und Methoden zur Lösung innerbetrieblicher Konflikte, 2. Aufl., Wiesbaden 2018. • Reiter, Joachim: Statistik-Fallstudien mit Excel, Wiesbaden 2017. • Renz, Karl-Christoph: Das 1 x 1 der Präsentation: Für Schule, Studium und Beruf, 3. Aufl., Wiesbaden 2022. • Simon, Walter: GABALs großer Methodenkoffer: Grundlagen der Arbeitsorganisation, Offenbach 2015. • Theisen, Manuel: Wissenschaftliches Arbeiten. Erfolgreich bei Bachelor- und Masterarbeit, 18. Aufl., München 2021. Alle Titel in der jeweils aktuellen Auflage. Aktualisierte Literaturlisten und weiterführende Literatur sind den Veranstaltungsunterlagen zu entnehmen.

M8: Wirtschaftsrecht (Support Module)					
Kennnummer	Workload	Credits	Studien- semester	Häufigkeit des Angebot	Dauer
M8	250 h	10	4. Semester	i. d. R. einmal im Jahr (Sommersemester)	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen 1) Bürgerliches Recht und Internationales Privatrecht 2) Handelsrecht und Grundzüge Gesellschaftsrecht	Kontaktzeit 1) 3 SWS / 45 h 2) 3 SWS / 45 h Selbststudium 160 h	Sprache Die Lehr- und Prüfungssprache ist Deutsch (mit englischen Anteilen bzw. Anwendungen).		geplante Gruppengröße 60 Studierende
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Nach der erfolgreichen Bearbeitung des Moduls sind die Studierenden in der Lage, grundlegende bürgerlich-, privat-, handels- und gesellschaftsrechtliche Sachverhalte der BWL mit internationalen Bezügen zu verstehen, einzuordnen und anzuwenden, denn sie - erwerben und vertiefen ein Grundverständnis für juristische Problemstellungen und für die ersten drei Bücher des BGB, für das HGB, für das internationale Privatrecht und für die Grundzüge des Gesellschaftsrechts in einem praxisnahen Kontext. (Fach- und Methodenkompetenz, Niveaustufen „Erinnern/Wissen“ und „Verstehen“, T 1-2) - erfassen und bearbeiten Fälle aus dem Bereich des BGB AT (Allgemeiner Teil), des Schuldrechts, des Handels- und Gesellschaftsrechts und des internationalen Privatrechts nach den Regeln juristischer Dogmatik und dadurch erfolgt eine Schulung des analytischen Denkvermögens und der Analysefähigkeit. (Fach- und Methodenkompetenz, Niveaustufen „Anwenden“ und „Analysieren“, T 3-4) - lernen die wichtigsten Anspruchsgrundlagen aus dem BGB AT (Allgemeiner Teil), dem Schuldrecht, dem Handels- und Gesellschaftsrecht, dem internationalen Privatrecht, auch in Gruppenarbeit. (Fach- und Methodenkompetenz, Niveaustufen „Erinnern/Wissen“ und „Verstehen“, T 1-2, Sozialkompetenz)				
3	Inhalte Bürgerliches Recht und Internationales Privatrecht sowie Handelsrecht und Grundzüge Gesellschaftsrecht - Aufgaben der Rechtsordnung, Rechtssystem, Rechtsquellen - Rechtssubjekte und -objekte (einschließlich Kaufmann und Handelsfirma) - Lehre vom Rechtsgeschäft mit allen Wirksamkeitsvoraussetzungen und Abstraktionsprinzip - Allgemeine Geschäftsbedingungen - Gewillkürte und organschaftliche Stellvertretung - Fristen und Verjährung				

	• Pflichtverletzungen im Schuldverhältnis (Recht der Leistungsstörung, Verzug und Unmöglichkeit) • Besondere Schuldverhältnisse (Kaufvertrag, Werkvertrag, Mietvertrag, Dienstvertrag, Arbeitsvertrag) einschließlich handelsrechtlicher Besonderheiten • Überblick über das Deliktsrecht • Unternehmensformen • Organhaftung • Begriff des internationalen Privatrechts • Allgemeines Prüfungsvorgehen im internationalen Privatrecht / Struktur von Kollisionsnormen • Internationales Vertragsrecht / UN-Kaufrecht • Internationales Privatrecht der außervertraglichen Schuldverhältnisse
4	Lehr- / Lernform • Die Vermittlung und Einübung der Inhalte erfolgen durch einen die Teilnehmer aktivierenden seminaristischen Unterricht. Hierbei werden die Inhalte auf der Basis aktueller Beispiele und zahlreicher Fälle verdeutlicht. Zur Vorbereitung auf die Klausur und zur laufenden Lernkontrolle bearbeiten die Studierenden selbständig Fälle unter Anleitung. Diese Fallstudien schulen die Fähigkeit zur Transferleistung und beinhalten Gruppenarbeit zur Stärkung der Sozialkompetenz. • Die Lehrveranstaltungen des Moduls werden i. d. R. in Präsenz durchgeführt.
5	Teilnahmevoraussetzungen Formal: keine Inhaltlich: Empfohlen ist ein Studium nach dem Studienverlaufsplan
6	Prüfungsformen Klausur von 120 Minuten
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulabschlussprüfung (Klausur)
8	Verwendung des Moduls: im Studiengang / in anderen Studiengängen des Fachbereichs Wirtschaftsrechtliches Fundament für alle weiteren Module / Keine Verwendung in anderen Studiengängen des Fachbereichs
9	Stellenwert der Note für die Endnote gemäß den Credits 10 / 210
10	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Sabine Otte, LL.M. (Bristol) (Modulbeauftragte und Lehrende)

11	Sonstige Informationen Literatur: • Brox, Hans/Walker, Wolf-Dietrich: Allgemeiner Teil des BGB, 46. Aufl., München 2022. • Brox, Hans/Walker, Wolf-Dietrich: Allgemeines Schuldrecht, 47. Aufl., München 2023. • Brox, Hans/Walker, Wolf-Dietrich: Besonderes Schuldrecht, 47. Aufl., München 2023. • Förschler, Peter: Privat- und Prozessrecht, 2. Aufl., Bad Wörishofen 2018. • Führich, Ernst/Werdan, Ingrid: Wirtschaftsprivatrecht in Fällen und Fragen, 9. Aufl., München 2023. • Führich, Ernst: Wirtschaftsprivatrecht, 14. Aufl., München 2022. • Grüneberg, Christian: BGB-Kommentar, 82. Aufl., München 2023. • Müssig, Peter: Wirtschaftsprivatrecht, 23. Aufl., Heidelberg 2022. Alle Titel in der jeweils aktuellen Auflage. Aktualisierte Literaturlisten und weiterführende Literatur sind den Veranstaltungsunterlagen zu entnehmen.
----	---

M9: Business English B2/C1 (Communication Skills Module)					
Kennnummer	Workload	Credits	Studien-semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
M9	175 h Teil A: 75 h Teil B: 100 h	7 Teil A: 3 Teil B: 4	Teil A: 1. Semester Teil B: 2. Semester	Teil A: i. d. R. einmal im Jahr (Winter-semester) Teil B: i. d. R. einmal im Jahr (Sommer-semester)	2 Semester
1	Lehrveranstaltungen 1) Teil A 2) Teil B	Kontaktzeit 1) 2 SWS / 32 h 2) 4 SWS / 64 h Selbststudium Teil A: 43 h Teil B: 36 h	Sprache Die Lehr- und Prüfungssprache ist Englisch.	geplante Gruppengröße 15 Studierende	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Nach der erfolgreichen Bearbeitung des Moduls sind die Studierenden in der Lage, im geschäftlichen Kontext angemessen wirtschaftsenglisch zu kommunizieren, denn sie • erlangen die Kenntnisse für Geschäftsenglisch und das Studium im Ausland (Common European Framework Level B2/C1). (Fach- und Methodenkompetenz, Niveaustufen „erinnern/wissen“, „verstehen“ und „anwenden“, T 1-3) • entwickeln akademische Kompetenzen auf Englisch. (Fach- und Methodenkompetenz, Niveaustufe „erschaffen“, T 6) • beherrschen Kommunikationsfähigkeiten auf Englisch und einen Wortschatz für ausgewählte Geschäftsbereiche. (Fach- und Methodenkompetenz, Niveaustufen „erinnern/wissen“, „verstehen“ und „anwenden“, T 1-3) • entwickeln eine Reihe von englischen Ausdrucksweisen für das Geschäftsleben. (Fach- und Methodenkompetenz, Niveaustufe „erschaffen“, T 6) • beseitigen grammatikalische Fehler und frischen Kenntnisse auf. (Fach- und Methodenkompetenz, Niveaustufen „analysieren“ und „beurteilen“, T 4-5) • verstehen interkulturelle Theorien und entwickeln ein interkulturelles Bewusstsein. (Fach- und Methodenkompetenz, Niveaustufe „verstehen“, T 2) • verwenden Theorien in interkulturellen Situationen und im akademischen Schreiben. (Fach- und Methodenkompetenz, Niveaustufe „anwenden“, T 3) To: • achieve proficiency in English for business and for study abroad (Common European Framework Level B2/C1). • develop English academic skills. • master basic communication skills in English. • master selected areas of business knowledge and vocabulary.				

	• develop a range of expressions in English suitable for business. • eliminate errors in English grammar and refine existing knowledge. • understand intercultural theories and develop cross-cultural awareness. • adapt theory and awareness to cross-cultural exchange, setting and academic writing.
3	Inhalte Teil A • Selbststudium: Überarbeitung Grammatik und Ausdrucksweise • Kommunikationsfähigkeiten: Korrespondenz und kurze Berichte • Geschäftsthemen – Unternehmensfunktionen: – Human Resources (inkl. Unternehmensorganisation und -struktur) – Finanzwesen – Marketing – Vertrieb & Kundendienst – Rechtsabteilung • Akademische Kompetenzen: Selbstlernkompetenz, Lesen und Analyse, Hörverständnis und Notizen machen, Schreiben • Self-Study: Revision of grammar and range of expression • Business Communication Skills: Correspondence and short reports • Business subject areas – company functions: – Human Resources (incl. company organization and structure) – Finance – Marketing – Sales & Distribution with sales services – Legal • Academic Skills in English: Learning to learn, reading with reading analysis, listening, writing Teil B • Selbststudium: Überarbeitung Grammatik und Ausdrucksweise • Themenfelder: – Herstellung – Projektmanagement – Wirtschaft – Firmentypen – Internationalisierung und Globalisierung – Interkulturelle Kommunikation und Management • Akademische Kompetenzen: Lesen und Analyse, Hörverständnis und Notizen machen, Schreiben • Self-Study: Revision of grammar and range of expression • Business subject areas: – Manufacturing – Project Management – Language of Economics – Business Models – Internationalization and Globalization – Intercultural Communication and Management • Academic Skills in English: Reading and reading analysis, listening, writing

4	Lehr- / Lernform: - Die Lehrveranstaltungen des Moduls werden i. d. R. in Präsenz durchgeführt. - Veranstaltung mit seminaristischem Charakter: aktive Teilnahme mit Gruppenarbeit, Partnerarbeit, Präsentationen, Projektarbeit usw.
5	Teilnahmevoraussetzungen Formal: Englischkenntnisse mindestens B2 Level (CEF: Common European Framework) Inhaltlich: keine
6	Prüfungsformen Teil A: Klausur von 90 Minuten (50% der Note) Teil B: Klausur von 120 Minuten (50% der Note)
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Vergabe der Leistungspunkte nach Bestehen aller Teilprüfungen (Klausuren)
8	Verwendung des Moduls: im Studiengang / in anderen Studiengängen des Fachbereichs Kenntnisse des Moduls als Voraussetzung für englischsprachige Fachveranstaltungen ab dem 3. Semester / Keine Verwendung in anderen Studiengängen des Fachbereichs
9	Stellenwert der Note für die Endnote gemäß den Credits 7 / 210 (Teil A: 3 / 210, Teil B: 4 / 210)
10	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende David Albutt (Modulbeauftragter und hauptamtlich Lehrender)
11	Sonstige Informationen Literatur: - Ashford, Stephanie/Smith, Tom: Business Proficiency – Wirtschaftsenglisch für Hochschule und Beruf, Stuttgart 2017. - Emmerson, Paul: Business Grammar Builder, 2. Aufl., London 2010. - Emmerson, Paul: Essential Business Grammar Builder, London 2012. - McCarthy, Michael/O'Dell, Felicity: Academic Vocabulary in Use, 3. Aufl., Cambridge 2016. - Swan, Michael/Walter, Catherine: Oxford English Grammar Course Intermediate, Oxford 2019. - Swan, Michael/Walter, Catherine: Oxford English Grammar Course Advanced, Oxford 2019. - In-house scripts - interne Skripte / worksheets - Arbeitsblätter / handouts / usw. Alle Titel in der jeweils aktuellen Auflage. Aktualisierte Literaturlisten und weiterführende Literatur sind den Veranstaltungsunterlagen zu entnehmen.

M10: Business English C1 and Intercultural Communication (Communication Skills Module)					
Kennnummer	Workload	Credits	Studien- semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
M10	175 h Teil A: 75 h Teil B: 100 h	7 Teil A: 3 Teil B: 4	Teil A: 3. Semester Teil B: 4. Semester	Teil A: i. d. R. einmal im Jahr (Wintersemester) Teil B: i. d. R. einmal im Jahr (Sommersemester)	2 Semester
1	Lehrveranstaltungen 1) Teil A 2) Teil B	Kontaktzeit 1) 2 SWS / 32 h 2) 4 SWS / 64 h Selbststudium Teil A: 43 h Teil B: 36 h	Sprache Die Lehr- und Prüfungssprache ist Englisch.	geplante Gruppengröße 15 Studierende	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Nach der erfolgreichen Bearbeitung des Moduls sind die Studierenden in der Lage, interkulturell angemessen und auf hohem Wirtschaftsenglisch-Niveau sicher zu kommunizieren, denn sie • erlangen vertiefte Kenntnisse in Geschäftsenglisch und für das Studium im Ausland (Common European Framework Level C1). (Fach- und Methodenkompetenz, Niveaustufen „erinnern/wissen“, „verstehen“ und „anwenden“, T 1-3) • beschreiben Geschäftsinstrumente, können diese einsetzen und beherrschen Konzepte auf Englisch. (Fach- und Methodenkompetenz, Niveaustufen „verstehen“ und „anwenden“, T 2-3) • nutzen und verstehen Fallstudien im akademischen Bereich und im Geschäftsleben. (Fach- und Methodenkompetenz, Niveaustufen „verstehen“ und „anwenden“, T 2-3) • entwickeln akademische Kompetenzen (Fallstudienberichte) auf Englisch. (Fach- und Methodenkompetenz, Niveaustufe „erschaffen“, T 6) • beherrschen internationale Kommunikationsfähigkeiten (Geschäftsberichte, Besprechungen, Verhandlungen, Präsentationen) auf Englisch. (Fach- und Methodenkompetenz, Niveaustufen „erinnern/wissen“, „verstehen“ und „anwenden“, T 1-3) To: • achieve proficiency in English for business and for study abroad (Common European Framework level C1). • be able to describe and practically implement common business tools and instruments in English. • understand the value of case studies in both academic and professional life. • develop English academic skills (case study report writing).				

	• master communication skills in English (business report writing, meetings, negotiations, presentations).
3	Inhalte Teil A • Fallstudium • Untersuchung von Management-Instrumenten (SWOT, PEST, Boston Matrix, Porter's 5 forces usw.) und Konzepten (z. B. international trade) und deren Beschreibung und Anwendung in Fallstudien auf Englisch • Der Ablauf und die notwendige Sprache für die Fallstudien-Analyse • Ablauf und Sprache anwenden • Das Schreiben von einfachen Fallstudienberichten • Ausführliche Analyse von Fallstudien • Case Study • Examination of management tools (SWOT, PEST, Boston Matrix, Porter's 5 forces etc.) and concepts (e.g. international trade) and their description and application in case study reports in English • Procedure and language of case study analysis • Application of both procedure and language to case study report writing • Writing of basic case study reports • More detailed case study Teil B • Internationale Besprechungen, Verhandlungen und Präsentationen auf Englisch • Sprachkenntnisse für Besprechungen beherrschen (argumentieren, Einwände behandeln usw.) • Kompetenzen für internationale Besprechungen entwickeln • Sprachkenntnisse für Verhandlungen beherrschen • Die Verhandlungsphasen auf Englisch beherrschen • Verhandlungsstrategien auf Englisch entwickeln • Kompetenzen für internationale Verhandlungen entwickeln • Grundlagen Präsentationen und einfache Präsentationen halten • Fortgeschrittene Präsentationstechniken und Strukturen analysieren, lernen und umsetzen • Präsentationen halten und analysieren • Kommunikationsfähigkeiten auf Englisch entwickeln (z. B. Anwendung des angemessenen Kommunikationsmittels) • International Meetings, Negotiations and Presentations in English • Language and procedure of international meetings • Development of meeting skills through practice, role play and feedback • Language and procedure of international negotiation skills • Development of international negotiation skills and strategies in English through practice, role plays and feedback • Learn the basics of presenting and practice short presentations • Analysis and implementation of advanced presentation techniques and structures • Development of international presentations skills by means of continuous analysis, practice and feedback • Development of business communication with the inclusive aim

	of creating understanding of the correct application of different means and tools of business communication.
4	Lehr- / Lernform - Die Lehrveranstaltungen des Moduls werden i. d. R. in Präsenz durchgeführt. - Veranstaltung mit seminaristischem Charakter: aktive Teilnahme mit Gruppenarbeit, Partnerarbeit, Präsentationen, Projektarbeit usw.
5	Teilnahmevoraussetzungen Formal: keine Inhaltlich: Empfohlen ist ein Studium nach dem Studienverlaufsplan; relevante Vorkenntnisse werden insbesondere in den Modulen 9 und 10 (Teil A) vermittelt.
6	Prüfungsformen Teil A: Klausur von 90 Minuten (50% der Note) Teil B: Mündliche Prüfung von 20 Minuten (50% der Note)
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Vergabe der Leistungspunkte nach Bestehen aller Teilprüfungen (Klausur und mündliche Prüfung)
8	Verwendung des Moduls: im Studiengang / in anderen Studiengängen des Fachbereichs Erwerbung der fachfremdsprachlichen Englischkompetenzen für das Auslandssemester / Keine Verwendung in anderen Studiengängen des Fachbereichs
9	Stellenwert der Note für die Endnote Gemäß den Credits 7 / 210 (Teil A: 3 / 210, Teil B: 4 / 210)
10	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende David Albutt (Modulbeauftragter und hauptamtlich Lehrender)
11	Sonstige Informationen Literatur: - Ashford, Stephanie/Smith, Tom: Business Proficiency – Wirtschaftsenglisch für Hochschule und Beruf, Stuttgart 2017. - Powell, Mark: Dynamic Presentations, Cambridge 2011. - Powell, Mark: International Negotiations, Cambridge 2012. - Williams, Erica: Case Studies for Business English, Wayzgoose Press 2019 - Harvard Business School case studies / Fallstudien - Current business press and media / Aktuelle Geschäftszeitschriften und Medien - In-house script – internes Skript / worksheets – Arbeitsblätter / handouts Alle Titel in der jeweils aktuellen Auflage. Aktualisierte Literaturlisten und weiterführende Literatur sind den Veranstaltungsunterlagen zu entnehmen.

M11a: Wirtschaftsspanisch A2 (Communication Skills Module)						
Kennnummer		Workload	Credits	Studien- semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
M11a		175 h	7	1. Semester	i. d. R. einmal im Jahr (Wintersemester)	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen Wirtschaftsspanisch A2		Kontaktzeit 4 SWS / 60 h Selbststudium 115 h	Sprache Die Lehr- und Prüfungssprache ist Spanisch. Die Unterrichtssprachen sind Spanisch (Hauptsprache) und Deutsch (Metasprache).		geplante Gruppengröß e 15 Studierende
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Nach der erfolgreichen Bearbeitung des Moduls sind die Studierenden in der Lage, • die vier Grundfertigkeiten (Hören, Sprechen, Lesen und Schreiben) in der Fremdsprache parallel zu entwickeln. (Fach- und Methodenkompetenz, Niveaustufen „wissen/erinnern“, „verstehen“ und „anwenden“, T 1-3) • den Grundwortschatz der Unternehmenskommunikation sowie die grundlegenden Inhalte der spanischen Grammatik adäquat und handlungsorientiert anzuwenden. (Fach- und Methodenkompetenz, Niveaustufe „anwenden“, T 3) • einfache Mails, Mitteilungen, Beschreibungen, Stellenangebote, Blogbeiträge, Organigramme und einfache Infografien zu lesen, zu verstehen und zu schreiben. (Fach- und Methodenkompetenz, Niveaustufen „wissen/erinnern“, „verstehen“ und „anwenden“, T 1-3) • unterschiedliche Arten von Firmen im spanischsprachigen Raum zu beschreiben und deren firmeninterne Strukturen zu verstehen. (Fach- und Methodenkompetenz, Niveaustufen „wissen/erinnern“ und „verstehen“, T 1-2) • über Alltags- und Geschäftsroutinen zu sprechen. (Fach- und Methodenkompetenz, Niveaustufe „anwenden“, T 3) • unterschiedliche Aspekte der Arbeitswelt in Spanien und Lateinamerika mit der Arbeitswelt im deutschsprachigen Raum zu kontrastieren (Arbeitszeiten, Hierarchien, Abteilungen, kulturelle Gepflogenheiten). (Fach- und Methodenkompetenz, Niveaustufe „analysieren“, T 4)					
3	Inhalte • Vermittlung der Grundlagen der spanischen Grammatik unter Berücksichtigung diverser kommunikativer Funktionen (handlungsorientierter Ansatz) • Systematischer Aufbau und Anwendung des Grundwortschatzes der spanischen Sprache aus den folgenden Bereichen: Kontaktaufnahme, Hobbys und Interessen, Stadt und Reisen, Einkaufen, Verkehr, Alltagssituationen, berufliches Umfeld usw.					

	Handlungsorientierte Verwendung des geschäftlichen und beruflichen Wortschatzes: Firmeninterne Strukturen und Organisationsabläufe beschreiben, eine Geschäftsreise organisieren und durchführen, Kontakte zu neuen Kunden und Geschäftspartnern anbahnen, Termine vereinbaren, Telefonate erledigen, Hotelzimmer reservieren, Stellenangebote analysieren usw.
4	Lehr- / Lernform - Aktivierender seminaristischer Unterricht - Interaktive Übungen - Partner- und Gruppenarbeit - Rollenspiele, Diskussionen und Debatten - Simulationen - Die Lehrveranstaltungen des Moduls werden i. d. R. in Präsenz durchgeführt.
5	Teilnahmevoraussetzungen Formal: keine Inhaltlich: keine
6	Prüfungsformen Klausur von 120 Minuten
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulabschlussprüfung (Klausur)
8	Verwendung des Moduls: im Studiengang / in anderen Studiengängen des Fachbereichs Grundlegende Wirtschaftsfachsprachkompetenz in zweiter internationaler Geschäftssprache / Keine Verwendung in anderen Studiengängen des Fachbereichs
9	Stellenwert der Note für die Endnote gemäß den Credits 7 / 210
10	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende StR i.H. Conchi Rico Albert (Modulbeauftragte und Lehrende)

11	Sonstige Informationen Literatur: • Alonso, Geni/González, Marta/Ortiz, Susana: Emprendedores, nivel A1-A2, Madrid 2019. • Coello Arias, Manuel: Español para economistas. Spanisch für Wirtschaftswissenschaftler, Weinheim 2002. • Moncho Brunengo, Andrés: Wirtschaftsspanisch für Berufseinsteiger kompakt, München 2015. • Prada, Marisa/Marcé, Pilar/Bovet, Montserrat: Entorno laboral, nivel fusión A1-B1, Madrid 2022. • Suárez Lasierra, María/Dirscherl, Klaus: Einführung in die spanische Wirtschaftssprache, München 2001. • VV.AA: Gramática básica del estudiante de español, neue überarb. deutsche Ausgabe, Stuttgart 2021. Alle Titel in der jeweils aktuellen Auflage. Aktualisierte Literaturlisten und weiterführende Literatur sind den Veranstaltungsunterlagen zu entnehmen. Interaktive Materialien in digitaler Form zu den während des Semesters behandelten Grammatik- und Wortschatzthemen, zu interkulturellen Inhalten u. a. werden von den jeweiligen Dozenten über die Lernplattform Moodle und/oder MS-Teams den Studierenden zur Verfügung gestellt.
----	---

M11a: Wirtschaftsfranzösisch A2 (Communication Skills Module)					
Kennnummer	Workload	Credits	Studien- semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
M11a	175 h	7	1. Semester	i. d. R. einmal im Jahr (Wintersemester)	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen Wirtschaftsfranzösisch A2	Kontaktzeit 4 SWS / 60 h Selbststudium 115 h	Sprache Die Lehr- und Prüfungssprache ist Französisch. Die Unterrichtssprachen sind Französisch (Hauptsprache) und Deutsch (Metasprache).		geplante Gruppengröße 15 Studierende
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Nach der erfolgreichen Bearbeitung des Moduls sind die Studierenden in der Lage, • die vier Grundfertigkeiten (Hören, Sprechen, Lesen und Schreiben) in der Fremdsprache parallel zu entwickeln. (Fach- und Methodenkompetenz, Niveaustufen „wissen/erinnern“, „verstehen“ und „anwenden“, T 1-3) • den Grundwortschatz der Unternehmenskommunikation sowie die grundlegenden Inhalte der französischen Grammatik adäquat und handlungsorientiert anzuwenden. (Fach- und Methodenkompetenz, Niveaustufe „anwenden“, T 3) • einfache Mails, Briefe, Mitteilungen und Beschreibungen zu lesen, zu verstehen und zu schreiben. (Fach- und Methodenkompetenz, Niveaustufen „wissen/erinnern“, „verstehen“ und „anwenden“, T 1-3) • über Alltags- und Geschäftsroutinen zu sprechen und sich in französischsprachigen Ländern zurecht zu finden. (Fach- und Methodenkompetenz, Niveaustufe „anwenden“, T 3) • ihren eigenen Sprachlernprozess zu reflektieren und Lernstrategien anzuwenden. (Fach- und Methodenkompetenz, Niveaustufen „anwenden“, „analysieren“ und „beurteilen“, T 3-5)				
3	Inhalte • Vermittlung der Grundlagen der französischen Grammatik (A2) unter Berücksichtigung diverser kommunikativer Funktionen (handlungsorientierter Ansatz) • Systematischer Aufbau des Grundwortschatzes der französischen Sprache: Kontaktaufnahme, Hobbys und Interessen, Stadt und Verkehr, Arbeit, Alltagssituationen, Reisen, Einkaufen usw.				

	• Handlungsorientierte Verwendung des geschäftlichen und beruflichen Wortschatzes: eine Geschäftsreise organisieren und durchführen, Kontakte zu neuen Kunden und Geschäftspartnern anbahnen, Termine vereinbaren, Telefonate erledigen, Hotelzimmer reservieren, Geschäftspartner empfangen, ein Bankkonto eröffnen usw. • Vermittlung von Lern -und Kommunikationsstrategien
4	Lehr- / Lernform • Teilnehmeraktiver seminaristischer Unterricht • Interaktive Übungen • Partner- und Gruppenarbeit • Rollenspiele • Die Lehrveranstaltungen des Moduls werden i. d. R. in Präsenz durchgeführt.
5	Teilnahmevoraussetzungen Formal: keine Inhaltlich: keine
6	Prüfungsformen Klausur von 120 Minuten
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulabschlussprüfung (Klausur)
8	Verwendung des Moduls: im Studiengang / in anderen Studiengängen des Fachbereichs Grundlegende Wirtschaftsfachsprachkompetenz in zweiter internationaler Geschäftssprache / Keine Verwendung in anderen Studiengängen des Fachbereichs
9	Stellenwert der Note für die Endnote gemäß den Credits 7 / 210
10	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende StR. i. H. Anne-Sophie Jansen-Lasnier (Modulbeauftragte und Lehrende)
11	Sonstige Informationen Literatur: • Abry, Dominique/Chalaron, Marie-Laure: Grammaire des premiers temps A1-A2, Grenoble 2015. • Boeckel, Jürgen/Straub, Bernard/Thiele, Paul: Dictionnaire de l'allemand économique commercial et financier, allemand-français / français-allemand, Paris 2010. • Dubois, Anne-Lyse/Bolomier, Anne/Kaddani, Sara: Objectif Express 1, Cahier d'Activités: A1A2, Paris 2022. • Dubois, Anne-Lyse/Tauzin, Béatrice: Objectif Express 1, A1A2: le monde professionnel en français, 3. Aufl., Paris 2022. Alle Titel in der jeweils aktuellen Auflage. Aktualisierte Literaturlisten und weiterführende Literatur sind den Veranstaltungsunterlagen zu entnehmen.

M11b bzw. 12a: Wirtschaftsspanisch B1 (Communication Skills Module)						
Kennnummer M11b bzw. 12a		Workload 150 h	Credits 6	Studien- semester i. d. R. ab 1. Semester	Häufigkeit des Angebots i. d. R. jedes Semester	Dauer 1 Semester
1	Lehrveranstaltungen Wirtschaftsspanisch B1		Kontaktzeit 4 SWS / 60 h Selbststudium 90 h	Sprache Die Lehr- und Prüfungssprache ist Spanisch. Die Unterrichtssprachen sind Spanisch (Hauptsprache) und Deutsch (Metasprache).		geplante Gruppengröß e 15 Studierende
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Nach der erfolgreichen Bearbeitung des Moduls sind die Studierenden in der Lage, • weitere Themen der spanischen Grammatik zu vertiefen und zu beherrschen. (Fach- und Methodenkompetenz, Niveaustufen „wissen/erinnern“ und „verstehen“, T 1-2) • ihre kommunikative Kompetenz rezeptiv und produktiv im professionellen Umfeld in der Fremdsprache Spanisch gemäß des Niveaus B1 einzusetzen und handlungsorientiert wichtige sprachliche und berufsbezogene Fertigkeiten anzuwenden. (Fach- und Methodenkompetenz, Niveaustufe „anwenden“, T 3) • mit spanischen und lateinamerikanischen Geschäftspartnern am Arbeitsplatz, am Telefon und bei Geschäftsessen zu kommunizieren und geschäftliche Mails zu verstehen und zu schreiben. (Fach- und Methodenkompetenz, Niveaustufen „wissen/erinnern“, „verstehen“ und „anwenden“, T 1-3) • eine Bewerbung auf Spanisch zu verfassen. (Fach- und Methodenkompetenz, Niveaustufe „anwenden“, T 3) • über ihren Werdegang zu berichten. (Fach- und Methodenkompetenz, Niveaustufe „anwenden“, T 3) • sich im Rahmen eines Vorstellungsgespräches angemessen auszudrücken. (Fach- und Methodenkompetenz, Niveaustufe „anwenden“, T 3) • komplexere mündlich gegebene Informationen zu verstehen und sinngemäß wiederzugeben. (Fach- und Methodenkompetenz, Niveaustufen „verstehen“ und „anwenden“, T 2-3) • mittelschwere spanischsprachige Texte wirtschaftlichen Inhalts zu erschließen und zusammenzufassen. (Fach- und Methodenkompetenz, Niveaustufen „verstehen“ und „anwenden“, T 2-3) • über ihren eigenen Sprachlernprozess zu reflektieren (Monitoring) und unterschiedliche Lernstrategien anzuwenden. (Fach- und Methodenkompetenz, Niveaustufen „anwenden“, „analysieren“ und „beurteilen“, T 3-5)					

3	Inhalte • Ausbau der Grammatikkenntnisse (B1) unter Berücksichtigung diverser kommunikativer Funktionen (handlungsorientierter Ansatz) • Vermittlung der Kernbereiche der modernen spanischen Geschäfts- und Wirtschaftssprache: berufsbezogener Wortschatz, Handelskorrespondenz, Grundlagen der spanischen Wirtschaftsterminologie • Kulturelle und sozioökonomische Hintergrundinformationen zu Berufsleben, Geschäftswelt, Wirtschaft in Spanien und ausgewählten Ländern Lateinamerikas • Systematische Schulung des Hör- und Sehverstehens, des Leseverstehens, des mündlichen Ausdrucks und der Textproduktion • Stellenangebote, Vorstellungsgespräche, Messen, Wirtschaftssektoren und -aktivitäten, Arbeit und Berufe der Zukunft, Technologie und Handel, Arbeitsrechte • Das eigene (zukünftige) Unternehmen vorstellen und die eigene (zukünftige) Stelle beschreiben • Erschließen von mittelschweren Wirtschaftstexten • Gelenkte und freie Transferübung zur freien Sprachanwendung
4	Lehr- / Lernform • Aktivierender seminaristischer Unterricht • Interaktive Übungen • Partner- und Gruppenarbeit • Rollenspiele, Diskussionen und Debatten • Simulationen • Die Lehrveranstaltungen des Moduls werden i. d. R. in Präsenz durchgeführt.
5	Teilnahmevoraussetzungen Formal: keine Inhaltlich: Kenntnisse, Fähigkeiten und Fertigkeiten des Moduls Wirtschaftsspanisch A2
6	Prüfungsformen: Klausur von 120 Minuten
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulprüfung (Klausur)
8	Verwendung des Moduls: im Studiengang / in anderen Studiengängen des Fachbereichs Wirtschaftsfachsprachkompetenz auf mittlerem Niveau in zweiter internationaler Geschäftssprache / Keine Verwendung in anderen Studiengängen des Fachbereichs
9	Stellenwert der Note für die Endnote gemäß den Credits 6 / 210
10	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende StR i.H. Conchi Rico Albert (Modulbeauftragte und Lehrende)

11	Sonstige Informationen Literatur: • Alonso, Geni/González, Marta/Ortiz, Susana: Emprendedores, nivel A1-A2, Madrid 2019. • Alonso, Geni/González, Marta/Ortiz, Susana: Emprendedores, nivel B1, Madrid 2020. • Coello Arias, Manuel: Español para economistas. Spanisch für Wirtschaftswissenschaftler, Weinheim 2002. • Moncho Brunengo, Andrés: Wirtschaftsspanisch für Berufseinsteiger kompakt, München 2015. • Prada, Marisa/Marcé, Pilar/Bovet, Montserrat: Entorno laboral, nivel A1-B1, Madrid 2022. • Suárez Lasierra, María/Dirscherl, Klaus: Einführung in die spanische Wirtschaftssprache, München 2001. • VV. AA: Gramática básica del estudiante de español, neue überarb. deutsche Ausgabe, Stuttgart 2021. Alle Titel in der jeweils aktuellen Auflage. Aktualisierte Literaturlisten und weiterführende Literatur sind den Veranstaltungsunterlagen zu entnehmen. Interaktive Materialien in digitaler Form zu den während des Semesters behandelten Grammatik- und Wortschatzthemen, zu interkulturellen Inhalten u. a. werden von den jeweiligen Dozenten über die Lernplattform Moodle und/oder MS-Teams den Studierenden zur Verfügung gestellt.
----	--

M11b bzw. 12a: Wirtschaftsfranzösisch B1 (Communication Skills Module)					
Kennnummer	Workload	Credits	Studien- semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
M11b bzw. 12a	150 h	6	i. d. R. ab 1. Semester	i. d. R. jedes Semester	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen Wirtschaftsfranzösisch B1	Kontaktzeit 4 SWS / 60 h Selbststudium 90 h	Sprache Die Lehr- und Prüfungssprache ist Französisch. Die Unterrichtssprachen sind Französisch (Hauptsprache) und Deutsch (Metasprache).		geplante Gruppengröß e 15 Studierende
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Nach der erfolgreichen Bearbeitung des Moduls sind die Studierenden in der Lage, • weitere Themen der französischen Grammatik zu vertiefen und zu beherrschen. (Fach- und Methodenkompetenz, Niveaustufen „wissen/erinnern“ und „verstehen“, T 1-2) • ihre kommunikative Kompetenz rezeptiv und produktiv im professionellen Umfeld in der Fremdsprache Französisch gemäß des Niveaus B1 einzusetzen und handlungsorientiert wichtige sprachliche und berufsbezogene Fertigkeiten anzuwenden. (Fach- und Methodenkompetenz, Niveaustufe „anwenden“, T 3) • mit französischen Geschäftspartnern am Arbeitsplatz, am Telefon und bei Geschäftsessen zu kommunizieren und geschäftliche Mails zu verstehen und zu schreiben. (Fach- und Methodenkompetenz, Niveaustufen „wissen/erinnern“, „verstehen“ und „anwenden“, T 1-3) • eine Bewerbung auf Französisch zu verfassen, über ihren Werdegang zu berichten und sich im Rahmen eines Vorstellungsgespräches angemessen auszudrücken. (Fach- und Methodenkompetenz, Niveaustufe „anwenden“, T 3) • komplexere mündlich gegebene Informationen zu verstehen und sinngemäß wiederzugeben und mittelschwere französischsprachige Texte wirtschaftlichen Inhalts zu erschließen und zusammenzufassen. (Fach- und Methodenkompetenz, Niveaustufen „verstehen“ und „anwenden“, T 2-3) • über ihren eigenen Sprachlernprozess zu reflektieren (Monitoring) und unterschiedliche Lernstrategien anzuwenden. (Fach- und Methodenkompetenz, Niveaustufen „anwenden“, „analysieren“ und „beurteilen“, T 3-5)				
3	Inhalte • Ausbau der Grammatikkenntnisse (B1) unter Berücksichtigung diverser kommunikativer Funktionen (handlungsorientierter Ansatz)				

	• Vermittlung der Kernbereiche der französischen Geschäfts- und Wirtschaftssprache: berufsbezogener Wortschatz, Handelskorrespondenz, Grundlagen der französischen Wirtschaftsterminologie • Kulturelle und sozioökonomische Hintergrundinformationen zu Berufsleben, Geschäftswelt und Wirtschaft in Frankreich • Systematische Schulung des Hörverstehens, des Leseverstehens, des mündlichen Ausdrucks und der Textproduktion • Stellenangebote, Vorstellungsgespräche, Messen, Wirtschaftssektoren und -aktivitäten, Arbeit und Berufe der Zukunft, Technologie und Handel, Arbeitsrechte • Erschließen von mittelschweren Wirtschaftstexten • Gelenkte und freie Transferübung zur freien Sprachanwendung
4	Lehr- / Lernform • Aktivierender seminaristischer Unterricht • Interaktive Übungen • Partner- und Gruppenarbeit • Rollenspiele, Diskussionen und Debatten • Simulationen • Die Lehrveranstaltungen des Moduls werden i. d. R. in Präsenz durchgeführt.
5	Teilnahmevoraussetzungen Formal: keine Inhaltlich: Kenntnisse, Fähigkeiten und Fertigkeiten des Moduls Wirtschaftsfranzösisch A2
6	Prüfungsformen: Klausur von 120 Minuten
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulprüfung (Klausur)
8	Verwendung des Moduls: im Studiengang / in anderen Studiengängen des Fachbereichs Wirtschaftsfachsprachkompetenz auf mittlerem Niveau in zweiter internationaler Geschäftssprache / Keine Verwendung in anderen Studiengängen des Fachbereichs
9	Stellenwert der Note für die Endnote gemäß den Credits 6 / 210
10	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende StR. i. H. Anne-Sophie Jansen-Lasnier (Modulbeauftragte und Lehrende)
11	Sonstige Informationen Literatur: • Boeckel, Jürgen/Straub, Bernard/Thiele, Paul: Dictionnaire de l'allemand économique commercial et financier, allemand-français / français-allemand, Paris 2010. • Penfornis, Jean-Luc: Français.com - niveau intermédiaire (B1), Paris 2020. • Penfornis, Jean-Luc: Grammaire progressive du français des affaires - niveau intermédiaire (A2, B1), Paris 2019. Alle Titel in der jeweils aktuellen Auflage. Aktualisierte Literaturlisten und weiterführende Literatur sind den Veranstaltungsunterlagen zu entnehmen.

M12b bzw. 13a: Wirtschaftsspanisch B1/B2 (Communication Skills Module)					
Kennnummer	Workload	Credits	Studien- semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
M12b bzw. 13a	175 h	7	i. d. R. ab 2. Semester	i. d. R. jedes Semester	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen Wirtschaftsspanisch B1/B2	Kontaktzeit 4 SWS / 60 h Selbststudium 115 h	Sprache Die Lehr- und Prüfungssprache ist Spanisch.		geplante Gruppengröße 15 Studierende
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Nach der erfolgreichen Bearbeitung des Moduls sind die Studierenden in der Lage, - ihre kommunikative Kompetenz im professionellen Umfeld in der Fremdsprache, ihre branchenübergreifenden Sprachkenntnisse und Handlungsstrategien einzusetzen (Fach- und Methodenkompetenz, Niveaustufen „verstehen“ und „anwenden“, T 2-3) - mit Geschäftspartnern aus spanischsprachigen Ländern zu kommunizieren, selbstständig wirtschaftliche Texte zu verfassen, sowie Präsentationen in der Fremdsprache durchzuführen. (Fach- und Methodenkompetenz, Niveaustufe „anwenden“, T 3) - erfolgreiche Unternehmende aus spanischsprachigen Ländern im Kontext ihrer jeweiligen Unternehmen zu präsentieren. (Fach- und Methodenkompetenz, Niveaustufe „verstehen“, T 2) - eine Geschäftsidee vorzustellen. (Fach- und Methodenkompetenz, Niveaustufe „verstehen“, T 2) - komplexe mündlich gegebene Informationen wirtschaftlichen Inhalts zu erfassen und sachgerecht wiederzugeben. (Fach- und Methodenkompetenz, Niveaustufen „erinnern/wissen“ und „verstehen“, T 1-2) - anspruchsvolle Texte zu wirtschaftlichen, politischen und gesellschaftsrelevanten Themen zu erfassen, zu analysieren und zu kommentieren. (Fach- und Methodenkompetenz, Niveaustufen „erinnern/wissen“, „analysieren“ und „beurteilen“, T 1, T 4-5) - über ihren eigenen Sprachlernprozess zu reflektieren (Monitoring) und unterschiedliche Lernstrategien anzuwenden. (Fach- und Methodenkompetenz, Niveaustufen „anwenden“, „analysieren“ und „beurteilen“, T 3-5)				

3	Inhalte • Vertiefung ausgewählter Themen der spanischen Grammatik (B1/B2) unter Berücksichtigung diverser kommunikativer Funktionen (handlungsorientierter Ansatz) • Aufbau des besprechungs- und verhandlungsrelevanten Vokabulars • Systematischer Aufbau des Wirtschaftswortschatzes zu thematischen Schwerpunkten: Unternehmensformen, Abteilungen in der Firma, Eigenschaften für unterschiedliche Stellenanforderungen, nachhaltige Unternehmen, Arbeitsformen, Bezahlungsmethoden, internationale Organisationen, fairer Handel usw. • Ausgewählte Unternehmende des spanischsprachigen Raums und ihre Unternehmen • Präsentation und Analyse von Zahlen, Tabellen, Statistiken und Grafiken • Schulung des Hör-Seh-Verstehens • Schriftliche Produktion von Aufsätzen anhand relevanter Themen des beruflichen Kontextes • Übersetzungen aktueller Wirtschaftstexte
4	Lehr- / Lernform • Aktivierender seminaristischer Unterricht • Interaktive Übungen • Partner- und Gruppenarbeit • Rollenspiele, Diskussionen und Debatten • Simulationen • Die Lehrveranstaltungen des Moduls werden i. d. R. in Präsenz durchgeführt.
5	Teilnahmevoraussetzungen Formal: keine Inhaltlich: Kenntnisse, Fähigkeiten und Fertigkeiten des Moduls Wirtschaftsspanisch B1
6	Prüfungsformen Klausur von 120 Minuten
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulprüfung (Klausur)
8	Verwendung des Moduls: im Studiengang / in anderen Studiengängen des Fachbereichs Wirtschaftsfachsprachkompetenz auf mittlerem Niveau in zweiter internationaler Geschäftssprache / Keine Verwendung in anderen Studiengängen des Fachbereichs
9	Stellenwert der Note für die Endnote gemäß den Credits 7 / 210
10	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende StR i.H. Conchi Rico Albert (Modulbeauftragte und Lehrende)

11	Sonstige Informationen Literatur: • Alonso, Geni/González, Marta/Ortiz, Susana: Emprendedores, nivel B1, Madrid 2020. • Coello Arias, Manuel: Español para economistas. Spanisch für Wirtschaftswissenschaftler, Weinheim 2002. • Moncho Brunengo, Andrés: Wirtschaftsspanisch für Berufseinsteiger kompakt, München 2015. • Prada, Marisa/Marcé, Pilar/Bovet, Montserrat: Entorno laboral, nivel fusión A1-B1, Madrid 2022. • Suárez Lasierra, María/Dirscherl, Klaus: Einführung in die spanische Wirtschaftssprache, München 2001. • VV.AA: Gramática básica del estudiante de español, neue überarb. deutsche Ausgabe, Stuttgart: 2021. Alle Titel in der jeweils aktuellen Auflage. Aktualisierte Literaturlisten und weiterführende Literatur sind den Veranstaltungsunterlagen zu entnehmen. Interaktive Materialien in digitaler Form zu den während des Semesters behandelten Grammatik- und Wortschatzthemen, zu interkulturellen Inhalten u. a. werden von den jeweiligen Dozenten über die Lernplattform Moodle und/oder MS-Teams den Studierenden zur Verfügung gestellt.
----	---

M12b bzw. 13a: Wirtschaftsfranzösisch B1/B2 (Communication Skills Module)						
Kennnummer		Workload	Credits	Studien- semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
M12b bzw. 13a		175 h	7	i. d. R. ab 2. Semester	i. d. R. jedes Semester	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen Wirtschaftsfranzösisch B1/B2		Kontaktzeit 4 SWS / 60 h Selbststudium 115 h		Sprache Die Lehr- und Prüfungssprache ist Französisch.	geplante Gruppengröße 15 Studierende
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Nach der erfolgreichen Bearbeitung des Moduls sind die Studierenden in der Lage, - ihre kommunikative Kompetenz im professionellen Umfeld in der Fremdsprache, ihre branchenübergreifenden Sprachkenntnisse und Handlungsstrategien einzusetzen. (Fach- und Methodenkompetenz, Niveaustufen „verstehen“ und „anwenden“, T 2-3) - mit Geschäftspartnern aus französischsprachigen Ländern zu kommunizieren, selbstständig wirtschaftliche Texte zu verfassen, sowie Präsentationen in der Fremdsprache durchzuführen. (Fach- und Methodenkompetenz, Niveaustufe „anwenden“, T 3) - erfolgreiche Unternehmende aus französischsprachigen Ländern im Kontext ihrer jeweiligen Unternehmen zu präsentieren. (Fach- und Methodenkompetenz, Niveaustufe „verstehen“, T 2) - eine Geschäftsidee vorzustellen. (Fach- und Methodenkompetenz, Niveaustufe „verstehen“, T 2) - komplexe mündlich gegebene Informationen wirtschaftlichen Inhalts zu erfassen und sachgerecht wiederzugeben. (Fach- und Methodenkompetenz, Niveaustufen „erinnern/wissen“ und „verstehen“, T 1-2) - anspruchsvolle Texte zu wirtschaftlichen, politischen und gesellschaftsrelevanten Themen zu erfassen, zu analysieren und zu kommentieren. (Fach- und Methodenkompetenz, Niveaustufen „erinnern/wissen“, „analysieren“ und „beurteilen“, T 1, T 4-5) - über ihren eigenen Sprachlernprozess zu reflektieren (Monitoring) und unterschiedliche Lernstrategien anzuwenden. (Fach- und Methodenkompetenz, Niveaustufen „anwenden“, „analysieren“ und „beurteilen“, T 3-5)					
3	Inhalte - Vertiefung ausgewählter Themen der französischen Grammatik (B1/B2) unter Berücksichtigung diverser kommunikativer Funktionen (handlungsorientierter Ansatz) - Aufbau des besprechungs- und verhandlungsrelevanten Vokabulars - Systematischer Aufbau des Wirtschaftswortschatzes zu thematischen Schwerpunkten: Unternehmensformen, Abteilungen in der Firma, Eigenschaften für unterschiedliche					

	Stellenanforderungen, nachhaltige Unternehmen, Arbeitsformen, Bezahlmethoden, internationale Organisationen, fairer Handel usw. • Präsentation und Analyse von Zahlen, Tabellen, Statistiken und Grafiken • Schulung des Hör-Seh-Verstehens • Erschließung von Wirtschaftstexten, selbstständiges Verfassen von Geschäftsbriefen und Berichten, Verhandlungen führen. • Gelenkte und freie Transferübung zur freien Sprachanwendung
4	Lehr- / Lernform • Aktivierender seminaristischer Unterricht • Interaktive Übungen • Partner- und Gruppenarbeit • Rollenspiele, Diskussionen und Debatten • Simulationen • Die Lehrveranstaltungen des Moduls werden i. d. R. in Präsenz durchgeführt.
5	Teilnahmevoraussetzungen Formal: keine Inhaltlich: Kenntnisse, Fähigkeiten und Fertigkeiten des Moduls Wirtschaftsfranzösisch B1
6	Prüfungsformen Klausur von 120 Minuten
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulprüfung (Klausur)
8	Verwendung des Moduls: im Studiengang / in anderen Studiengängen des Fachbereichs Wirtschaftsfachsprachkompetenz auf mittlerem Niveau in zweiter internationaler Geschäftssprache / Keine Verwendung in anderen Studiengängen des Fachbereichs
9	Stellenwert der Note für die Endnote gemäß den Credits 7 / 210
10	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende StR. i. H. Anne-Sophie Jansen-Lasnier (Modulbeauftragte und Lehrende)
11	Sonstige Informationen Literatur: • Boeckel, Jürgen/Straub, Bernard/Thiele, Paul: Dictionnaire de l'allemand économique commercial et financier, allemand-français / français-allemand, Paris 2010. • Penfornis, Jean-Luc: Affaires.com (niveau avancé) B2-C1, Paris 2017. • Schwarz-Frömel, Gabriele/Schmidthaler, Dorothea: Französische Grammatik für die Wirtschaftskommunikation, Wien 2016. • Wagner, Horst: Wörterbuch Wirtschaftsfranzösisch, Französisch-Deutsch, Berlin 2011. Alle Titel in der jeweils aktuellen Auflage. Aktualisierte Literaturlisten und weiterführende Literatur sind den Veranstaltungsunterlagen zu entnehmen.

M13b bzw. 14a: Wirtschaftsspanisch B2 (Communication Skills Module)						
Kennnummer M13b bzw. 14a		Workload 150 h	Credits 6	Studien- semester i. d. R. ab 3. Semester	Häufigkeit des Angebots i. d. R. jedes Semester	Dauer 1 Semester
1	Lehrveranstaltungen Wirtschaftsspanisch B2		Kontaktzeit 4 SWS / 60 h Selbststudium 90 h		Sprache Die Lehr- und Prüfungssprache ist Spanisch.	geplante Gruppengröße 15 Studierende
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Nach der erfolgreichen Bearbeitung des Moduls sind die Studierenden in der Lage, - aktuelle Geschehnisse des wirtschaftlichen, politischen und sozialen Lebens in Spanien und Europa in der Fremdsprache frei darzustellen und zu analysieren. (Fach- und Methodenkompetenz, Niveaustufen „verstehen“ und „analysieren“, T 2,4) - einschlägiges Wissen über die spanische Wirtschaft, spanische Geschäftsgepflogenheiten und neuere wirtschaftliche Entwicklungstendenzen anzuwenden. (Fach- und Methodenkompetenz, Niveaustufe „anwenden“, T 3) - schriftlich und mündlich gegebene Information spezieller Art über Spanien, die spanische Wirtschaftspolitik und die europäische Union detailliert zu erfassen sowie unter Verwendung von Fachvokabular grammatikalisch korrekt wiederzugeben und darüber zu diskutieren. (Fach- und Methodenkompetenz, Niveaustufen „erinnern/wissen“ und „verstehen“, T 1-2) - das Diploma de Español de los Negocios der Industrie- und Handelskammer von Madrid zu erlangen. (Fach- und Methodenkompetenz, Niveaustufen „erinnern/wissen“, „verstehen“ und „anwenden“, T 1-3) - an einer spanischsprachigen Hochschule BWL- und VWL-Veranstaltungen zu folgen und die erforderlichen Fachprüfungen erfolgreich abzulegen. (Fach- und Methodenkompetenz, Niveaustufen „erinnern/wissen“, „verstehen“ und „anwenden“, T 1-3) - interkulturelle Unterschiede zwischen dem deutschsprachigen und dem spanischsprachigen Raum zu verstehen. (Fach- und Methodenkompetenz, Niveaustufe „verstehen“, T 2)					
3	Inhalte - Vertiefung ausgewählter Themen der spanischen Grammatik (B2) unter Berücksichtigung diverser kommunikativer Funktionen (handlungsorientierter Ansatz) - Systematischer Ausbau des Wirtschaftswortschatzes zu thematischen Schwerpunkten - Nachhaltige Unternehmen und Berufe - Umweltzertifikate, Unternehmenswerte und Unternehmen mit sozialer Verantwortung					

	• Handel: Einkauf, Vertrieb, Zahlungsmodalitäten • Marketing und Werbung • Bankwesen in Spanien, Börse, Steuern (Einführung) • Die EU: europäischer Integrationsprozess, historischer Überblick, Wirtschafts- und Währungsunion, politische Union, Erweiterungen, Reformen, Vor- und Nachteile der EU • Vorbereitung auf das Auslandssemester im spanischsprachigen Ausland
4	Lehr- / Lernform • Aktivierender seminaristischer Unterricht • Interaktive Übungen • Partner- und Gruppenarbeit • Rollenspiele, Diskussionen und Debatten • Simulationen • Fallstudien • Die Lehrveranstaltungen des Moduls werden i. d. R. in Präsenz durchgeführt.
5	Teilnahmevoraussetzungen Formal: keine Inhaltlich: Kenntnisse, Fähigkeiten und Fertigkeiten des Moduls Wirtschaftsspanisch B1/B2
6	Prüfungsformen Klausur von 120 Minuten (70%) und Projektdokumentation (30%) Die Projektdokumentation erfolgt in Form einer Präsentation mit dazugehörigem Handout und Glossar.
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Vergabe der Leistungspunkte nach Bestehen aller Teilprüfungen
8	Verwendung des Moduls: im Studiengang / in anderen Studiengängen des Fachbereichs Wirtschaftsfachsprachkompetenz auf höherem mittleren Niveau in zweiter internationaler Geschäftssprache / Keine Verwendung in anderen Studiengängen des Fachbereichs
9	Stellenwert der Note für die Endnote gemäß den Credits 6 / 210
10	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende StR i.H. Conchi Rico Albert (Modulbeauftragte und Lehrende)
11	Sonstige Informationen Literatur: • Alonso, Geni/González, Marta/Ortiz, Susana: Emprendedores, nivel B1, Madrid 2020. • Coello Arias, Manuel: Español para economistas. Spanisch für Wirtschaftswissenschaftler, Weinheim 2002. • Díaz, Eva u.a.: Atentamente. Handelskorrespondenz Spanisch, Stuttgart 2013. • Felices, Ángel u.a.: Cultura y negocios. El español de la economía española y latinoamericana, neue überarb. Aufl., Madrid 2021. • Larrañaga, Aihnoa/Arroyo, Margarita: El léxico de los negocios, deutsche Ausgabe, Madrid 2014.

	• Moncho Brunengo, Andrés: Wirtschaftsspanisch für Berufseinsteiger kompakt, München 2015. • Pareja, María José: Temas de empresa. Manual para la preparación del Certificado Superior del Español de los Negocios de la Cámara de Comercio de Madrid, 6. Aufl., Madrid 2019. • Prada, Marisa/Marcé, Pilar/Bovet, Montserrat: Entorno empresarial, nivel fusión B1-B2, Madrid 2022. • Suárez Lasierra, María/Dirscherl, Klaus: Einführung in die spanische Wirtschaftssprache, München 2001. • VV. AA: Gramática básica del estudiante de español, neue überarb. deutsche Ausgabe, Stuttgart 2021. • Aktuelle und authentische Artikel aus spanischsprachigen Zeitungen und Zeitschriften. Alle Titel in der jeweils aktuellen Auflage. Aktualisierte Literaturlisten und weiterführende Literatur sind den Veranstaltungsunterlagen zu entnehmen. Interaktive Materialien in digitaler Form zu den während des Semesters behandelten Grammatik- und Wortschatzthemen und zu interkulturellen Inhalten werden von den jeweiligen Dozenten über die Lernplattform Moodle und/oder MS-Teams den Studierenden zur Verfügung gestellt.
--	---

M13b bzw. 14a: Wirtschaftsfranzösisch B2 (Communication Skills Module)						
Kennnummer		Workload	Credits	Studien- semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
M13b bzw. 14a		150 h	6	i. d. R. ab 3. Semester	i. d. R. jedes Semester	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen Wirtschaftsfranzösisch B2		Kontaktzeit 4 SWS / 60 h Selbststudium 90 h		Sprache Die Lehr- und Prüfungssprache ist Französisch.	geplante Gruppengröße 15 Studierende
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Nach der erfolgreichen Bearbeitung des Moduls sind die Studierenden in der Lage, • sich um ein Praktikum in Frankreich zu bewerben. Sie sind befähigt in Frankreich zu studieren. (Fach- und Methodenkompetenz, Niveaustufen „erinnern/wissen“, „verstehen“ und „anwenden“, T 1-3) • mit Geschäftspartnern aus französischsprachigen Ländern am Arbeitsplatz, am Telefon oder bei Geschäftsessen zu kommunizieren und selbständig Geschäftsbriefe zu verfassen, sowie Präsentationen durchzuführen (Fach- und Methodenkompetenz, Niveaustufe „anwenden“, T 3) • schriftlich und mündlich gegebene Informationen über Frankreich, die geographische Situation, das Erziehungssystem und das politische System detailliert zu erfassen sowie unter Verwendung von Fachvokabular grammatikalisch korrekt wiederzugeben und darüber zu diskutieren. (Fach- und Methodenkompetenz, Niveaustufen „erinnern/wissen“ und „verstehen“, T 1-2) • französische Texte wirtschaftlichen Inhalts selbstständig zu erschließen und zusammenzufassen. (Fach- und Methodenkompetenz, Niveaustufen „verstehen“ und „anwenden“, T2, T3) • ihren eigenen Sprachlernprozess zu reflektieren und Lernstrategien anwenden. (Fach- und Methodenkompetenz, Niveaustufe „anwenden“, „analysieren“ und „beurteilen, T 3-T5)					
3	Inhalte • Vertiefung ausgewählter Themen der französischen Grammatik (B2/C1) unter Berücksichtigung diverser kommunikativer Funktionen (handlungsorientierter Ansatz) • Systematischer Ausbau des Wirtschaftswortschatzes zu thematischen Schwerpunkten (Handel, Wirtschaft und Umwelt, Controlling, Börse, Unternehmen) • Vorbereitung auf ein BWL-Studium in Frankreich u. a. anhand von authentischen Videos und Wirtschaftstexten. • Erläuterung der französischen Strukturen in der Perspektive der interkulturellen Kommunikation. • Erschließung, Besprechung und Übersetzung anspruchsvoller Texte zu wirtschaftlichen, politischen und gesellschaftsrelevanten Themen. • Gelenkte und freie Transferübungen zur freien Sprachanwendung					

4	Lehr- / Lernform • Aktivierender seminaristischer Unterricht • Interaktive Übungen • Partner- und Gruppenarbeit • Rollenspiele, Diskussionen und Debatten • Simulationen • Fallstudien • Präsentation • Die Lehrveranstaltungen des Moduls werden i. d. R. in Präsenz durchgeführt.
5	Teilnahmevoraussetzungen Formal: keine Inhaltlich: Kenntnisse, Fähigkeiten und Fertigkeiten des Moduls Wirtschaftsfranzösisch B1/B2
6	Prüfungsformen Klausur von 120 Minuten (70%) und Projektdokumentation (30%) Die Projektdokumentation erfolgt in Form einer Präsentation mit dazugehörigem Handout und Glossar.
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Vergabe der Leistungspunkte nach Bestehen aller Teilprüfungen
8	Verwendung des Moduls: im Studiengang / in anderen Studiengängen des Fachbereichs Wirtschaftsfachsprachkompetenz auf höherem mittleren Niveau in weiterer internationaler Geschäftssprache / Keine Verwendung in anderen Studiengängen des Fachbereichs
9	Stellenwert der Note für die Endnote gemäß den Credits 6 / 210
10	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende StR. i. H. Anne-Sophie Jansen-Lasnier (Modulbeauftragte und Lehrende)
11	Sonstige Informationen Literatur: • Boelcke, Jürgen/Straub, Bernard/Thiele, Paul: Dictionnaire de l'allemand économique, commercial et financier, allemand -français/français - allemand, Paris 2010. • Parpette, Chantal/Stauber, Julie: Réussir ses études d'économie-gestion en français, Grenoble 2014. • Penfornis, Jean-Luc: Affaires.com (niveau avancé) B2-C1, Paris 2017. • Schwarz-Frömel, Gabriele/Schmidthaler, Dorothea: Französische Grammatik für die Wirtschaftskommunikation, Wien 2016. • Wagner, Horst: Wörterbuch Wirtschaftsfranzösisch, Französisch-Deutsch, Berlin 2011. • Zeitungsartikel aus der französischen Wirtschaftspresse sowie authentische Videos • Wirtschaftsnachrichten online: http://information.tv5monde.com/les-jt/eco Alle Titel in der jeweils aktuellen Auflage. Aktualisierte Literaturlisten und weiterführende Literatur sind den Veranstaltungsunterlagen zu entnehmen.

M14b: Wirtschaftsspanisch C1 (Communication Skills Module)						
Kennnummer M14b		Workload 175 h	Credits 7	Studien- semester 4. Semester	Häufigkeit des Angebots i. d. R. einmal im Jahr (Sommersemester)	Dauer 1 Semester
1	Lehrveranstaltungen Wirtschaftsspanisch C1		Kontaktzeit 4 SWS / 60 h Selbststudium 115 h	Sprache Die Lehr- und Prüfungssprache ist Spanisch.	geplante Gruppengröße 15 Studierende	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Nach der erfolgreichen Bearbeitung des Moduls sind die Studierenden in der Lage, - aktuelle Geschehnisse des wirtschaftlichen, politischen und sozialen Lebens in Spanien und Lateinamerika in der Fremdsprache frei darzustellen, zu diskutieren und zu analysieren. (Fach- und Methodenkompetenz, Niveaustufen "verstehen", „anwenden“ und „analysieren“, T 2-4) - mit spanischsprachigen Geschäftspartnern und Kollegen zu kommunizieren und die Studierenden haben Sicherheit im Umgang mit interkulturellen Gegebenheiten. (Fach- und Methodenkompetenz, Niveaustufen „erinnern/wissen“, „verstehen“ und „anwenden“, T 1-3) - die idiomatischen und lexikalischen Unterschiede in den verschiedenen spanischsprachigen Ländern Lateinamerikas zu erkennen. (Fach- und Methodenkompetenz, Niveaustufe „analysieren“, T 4) - schriftlich und mündlich gegebene Informationen zu wirtschaftlichen und politischen Themen ausgewählter Länder des spanischsprachigen Raums detailliert zu erfassen und grammatikalisch korrekt wiederzugeben. (Fach- und Methodenkompetenz, Niveaustufen „erinnern/wissen“ und „verstehen“, T 1-2) - Länderberichte anzufertigen und in einer Präsentation sprachlich korrekt darzustellen und zu kommentieren. (Fach- und Methodenkompetenz, Niveaustufen „verstehen“ und „beurteilen“, T 2, 5)					
3	Inhalte - Feinheiten der spanischen Grammatik und Besonderheiten des lateinamerikanischen Spanischen - Vervollkommnung der Wirtschaftsterminologie - Bankwesen in Spanien, Börse, Steuern - Lateinamerika: Diskussion aktueller Geschehnisse des wirtschaftlichen, politischen und sozialen Lebens in ausgewählten Ländern - Erarbeitung, Darstellung und Analyse von Länderberichten - Bestimmende Faktoren für den unterschiedlichen Entwicklungsstand ausgewählter lateinamerikanischer Länder: Beziehungen zwischen LA und Europa. LA und Spanien					

	• Kulturbedingte Kommunikationsprobleme und ihren Ursprung zwischen deutschsprachigen und spanischsprachigen Ländern und ihre Folgen für die deutsch-spanischen Geschäfts- und Arbeitsbeziehungen • Geschäftliche Gepflogenheiten und Fettnäpfchen • Analyse anspruchsvoller Texte zu wirtschaftlichen, politischen und gesellschaftsrelevanten Themen • Vorbereitung auf das Auslandssemester im spanischsprachigen Ausland
4	Lehr- / Lernform • Aktivierender seminaristischer Unterricht • Interaktive Übungen • Partner- und Gruppenarbeit • Rollenspiele, Diskussionen und Debatten • Simulationen • Fallstudien • Die Lehrveranstaltungen des Moduls werden i. d. R. in Präsenz durchgeführt.
5	Teilnahmevoraussetzungen Formal: keine Inhaltlich: Kenntnisse, Fähigkeiten und Fertigkeiten des Moduls Wirtschaftsspanisch B2
6	Prüfungsformen Klausur von 120 Minuten (70%) und Projektdokumentation (30%) Die Projektdokumentation erfolgt in Form einer Präsentation mit dazugehörigem Handout und Glossar.
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Vergabe der Leistungspunkte nach Bestehen aller Teilprüfungen
8	Verwendung des Moduls: im Studiengang / in anderen Studiengängen des Fachbereichs Wirtschaftsfachsprachkompetenz auf hohem Niveau in zweiter internationaler Geschäftssprache / Keine Verwendung in anderen Studiengängen des Fachbereichs
9	Stellenwert der Note für die Endnote gemäß den Credits 7 / 210
10	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende StR i.H. Conchi Rico Albert (Modulbeauftragte und Lehrende)
11	Sonstige Informationen Literatur: • Coello Arias, Manuel: Español para economistas. Spanisch für Wirtschaftswissenschaftler, Weinheim 2002. • Díaz, Eva u.a.: Atentamente. Handelskorrespondenz Spanisch, Stuttgart 2013. • Felices, Ángel u.a.: Cultura y negocios. El español de la economía española y latinoamericana, neue überarb. Aufl., Madrid 2021. • Felices, Ángel u.a.: Español para el comercio mundial del siglo XXI. Términos y expresiones esenciales en el mundo de los negocios, Madrid 2015. • Furió Blasco, Elies u.a.: El español en entornos profesionales. Empresas, mercados, cultura, Madrid 2016.

	• Iriarte, Emilio/Núñez, Emilia: Empresa siglo XXI. El español en el ámbito profesional, 2. Aufl., Madrid 2015. • Moncho Brunengo, Andrés: Wirtschaftsspanisch für Berufseinsteiger kompakt, München 2015. • Pareja, María José: Temas de empresa. Manual para la preparación del Certificado Superior del Español de los Negocios de la Cámara de Comercio de Madrid, 6. Aufl., Madrid 2019. • Suárez Lasierra, María/Dirscherl, Klaus: Einführung in die spanische Wirtschaftssprache, München 2001. • VV. AA: Gramática básica del estudiante de español, neue überarb. deutsche Ausgabe, Stuttgart 2021. • In-House-Skript, Arbeitsblätter • Aktuelle und authentische Artikel aus spanischsprachigen Zeitungen und Zeitschriften. Alle Titel in der jeweils aktuellen Auflage. Aktualisierte Literaturlisten und weiterführende Literatur sind den Veranstaltungsunterlagen zu entnehmen. Interaktive Materialien in digitaler Form zu den während des Semesters behandelten Grammatik- und Wortschatzthemen und zu interkulturellen Inhalten werden von den jeweiligen Dozenten über die Lernplattform Moodle und/oder MS-Teams den Studierenden zur Verfügung gestellt.
--	---

M14b: Wirtschaftsfranzösisch C1 (Communication Skills Module)					
Kennnummer	Workload	Credits	Studien- semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
M14b	175 h	7	4. Semester	i. d. R. einmal im Jahr (Sommersemester)	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen Wirtschaftsfranzösisch C1	Kontaktzeit 4 SWS / 60 h Selbststudium 115 h	Sprache Die Lehr- und Prüfungssprache ist Französisch.		geplante Gruppengröße 15 Studierende
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Nach der erfolgreichen Bearbeitung des Moduls sind die Studierenden in der Lage, - aktuelle Geschehnisse des wirtschaftlichen, politischen und sozialen Lebens in Frankreich und in Europa in der Fremdsprache frei darzustellen, zu diskutieren und zu analysieren. (Fach- und Methodenkompetenz, Niveaustufen "verstehen", „anwenden“ und „analysieren“, T 2-4) - mit französischsprachigen Geschäftspartnern und Kollegen zu kommunizieren sowie eine Sicherheit im Umgang mit interkulturellen Gegebenheiten zu haben. (Fach- und Methodenkompetenz, Niveaustufen „erinnern/wissen“, „verstehen“ und „anwenden“, T 1-3) - einen französischen Konzern in schriftlicher und mündlicher Form auf Französisch darzustellen und zu kommentieren. (Fach- und Methodenkompetenz, Niveaustufen „verstehen“ und „beurteilen“, T 2, 5) - an einer französischsprachigen Hochschule BWL- und VWL-Veranstaltungen zu folgen und die erforderlichen Fachprüfungen erfolgreich abzulegen. (Fach- und Methodenkompetenz, Niveaustufen „erinnern/wissen“, „verstehen“ und „anwenden“, T 1-3)				
3	Inhalte - Einheiten der französischen Grammatik - Vervollkommnung der Wirtschaftsterminologie - Frankreich: Diskussion aktueller Geschehnisse des wirtschaftlichen, politischen und sozialen Lebens - Kulturbedingte Kommunikationsprobleme und ihren Ursprung zwischen deutschsprachigen und französischsprachigen Ländern und ihre Folgen für die deutsch-französischen Geschäfts- und Arbeitsbeziehungen. Franzosen als Wirtschaftspartner, Mitarbeiter in Frankreich, kulturbedingte Kommunikationsprobleme, deutsch-französische Synergien. - Analyse anspruchsvoller Texte zu wirtschaftlichen, politischen und gesellschaftsrelevanten Themen. - Vorbereitung auf das Auslandssemester im französischsprachigen Ausland.				

4	Lehr- / Lernform • Aktivierender seminaristischer Unterricht • Interaktive Übungen • Partner- und Gruppenarbeit • Rollenspiele, Diskussionen und Debatten • Simulationen • Fallstudien • Die Lehrveranstaltungen des Moduls werden i. d. R. in Präsenz durchgeführt.
5	Teilnahmevoraussetzungen Formal: keine Inhaltlich: Kenntnisse, Fähigkeiten und Fertigkeiten des Moduls Wirtschaftsfranzösisch B2
6	Prüfungsformen Klausur von 120 Minuten (70%) und Projektdokumentation (30%) Die Projektdokumentation erfolgt in Form einer Präsentation mit dazugehörigem Handout und Glossar.
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Vergabe der Leistungspunkte nach Bestehen aller Teilprüfungen
8	Verwendung des Moduls: im Studiengang / in anderen Studiengängen des Fachbereichs Wirtschaftsfachsprachkompetenz auf hohem Niveau in zweiter internationaler Geschäftssprache / Keine Verwendung in anderen Studiengängen des Fachbereichs
9	Stellenwert der Note für die Endnote gemäß den Credits 7 / 210
10	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende StR. i. H. Anne-Sophie Jansen-Lasnier (Modulbeauftragte und Lehrende)
11	Sonstige Informationen Literatur: • Boelcke, Jürgen/Straub, Bernard/Thiele, Paul: Dictionnaire de l'allemand économique, commercial et financier, allemand -français/ français - allemand, Paris 2010. • Nelli, Martina/Sullivans, Michael/Schuhmacher, Julia: Wirtschaftsfranzösisch Paralleltex Kurzeschichten, Polyglot PlanetPublishing 2015. • Parpette, Chantal/Stauber, Julie: Réussir ses études d'économie-gestion en français, Grenoble 2014. • Schwarz-Frömel, Gabriele/Schmidthaler, Dorothea: Französische Grammatik für die Wirtschaftskommunikation, Wien 2016. • Wagner, Horst: Wörterbuch Wirtschaftsfranzösisch, Französisch-Deutsch, Berlin 2011. • Zeitungsartikel aus der französischen Wirtschaftspresse • Wirtschaftsnachrichten online: http://information.tv5monde.com/les-it/eco • Authentische und aktuelle Artikel aus der Wirtschaftspresse • Authentische Videos Alle Titel in der jeweils aktuellen Auflage. Aktualisierte Literaturlisten und weiterführende Literatur sind den Veranstaltungsunterlagen zu entnehmen.

M15-17a: Marketing und Markenmanagement im interkulturellen Kontext (Specialisation Module)							
Kennnummer		Workload	Credits	Studien- semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer	
M15-17a		250 h	10	i. d. R. ab 4. Semester	i. d. R. einmal im Jahr	1 Semester	
1	Lehrveranstaltungen 1) Marketing- Management 2) Käuferverhalten und Markenmanagement		Kontaktzeit 1) 3 SWS / 45 h 2) 3 SWS / 45 h Selbststudium 160 h		Sprache Die Lehr- und Prüfungssprache ist Deutsch (mit englischen Anteilen bzw. Anwendungen).		geplante Gruppengröße 20 Studierende
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Nach der erfolgreichen Bearbeitung des Moduls sind die Studierenden in der Lage, - das Marketing als marktorientierte Unternehmensführung zu beschreiben, Grundhaltungen und Aufgaben des Marketing-Managements zu erläutern sowie Besonderheiten des Marketings in verschiedenen Sektoren und Kontexten abzuleiten. (Fach- und Methodenkompetenz, Niveaustufen „verstehen“ und „analysieren“, T 2, 4) - die strategische Marketing-Planung und die Planungsschritte zur Entwicklung einer Marketing-Konzeption zu erklären, zu übertragen und anzuwenden. (Fach- und Methodenkompetenz, Niveaustufen „verstehen“ und „anwenden“, T 2-3) - geeignete Methoden und Techniken zu bestimmen und zu benutzen, um Kundenbedürfnisse zu verstehen, die Ausgangssituation von Märkten und Umfeldfaktoren zu analysieren, Marketing-Problemstellungen zu schlussfolgern und Ziele abzuleiten. (Fach- und Methodenkompetenz, Niveaustufen „verstehen“, „anwenden“, „analysieren“ und „erschaffen“, T 2-4, 6) - Marketing-Strategien und Marketing-Instrumente zu unterscheiden und zu erklären, methodengestützt zu analysieren sowie alternative Strategie- und Instrumenteoptionen der Marketing-Konzeption differenziert zu bewerten und zu argumentieren. (Fach- und Methodenkompetenz, Niveaustufen „verstehen“, „analysieren“ und „beurteilen“, T 2, 4-5) - die Relevanz des Käuferverhaltens für zielgerichtetes Marketing einzuordnen, das Käuferverhalten auf Basis von Erklärungsmodellen, theoretischen Konstrukten und Prozessen zu interpretieren, zu begründen und zu untersuchen bzw. zu messen. (Fach- und Methodenkompetenz, Niveaustufen „verstehen“, „analysieren“ und „beurteilen“, T 2, 4-5) - basierend auf der Erklärung relevanter Kaufentscheidungsprozesse relevante Konsequenzen für das Marketing abzuleiten und Erkenntnisse der Käuferverhaltensforschung für die Marketing-Praxis zielgerichtet anzuwenden. (Fach- und Methodenkompetenz, Niveaustufen „anwenden“, „beurteilen“ und „erschaffen“, T 4-6) - die Bedeutung und den Prozess des identitätsorientierten Markenmanagements sowie die Positionierung von Marken zu diskutieren und an Fallbeispielen zu erläutern.						

	(Fach- und Methodenkompetenz, Niveaustufen „verstehen“, „analysieren“ und „beurteilen“, T 2, 4-5) - die Ziele, markenstrategischen Optionen sowie Erfolgsfaktoren im Markenmanagement zu differenzieren und zu argumentieren und anhand konkreter Beispielfälle zu evaluieren und abzuleiten sowie i.S. eines ganzheitlichen Brandings den Prozess, die Komponenten und Funktionen der Markengestaltung zu beschreiben und zu werten. (Fach- und Methodenkompetenz, Niveaustufen „verstehen“, „analysieren“, „beurteilen“ und „erschaffen“, T 2, 4-6) - die theoretisch vermittelten Kenntnisse auf konkrete Praxisbeispiele und Marketing-Problemstellungen zu übertragen, lösungsorientiert anzuwenden und angemessen zu argumentieren sowie ethische Fragen und aktuelle Entwicklungen bzw. Trends zu erkennen, zu analysieren und in Gruppen kooperativ und verantwortlich aufzubereiten. (Fach- und Methodenkompetenz, Niveaustufen „anwenden“, „analysieren“, „beurteilen“ und „erschaffen“, T 3-6; Sozial- und Selbstkompetenz) - grundlegende interkulturelle Marketing-Besonderheiten bei einer grenzüberschreitenden Geschäftstätigkeit zu bestimmen und Ansatzpunkte für ein berufliches Selbstbild eines Marketing-Managers im internationalen Kontext abzuleiten. (Fach- und Methodenkompetenz, Niveaustufe „verstehen“, T 2; Selbstkompetenz)
3	Inhalte Marketing-Management - Marketing als marktorientierte Unternehmensführung - Marketing-Grundhaltungen und -Besonderheiten in verschiedenen Sektoren - Strategische Marketing-Planung und Planungsschritte der Marketing-Konzeption - Analyse der Marketing-Situation und Formulierung von Marketing-Zielen - Systematisierung und Bewertung von Marketing-Strategieoptionen - Operative Marketing-Planung und Marketing-Mix: Produkt- und Sortimentspolitik; Kommunikationspolitik; Preis- und Konditionenpolitik; Distributionspolitik - Interkulturelle Bezüge des Marketings im internationalen Kontext - Anwendungsfälle aus verschiedenen Branchenkontexten - Gesellschaftliche und ethische Fragen des Marketings im interkulturellen Kontext - Neuere Entwicklungen und aktuelle Trends Käuferverhalten und Markenmanagement - Grundlagen des Käuferverhaltens und der Konsumentenforschung - Psychische Erklärungsstrukturen im Käuferverhalten: Aktivierende und kognitive Prozesse (Aktivierung, Emotion, Motivation, Einstellung - Wahrnehmung, Lernen, Gedächtnis) - Einflüsse persönlicher, sozialer und (landes-)kultureller Verhaltensdeterminanten - Grundlagen der Marke und Zielsetzungen des Markenmanagements - Identitätsorientierte Markenführung und Positionierung von Marken - Systematisierung und Bewertung von Markenstrategieoptionen - Markengestaltung, Branding und Instrumente des Markenmanagements - Anwendungsfälle aus verschiedenen Branchenkontexten - Interkulturelle Bezüge des Käuferverhaltens und Markenmanagements - Gesellschaftliche und ethische Fragen des Käuferverhaltens und Markenmanagements im interkulturellen Kontext - Neuere Entwicklungen und aktuelle Trends

4	Lehr- / Lernform - Aktivierender, seminaristischer Unterricht mit integrierten Fallbeispielen, Aufgaben, Projektarbeiten und Präsentationen. Durch Übungen und Kurzfälle erfolgt eine praxisbezogene Anwendung und Konkretisierung sowie laufende Lernkontrolle. Die Lehrveranstaltungen werden begleitet durch Business Cases, Gastvorträge von Vertretern aus der Wirtschaftspraxis und/oder Exkursionen bzw. Unternehmensbesuche. Didaktische Hilfen sind Präsentationsunterlagen und/oder Lernplattform-gestützter Lerncontent. - Die Lehrveranstaltungen des Moduls werden in der Regel in Präsenz durchgeführt.
5	Teilnahmevoraussetzungen Formal: keine Inhaltlich: Empfohlen ist ein Studium nach dem Studienverlaufsplan. Relevante Vorkenntnisse werden in Modul 1 (Betriebswirtschaftslehre) vermittelt.
6	Prüfungsformen Klausur von 120 Minuten
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulprüfung (Klausur)
8	Verwendung des Moduls: im Studiengang / in anderen Studiengängen des Fachbereichs Das Modul schafft die Basiskompetenzen für berufsfeldbezogen spezialisierte Tätigkeiten. / Keine Verwendung des Moduls in anderen Studiengängen des Fachbereichs
9	Stellenwert der Note für die Endnote gemäß den Credits 10 / 210
10	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Anne Christin Kemper (Modulbeauftragte und Lehrende)

11	Sonstige Informationen Literatur: • Baumgarth, Carsten: Markenpolitik: Markentheorien, Markenwirkungen, Markenführung, Markencontrolling, Markenkontexte, 4. Aufl., Wiesbaden 2014. • Burmann, Christoph/Halaszovich, Tilo/Schade, Michael/Klein, Kristina/Piebler, Rico: Identitätsbasierte Markenführung. Grundlagen, Strategie, Umsetzung, Controlling, 4. Aufl., Wiesbaden 2021. • Czinkota, Michael R./Kotabe, Maasaki/Vrontis, Demetris/Shams, S.M. Riad: Marketing Management. Past, Present and Future, 4. Aufl., Cham 2021. • Esch, Franz-Rudolf: Strategie und Technik der Markenführung, 10. Aufl., München 2024. • Homburg, Christian: Marketingmanagement. Strategie - Instrumente - Umsetzung - Unternehmensführung, 7. Aufl., Wiesbaden 2020. • Kotler, Philip/Keller, Kevin Lane/Chernev, Alexander: Marketing Management. 16. Aufl. (Global Edition), Harlow Essex 2021. • Kroeber-Riel, Werner/Gröppel-Klein, Andrea: Konsumentenverhalten, 11. Aufl., München 2019. • Meffert, Heribert/Burmann, Christoph/Kirchgeorg, Manfred/Eisenbeiß, Maik: Marketing: Grundlagen marktorientierter Unternehmensführung. Konzepte, Instrumente, Praxisbeispiele, 14. Aufl., Wiesbaden 2023. • Müller, Stefan/Gelbrich, Katja: Interkulturelles Konsumentenverhalten, München 2021. • Scharf, Andreas/Schubert, Bernd/Hehn, Patrick: Marketing. Einführung in Theorie und Praxis, 7. Aufl., Stuttgart 2022. Alle Titel in der jeweils aktuellen Auflage. Aktualisierte Literaturlisten und weiterführende Literatur sind den Veranstaltungsunterlagen zu entnehmen.
----	---

M15-17b: Internationales und Digitales Marketing (Specialisation Module)					
Kennnummer	Workload	Credits	Studien- semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
M15-17b	250 h	10	i. d. R. ab 4. Semester	i. d. R. einmal im Jahr	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen 1) Internationales Marketing- Management 2) Digitales Marketing und Digitale Kommunikation	Kontaktzeit 1) 4 SWS / 60 h 2) 2 SWS / 30 h Selbststudium 160 h	Sprache Die Lehr- und Prüfungssprache ist Deutsch (verbunden mit englischen Anteilen bzw. Anwendungen).	geplante Gruppengröße 20 Studierende	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Nach der erfolgreichen Bearbeitung des Moduls sind die Studierenden in der Lage, • die Bedeutung, Motive und Ziele des Internationalen Marketings i.S. einer internationalen marktorientierten Führung von Unternehmen zu beschreiben und zu erklären. (Fach- und Methodenkompetenz, Niveaustufe „verstehen“, T 2) • die spezifischen Herausforderungen des Internationalen Marketings zu analysieren, fördernde und hemmende Rahmenfaktoren von Ländermärkten zu differenzieren und zu werten, internationale Marketing-Probleme mit einem besonderen Informationsbedarf zu analysieren sowie Methoden zu seiner Deckung zu wählen und zu begründen. (Fach- und Methodenkompetenz, Niveaustufen „analysieren“ und „beurteilen“, T 4-5) • den Planungsprozess des Internationalen Marketings in seinen Phasen zu erklären und die unterschiedlichen Entscheidungsfelder und -alternativen des strategischen Internationalen Marketings sowie des Marketing-Instrumente-Einsatzes im Spannungsfeld einer Standardisierung bzw. Differenzierung zu differenzieren und zu evaluieren. (Fach- und Methodenkompetenz, Niveaustufen „verstehen“, „analysieren“ und „beurteilen“, T 2, T 4-5) • geeignete Analyse- und Planungsmethoden zur Entscheidungsunterstützung situationsgerecht anzuwenden, um alternative Lösungsansätze für internationale Marketing-Probleme zu prüfen und eigenständig Problemlösungen zu erarbeiten, sowie die Hintergründe internationaler Markteintritts- und Marktbearbeitungsentscheidungen (Going und Being International) kritisch zu untersuchen und zu werten. (Fach- und Methodenkompetenz, Niveaustufen „anwenden“, „beurteilen“, „erschaffen“, T 3, T 5-6) • zentrale Begriffe, Methoden und Tools des Digitalen Marketings und der Digitalen Kommunikation zu benennen und zu erklären. (Fach- und Methodenkompetenz, Niveaustufen „wissen/erinnern“ und „verstehen“, T 1-2) • den Einsatz vielfältiger Instrumente z. B. des Online-, Social-Media- und Mobile-Marketings einzuordnen, an Beispielfällen zu erläutern, anzuwenden und zu bewerten sowie zentrale Key Performance Indicators (KPIs) des Web Analytics zu interpretieren. (Fach- und Methodenkompetenz, Niveaustufen „verstehen“, „anwenden“ und „beurteilen“, T 2-3, T 5)				

	- ethische Fragen sowie aktuelle Entwicklungen der behandelten Themen zu bestimmen und zu analysieren sowie interkulturelle Marketing-Spezifika vertieft zu untersuchen sowie entsprechende Fragestellungen in Gruppen kooperativ und verantwortlich aufzubereiten und Ergebnisse professionell bzw. zielgruppenadäquat zu kommunizieren. (Fach- und Methodenkompetenz, Niveaustufen „verstehen“ und „analysieren“, T 2, 4; Sozial- und Selbstkompetenz) - die theoretisch vermittelten Kenntnisse auf konkrete Anwendungsfälle der internationalen Unternehmenspraxis in (nicht-) digitalen Business-Kontexten zu übertragen, in Teamarbeiten differenziert zu argumentieren und lösungsorientiert zu verbinden. (Fach- und Methodenkompetenz, Niveaustufen „anwenden“, „beurteilen“ und „erschaffen“, T 3, 5-6; Sozial- und Selbstkompetenz) - Problemstellungen des Internationalen Marketings und des Digitalen Marketings argumentativ zu vertreten und zu organisieren sowie ein berufliches Selbstbild des Internationalen Marketing-Managers sowie Online-Marketing-Managers zu entwickeln. (Sozial- und Selbstkompetenz)
3	Inhalte Internationales Marketing-Management - Grundlagen, Besonderheiten und Rahmenfaktoren des Internationalen Marketings - Planungsprozess des Internationalen Marketing-Managements - Internationale Umfeldanalysen und Spezifika der internationalen Marktforschung - Motive und Zielsetzungen des Internationalen Marketings - Strategische Grundorientierungen im Internationalen Marketing - Internationale Marketing-Strategien (Marktwahl-, Marktsegmentierungs-, Markteintritts- und Marktbearbeitungsstrategien) - Internationaler Einsatz der Marketing-Instrumente (Produkt-, Preis-, Distributions-, Kommunikations- und Markenpolitik) - Methoden und Tools zur Entscheidungsunterstützung im Internationalen Marketing - Digitale und nicht-digitale Business Cases aus verschiedenen Branchenkontexten - Interkulturelle und wirtschaftsethische Aspekte im Internationalen Marketing - Neuere Entwicklungen und Trends im Internationalen Marketing Digitales Marketing und Digitale Kommunikation - Grundlagen des Digitalen Marketings und der digitalen Kommunikation - Instrumente des Online-Marketings (z. B. Corporate Website, E-Mail-Marketing, Display-Werbung, Affiliate-Marketing, Suchmaschinenmarketing, Voice-Marketing) - Instrumente des Social-Media-Marketing (z. B. Blogs, Communities, Microblogging, Social Networks, Content-Sharing-, Bewertungsplattformen, Influencer Marketing) - Instrumente des Mobile-Marketing (z. B. SMS/MMS-, Bluetooth-, QR-Code-Marketing, Mobile Apps, App-Store-Advertising/-Optimisation, Mobile Display-Werbung) - Key Performance Indicators (KPIs) und Tools im Digitalen Marketing - Beispiele und Anwendungsfälle aus verschiedenen Branchenkontexten - Aktuelle Entwicklungen und Trends (z. B. Metaverse, (Generative) KI, Virtual Influencer)
4	Lehr- / Lernform Aktivierender, seminaristischer Unterricht mit integrierten Fallbeispielen, Aufgaben, Recherche-/Projektarbeiten und Präsentationen. Durch Kurzfälle und Übungen erfolgt eine praxisbezogene Anwendung und Konkretisierung sowie laufende Lernkontrolle. Die Lehrveranstaltungen werden begleitet durch Business Cases, Gastvorträge von

	Praxisvertretern und/oder Unternehmensbesuche bzw. Exkursionen, z. B. zu Digital-Marketing-Messen. Didaktische Hilfsmittel sind zudem Präsentationsunterlagen, Lernplattform-gestützter Lerncontent oder Software-Tools. Die Lehrveranstaltungen des Moduls werden in der Regel in Präsenz durchgeführt.
5	Teilnahmevoraussetzungen Formal: keine Inhaltlich: Empfohlen ist ein Studium nach dem Studienverlaufsplan. Vorkenntnisse werden in den Core Modulen Modul 1 (Betriebswirtschaftslehre) sowie Modul 4 (International Business Economics) sowie Modul 15-17a (Marketing und Markenmanagement im interkulturellen Kontext) vermittelt. Modul 15-17b ist unabhängig von Modul 15-17a belegbar.
6	Prüfungsformen Klausur von 120 Minuten
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulprüfung (Klausur)
8	Verwendung des Moduls: im Studiengang / in anderen Studiengängen des Fachbereichs Das Modul schafft vertiefte Kompetenzen für berufsfeldbezogene spezialisierte Tätigkeiten in international ausgerichteten Unternehmen. / Keine Verwendung des Moduls in anderen Studiengängen des Fachbereichs
9	Stellenwert der Note für die Endnote gemäß den Credits 10 / 210
10	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Anne Christin Kemper (Modulbeauftragte und Lehrende)

11	Sonstige Informationen Literatur: • Backhaus, Klaus/Voeth, Markus: Internationales Marketing, 6. Aufl., Stuttgart 2010. • Beilharz, Felix/Alby, Tom/Dahnke, Niels/Kamps, Ingo/Kattau, Nils et al.: Der Online Marketing Manager. Handbuch für die Praxis, 2. Aufl., Heidelberg 2020. • Berndt, Ralph/Fantapie-Altobelli, Claudia/Sander, Matthias: Internationales Marketingmanagement, 6. Aufl., Berlin, Heidelberg 2020. • Cateora, Philip R./Money, R. Bruce/Gilly, Mary C./Graham, John: International Marketing, 19. Aufl. (International Edition), New York 2023. • Czinkota, Michael/Ronkainen, Ilkka A./Cui, Annie: International Marketing, 11. Aufl., Andover/Hampshire 2022. • Doole, Isobel/Lowe, Robin/Kenyon, Alexandra: International Marketing Strategy. Analysis, Development and Implementation, 9. Aufl., Andover/Hampshire 2022. • Hassler, Marco: Digital und Web Analytics. Metriken auswerten, Besucherverhalten verstehen, Website optimieren, 5. Aufl., Frechen 2019. • Hill, Charles W.L.: International business: Competing in the Global Marketplace, 14. Aufl. (Global Edition), Maidenhead 2023. • Kreutzer, Ralf T.: Online-Marketing, 3. Aufl., Wiesbaden 2021. • Lammenett, Erwin: Praxiswissen Online-Marketing. Affiliate-, Influencer-, Content-, Social-Media-, Amazon-, Voice-, B2B-, Sprachassistenten- und E-Mail-Marketing, Google Ads, SEO, 8. Aufl., Wiesbaden 2021. • Müller, Stefan/Gelbrich, Katja: Interkulturelles Marketing, 2. Aufl., München 2015. • Swoboda, Bernhard/Schramma-Klein, Hanna/Halaszovich, Tilo: Internationales Marketing. Going und Being International, 4. Aufl., München 2021. Alle Titel in der jeweils aktuellen Auflage. Aktualisierte Literaturlisten und weiterführende Literatur sind den Veranstaltungsunterlagen zu entnehmen.
----	---

M15-17c: International Economic Policy for Managers (Specialisation Module)					
Kennnummer	Workload	Credits	Studien- semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
M15-17c	250 h	10	i. d. R. ab 4. Semester	i. d. R. einmal im Jahr	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen 1) Institutional Economics in an International Context 2) Economics of Strategy and Management	Kontaktzeit 1) 2 SWS / 30 h 2) 4 SWS / 60 h Selbststudium 160 h	Sprache Die Lehr- und Prüfungssprache ist Englisch.		geplante Gruppengröße 20 Studierende
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Nach der Bearbeitung des Moduls sind die Studierenden der Vorlesung in der Lage, - anspruchsvolle wissenschaftliche Literatur im Themenfeld vergleichende Ökonomik und Wirtschaftspolitik (Fachbücher und Fachaufsätze auch in englischer Sprache) auf dem Niveau des aktuellen Forschungsstands adäquat zu verstehen und einzuordnen, Erkenntnisse hieraus kritisch einzuordnen und zu kommentieren sowie auch auf verwandte Fragestellungen anzuwenden. (Fach- und Methodenkompetenz, Niveaustufen „verstehen“, „anwenden“, „analysieren“ und „beurteilen/bewerten“, T 2-5) - die zentralen Referenzansätze zur ökonomischen Staatenanalyse (moderne Wachstumstheorie, Washington Konsens, Institutionenökonomik, Konstitutionenökonomik etc.) zu rekapitulieren, kritisch einzuschätzen und selbstständig anzuwenden. (Fach- und Methodenkompetenz, Niveaustufen „wissen/erinnern“, „verstehen“, „anwenden“ und „analysieren“ und „beurteilen“, T 1-5) - die relevanten Aspekte der volkswirtschaftlichen Länderanalyse und die dafür erforderlichen Länderkennzahlen zu rekapitulieren. Studierende können auf Basis dieses Wissens auch ökonomische Länderanalysen aus anderen Quellen kompetent einschätzen und bewerten sowie eigenständig sekundäranalytisch selbst erstellen. (Fach- und Methodenkompetenz, Niveaustufen „verstehen“, „anwenden“, „analysieren“, „beurteilen/bewerten“ und „erschaffen“, T 2-6) - die wesentlichen Aspekte von -ökonomischen Theorien zu rekapitulieren und sie auf die wichtigsten Problemstellungen in international tätigen Unternehmen unter Berücksichtigung von Marktstrukturen, Marktverhalten und Marktergebnissen lösungsorientiert anwenden zu können. (Fach- und Methodenkompetenz, Niveaustufen „verstehen“, „anwenden“, „analysieren“ und „beurteilen/bewerten“, T 2- 5) - aktuelle und zukünftige Trends zu interpretieren und diese eigenständig in den gesamtwirtschaftlichen Kontext ein-zuordnen. Studierende können Problemstellungen an der Schnittstelle von Betriebs- und Volkswirtschaftslehre systematisch erfassen und				

	geeignete Lösungskonzepte identifizieren und diese unter Berücksichtigung wirtschafts- und unternehmensethischer Aspekte selbstständig entwickeln. (Fach- und Methodenkompetenz, Niveaustufen „verstehen“, „anwenden“, „analysieren“, „beurteilen/bewerten“ und „erschaffen“, T 2-6) - zentrale Schlüsselkennzahlen in den relevanten Quellen zu finden, ihre Berechnung nachzuvollziehen sowie auch selbst durchzuführen. Studierende können zudem deren Bedeutung (kritisch) beurteilen und auf mögliche Defizite hinweisen. (Fach- und Methodenkompetenz, Niveaustufen „verstehen“, „anwenden“, „analysieren“ und „beurteilen/bewerten“, T 2-5) - die Ziele und Instrumente der (supra-)nationalen und internationalen Wirtschaftspolitik adäquat (unter Kenntnis von deren Trägern) einzuordnen. Sie können wirtschaftspolitische Fragestellungen unter Allokations-, Verteilungs- und Stabilisierungs- bzw. Stabilitätsgesichtspunkten aus Sicht verschiedener Denkschulen beurteilen und selbstständig praxisbezogene Analysen hierzu durchführen. (Fach- und Methodenkompetenz, Niveaustufen „verstehen“, „anwenden“, „analysieren“ und „beurteilen/bewerten“, T 2-5) - strategische Konzepte (z.B. Spieltheorie) problemlösungsorientiert auf unternehmensbezogene sowie wirtschaftspolitische Herausforderungen anzuwenden. (Fach- und Methodenkompetenz, Niveaustufen „verstehen“, „anwenden“, „analysieren“ und „beurteilen/bewerten“, T 2-5). Zusätzlich wird die Sozialkompetenz gestärkt, weil durch die Erarbeitung und Präsentation von Fallstudien mit internationalen Studierenden Kenntnisse, Fähigkeiten und Fertigkeiten in Bezug auf Kommunikation, Kooperation und Konflikte in interkulturellen Kontexten trainiert werden.
3	Inhalte Institutional Economics in an International Context - Basic Institutional Issues and Comparative Perspectives in Economics - Foundations of long-run Economic Growth and Differences among Nations - Economic Systems, Governance structures and Economic Outcomes: The Role of Institutions - Government Failure, Lobbying and Rent-Seeking - Necessary Ingredients of an Environment for Growth and Prosperity - Analysis of different Regions in the World and their Economic Features: Methods of Comparisons - Economic Systems in Practice: Comparative Regional Analyses of the European Union, North/Latin America, and Asia Economics of Strategy and Management - Economic Thinking for Managers and the Importance of Institutional Background - Foundations of the Theory of (international) Economic Policy - Optimal Decision Making based on Economic Tools - Economic Theory of the Firm from a Business Perspective - Behavioral Aspects of Economics and Business Analysis - Efficiency of Markets and Causes of Net-Welfare Losses - More Advanced Good Market Structures and Strategic Games

	• Special Features of Production Factor Markets: Labor and Capital • Economics of Information and Social Economics • Short-Run Macroeconomic Analysis for Management Decision Makers
4	Lehr- / Lernform • Aktivierender seminaristischer Unterricht in Präsenz. In der Veranstaltung werden zahlreiche Anwendungsfälle und Case Studies bearbeitet und begleitende Übungsaufgaben genutzt, um eine laufende Lernkontrolle zu ermöglichen. Das Modul wird auch von internationalen Studierenden besucht. Zu ausgewählten Aspekten finden gegebenenfalls Gastvorlesungen statt. • Die Lehrveranstaltungen des Moduls werden i. d. R. in Präsenz durchgeführt.
5	Teilnahmevoraussetzungen Formal: keine Inhaltlich: Empfohlen: Relevante Vorkenntnisse werden insbesondere in den Modulen M2 (Volkswirtschaftslehre) und M4 (International Business Economics) vermittelt.
6	Prüfungsformen Klausur von 120 Minuten
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulabschlussprüfung (Klausur)
8	Verwendung des Moduls: im Studiengang / in anderen Studiengängen des Fachbereichs Das Modul schafft die Kompetenzen für spezialisierte Tätigkeiten in international ausgerichteten Organisationen. Die Veranstaltungen können von englischsprachigen Gaststudierenden besucht werden. / Keine Verwendung des Moduls in anderen Studiengängen des Fachbereichs
9	Stellenwert der Note für die Endnote gemäß den Credits 10 / 210
10	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Funk (Modulbeauftragter und Lehrender)

11	Sonstige Informationen Literatur (Pflichtlektüre): • Acemoglu, Daron/Laibson, David/List, John: Economics, 3. Aufl., Boston u. a.2022. • Daniels, Joseph P./Van Hoose, David D.: Global Economic Issues and Policies, 4. Aufl., London/New York 2018. • Gerber, James: International Economics, 8. Aufl., Harlow u. a.2023. • Heather, Ken/Stefanova, Simka: Maths for Economics. A Companion to Mankiw and Taylor Economics, London u. a. 2017. • Mankiw, N. Gregory/Taylor, Mark P./Ashwin, Andrew: Business Economics, 4. Aufl., London u. a.2024. • Münter, Markus Thomas: Wettbewerb und Unternehmensstrategie, Konstanz 2022. • Sawyer, W. Charles/Sprinkle, Richard L.: Applied International Economics. 5. Aufl., London/New York 2020. • Sloman, John/Garratt, Dean/Guest, Jon/Jones, Elizabeth: Economics for Business, 9. Aufl., Harlow u. a.2023. • Wentzel, Arnold: A Guide to Argumentative Research Writing and Thinking, London 2018. In den Lehrveranstaltungen werden weitere Materialien und auch spezifische Literaturhinweise etwa zu Fachaufsätzen zur Verfügung gestellt. Alle Titel in der jeweils aktuellen Auflage. Aktualisierte Literaturlisten sind den Veranstaltungsunterlagen zu entnehmen.
----	---

M15-17d: International Distribution Management (Specialisation Module)					
Kennnummer	Workload	Credits	Studien- semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
M15-17d	250 h	10	i. d. R. ab 4. Semester	i. d. R. einmal im Jahr	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen 1) Sales Management 2) E-Distribution and E-Commerce 3) Distribution Logistics	Kontaktzeit 1) 2 SWS / 30h 2) 2 SWS / 30h 3) 2 SWS / 30h Selbststudium 160 h	Sprache Die Lehr- und Prüfungssprache ist Englisch.	geplante Gruppengröße 20 Studierende	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Nach der erfolgreichen Bearbeitung des Moduls sind die Studierenden in der Lage, Sachverhalte des internationalen Distributionsmanagements zu erklären, anzuwenden, zu bewerten und zusammenzustellen, denn sie - verstehen die grundlegenden Modelle, Methoden, Theorien, Terminologien und Zusammenhänge im Bereich Distribution. (Fach- und Methodenkompetenz, Niveaustufe „Verstehen“, T 2) - besitzen die Fähigkeiten, Modelle und Methoden anzuwenden und kritisch zu reflektieren. (Fach- und Methodenkompetenz, Niveaustufe „Anwenden“ und „Beurteilen“, T 3 und T 5) - entwickeln ein Verständnis für die Auswirkungen von Entscheidungen unter Beachtung ökologischer, ökonomischer und sozialer Kriterien. (Fach- und Methodenkompetenz, Niveaustufe „Erschaffen“, T 6) - lernen Distributionsprobleme in Teams zu diskutieren und gemeinsam zu lösen. (Sozialkompetenz, Fach- und Medienkompetenz, Niveaustufe „Anwenden“, T 3) - setzen einfache Theorien in vorstrukturierten Fallstudien lösungsorientiert ein. (Fach- und Medienkompetenz, Niveaustufe „Anwenden“, T 3)				
3	Inhalte Sales Management - Grundlagen des Vertriebsmanagements - Absatzkanalmanagement: Vertriebssysteme, Absatzformen und -wege, Multikanalsysteme, Kooperationsstrategien - Gestaltung und Management der Verkaufsorganisation: Analysemethoden, Vertriebsorganisation, Planung und Kontrolle des Verkäufereinsatzes, Entlohnungssysteme, Customer-Relationship-Management E-Distribution and E-Commerce - Technische und betriebswirtschaftliche Grundlagen des E-Commerce - Mobile Commerce, Voice Commerce, Social Commerce				

	• E-Shop, E-Marketplace • E-Distribution, E-Fulfilment, E-Payment • Retourenmanagement Distribution Logistics • Systeme der Transport-, Umschlags- und Lagerlogistik • Distributionslogistik im Industrieunternehmen • Handelslogistik • Entsorgung und Recycling • Logistikdienstleister • City Logistik / Last Mile Logistik
4	Lehr- / Lernform • Seminaristische Vorlesung mit praktischen Tätigkeiten (Übungen, Projekte, Simulationen). Generell erfolgt die Vermittlung der Inhalte durch innovative Lehr-/Lernformen wie problem- bzw. projektbasiertes Lernen und den Einsatz von Distance Learning-Technologien für den Selbstlernprozess. • Die Veranstaltung wird i. d. R. in Präsenz durchgeführt.
5	Teilnahmevoraussetzungen Formal: sehr gute Englischkenntnisse (Modul in englischer Sprache) Inhaltlich: Empfohlen ist ein Studium nach dem Studienverlaufsplan
6	Prüfungsformen Klausur von 120 Minuten
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulabschlussprüfung (Klausur)
8	Verwendung des Moduls: im Studiengang / in anderen Studiengängen des Fachbereichs Das Modul schafft die Kompetenzen für berufsfeldbezogen spezialisierte Tätigkeiten in international ausgerichteten Unternehmen. Die Veranstaltungen können von englischsprachigen Gaststudierenden besucht werden. / Keine Verwendung des Moduls in anderen Studiengängen des Fachbereichs
9	Stellenwert der Note für die Endnote Credits 10 / 210
10	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Scheideler (Modulbeauftragter und Lehrender)

11	Sonstige Informationen Literatur: • Heinemann, Gerrit: Der neue Online-Handel, 13. Aufl., Wiesbaden 2022. • Homburg, Christian/Schäfer, Heiko/Schneider, Janna: Sales Excellence: Vertriebsmanagement mit System, 8. Aufl., Wiesbaden 2016. • Koether, Reinhard: Distributionslogistik: Effiziente Absicherung der Lieferfähigkeit, 3. Aufl., Wiesbaden 2018. • Kollmann, Tobias: E-Business: Grundlagen elektronischer Geschäftsprozesse in der Digitalen Wirtschaft, 7. Aufl., Wiesbaden 2019. • Krampe, Horst/Lucke, Hans-Joachim/Schenk, Michael: Grundlagen der Logistik – Theorie und Praxis logistischer Systeme, 4. Aufl., München 2012. • Muchna, Claus/Brandenburg, Hans/Fottner, Johannes/Gutermuth, Jens: Grundlagen der Logistik – Begriffe, Strukturen und Prozesse, 2. Aufl., Wiesbaden 2021. • Schögel, Marcus: Distributionsmanagement, München 2012. • Specht, Günter/Fritz, Wolfgang: Distributionsmanagement, 4. Aufl., Stuttgart u. a. 2005. • Wirtz, Bernd W.: Electronic Business, 7. Aufl., Wiesbaden 2020. Alle Titel in der jeweils aktuellen Auflage. Aktualisierte Literaturlisten und weiterführende Literatur sind den Veranstaltungsunterlagen zu entnehmen.
----	--

M15-17e: International Human Resource Management (IHRM) (Specialisation Module)					
Kennnummer	Workload	Credits	Studien- semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
M16-17e	250 h	10	i. d. R. ab 4. Semester	i. d. R. einmal im Jahr	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen 1) Domestic HRM 2) International HRM	Kontaktzeit 1) 1 SWS / 15 h 2) 5 SWS / 75 h Selbststudium 160 h	Sprache Die Lehr- und Prüfungssprache ist Englisch (mit deutschen Anteilen bzw. Anwendungen).		geplante Gruppengröße 20 Studierende
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Nach der erfolgreichen Bearbeitung des Moduls sind die Studierenden in der Lage, - wesentliche Aktivitätsfelder modernen Personalmanagements im lokalen Kontext zu skizzieren. (Fach- und Methodenkompetenz, Niveaustufe „erinnern/wissen“, T 1) - theoretische Hintergründe, Forschungsstränge und Anwendungskonzepte des IHRM zu benennen. (Fach- und Methodenkompetenz, Niveaustufe „erinnern/wissen“, T 1) - die drei wesentlichen Forschungsparadigmen des IHRM in Bezug auf konkrete Aufgabenstellungen des IHMR zu interpretieren. (Fach- und Methodenkompetenz, Niveaustufe „verstehen“, T 2) - erlernte Konzeptionen auf Fallstudien anzuwenden und zu analysieren. (Fach- und Methodenkompetenz, Niveaustufen „anwenden“ und „analysieren“, T 3-4) - Problemlösungen in Gruppenarbeiten zu diskutieren und zu erarbeiten, welche dann präsentiert werden. (Fach- und Methodenkompetenz, Niveaustufe „verstehen“, T 2)				
3	Inhalte Domestic HRM - Grundlagen des Personalmanagements - Personalplanung mit den Teilplänen Personalbedarf, Personalbeschaffung, Personaleinsatz, Personalentwicklung, Personalabbau - Personalführung - Motivation International HRM - Einführung (Trends, Zahlen, Unterschiede HRM und IHRM, IHRM in KMU) - Entsendungen als wichtigstes Instrument im IHRM (Einwanderungsrecht, Arbeitsrecht, Sozialversicherungsrecht, Steuerrecht, Arbeitnehmerschutzrecht) - Interkulturelles Personalmanagement (Kultur, Organisation, Unternehmenskultur, Kulturmodelle, Leadership und Kultur, Hofstede's Theorie der Kulturdimensionen, GLOBE Programm)				

	• Komparatives Personalmanagement (Konvergenz/Divergenz, vergleichende Studien wie CRANET und Creating People Advantage der BCG, differenzierte HR-Praktiken) • Strategien des IHRM in multinationalen Konzernen (Anforderungen an das Management internationalisierender Konzerne, Standardisierung/Lokalisierung, Effekte zwischen Headquarter und Tochterunternehmen, Internationalisierungsstrategien und der Beitrag des IHRM dazu, Typisierungskonzepte wie das EPRG-Modell, das Modell von Bartlett/Ghoshal oder das Uppsala-Modell idealtypischer Internationalisierungsstrategien)
4	Lehr- / Lernform • Vortrag und aktivierender seminaristischer Unterricht • Gruppenarbeit mit Aufgabenstellungen und Fallstudien • Gastvorträge und Workshops • Die Veranstaltung wird i. d. R. in Präsenz durchgeführt.
5	Teilnahmevoraussetzungen Formal: keine Inhaltlich: Empfohlen ist ein Studium nach dem Studienverlaufsplan
6	Prüfungsformen Klausur von 120 Minuten
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulabschlussprüfung (Klausur)
8	Verwendung des Moduls: im Studiengang / in anderen Studiengängen des Fachbereichs Das Modul schafft die Kompetenzen für berufsfeldbezogen spezialisierte Tätigkeiten in international ausgerichteten Unternehmen und kann von englischsprachigen Gaststudierenden besucht werden. / Keine Verwendung des Moduls in anderen Studiengängen des Fachbereichs
9	Stellenwert der Note für die Endnote gemäß den Credits 10 / 210
10	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Michael Bugge (Modulbeauftragter und Lehrender)
11	Sonstige Informationen Literatur: • Berthel, Jürgen/Becker Fred G.: Personal-Management, Grundzüge für Konzeptionen betrieblicher Personalarbeit, 12. Aufl., Stuttgart 2022 • Bröckermann, Reiner: Personalwirtschaft – Ein Lehr- und Übungsbuch für Human Resource Management, 8. Aufl., Stuttgart 2021 • Crawley, Eileen/Swales, Stephen/Walsh, David: Introduction to International Human Resource Management Bachelor, New Dehli 2015. • Dowling, Peter J./Festing, Marion /Engle, Allen D.: International Human Resource Management, 8. Aufl., Hampshire 2023. • Festing, Marion/Dowling, Peter/Weber, Wolfgang/Engle, Allen D.: Internationales Personalmanagement, 3. Aufl., Wiesbaden 2011.

	• Reiche, Sebastian B./Tenzer, Helene/Harzing, Anne-Wil: International Human Resource Management, 6. Aufl., London 2023. • Schneider, Susan C./Barsoux, Jean-Louis/Stahl, Günter K.: Managing across cultures, 3. Aufl., Harlow 2014. • Wöhe, Günter /Döring, Ulrich/Brösel Gerrit: Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, 27. Aufl., München 2020 • Human Resource Management Journal, Wiley • The International Journal of Human Resource Management, Taylor and Francis (https://www.tandfonline.com/journals/rijh20) • Personal quarterly, Haufe-Lexware Alle Titel in der jeweils aktuellen Auflage. Aktualisierte Literaturlisten und weiterführende Literatur sind den Veranstaltungsunterlagen zu entnehmen.
--	---

M15-17f: Internationale Controlling-Entwicklungen (Specialisation Module)						
Kennnummer		Workload	Credits	Studien- semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
M15-17f		250 h	10	i. d. R. ab 4. Semester	i. d. R. einmal im Jahr	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen 1) Wertorientiertes Controlling 2) Internationales Controlling 3) Fallstudienübung		Kontaktzeit 1) 2 SWS / 30 h 2) 2 SWS / 30 h 3) 2 SWS / 30 h Selbststudium 160 h		Sprache Die Lehr- und Prüfungssprache ist Deutsch (gegebenenfalls mit englischen Anteilen bzw. Anwendungen).	geplante Gruppengröße 20 Studierende
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Nach erfolgreicher Teilnahme an dem Modul sind die Studierenden in der Lage, • Triebkräfte der wertorientierten Unternehmensführung im internationalen Kontext zu diskutieren, inneren und äußeren Unternehmenswert zu unterscheiden sowie Methoden der Unternehmensbewertung wissenschaftlich fundiert voneinander abzugrenzen. (Fach- und Methodenkompetenz, Niveaustufen „erinnern/wissen“ und „verstehen“, T 1-2) • international verbreitete, wertorientierte Kennzahlenkonzepte rechnerisch anzuwenden, Ergebnisse zu analysieren, Handlungsempfehlungen abzuleiten, Gestaltungsspielräume und Steuerungseignung der Konzepte kritisch zu würdigen. (Fach- und Methodenkompetenz, Niveaustufen „anwenden“, „analysieren“, „beurteilen/bewerten“, T 3-5) • Integrationsfelder des Nachhaltigkeitsmanagements in ein wertorientiertes Controlling aufzuzeigen und Optimierungsvorschläge für fiktive/reale Fallbeispiele zu unterbreiten: von wertorientierten Messgrößen über Strategien, Programme und Management-Systeme bis zur Kapitalmarktkommunikation. (Fach- und Methodenkompetenz, Niveaustufen „analysieren“, „beurteilen/bewerten“, „erweitern/erschaffen“, T 4-6) • aus dem aktuellen globalen Umfeld und den Charakteristika internationaler Konzerne wesentliche Herausforderungen/Störfaktoren, Anpassungs- und Erweiterungsbedarfe des Controllings zu begründen und zu illustrieren. (Fach- und Methodenkompetenz, Niveaustufen „erinnern/wissen“ und „verstehen“, T 1-2) • Auswirkungen internationaler Rechnungslegungsstandards (IFRS) mit hoher Relevanz für Steuerungsgrößen des Controllings zu veranschaulichen und zu werten, das harmonisierte Rechnungswesen und seine praktische Ausgestaltung zu würdigen. (Fach- und Methodenkompetenz, Niveaustufen „anwenden“, „analysieren“, „beurteilen/bewerten“, T 3-5) • Sonderprobleme des Investitionscontrollings und des laufenden Erfolgscontrollings internationaler Unternehmen differenziert darzulegen, methodische Lösungsansätze vorzuschlagen, rechnerisch anzuwenden und kritisch zu würdigen.					

	(Fach- und Methodenkompetenz, Niveaustufen „anwenden“, „analysieren“, „beurteilen/bewerten“, T 3-5) • grundlegende Entscheidungsparameter zur Organisation des internationalen Controllings abzuwägen und jüngste Entwicklungstrends einer digital optimierten, effizienten und agilen Finanzorganisation zu diskutieren. (Fach- und Methodenkompetenz, Niveaustufen „erinnern/wissen“ und „verstehen“, T 1-2) • in Teamarbeit praxisnahe Fallstudien zu internationalen Controlling-Entwicklungen zu analysieren, gemeinsame Lösungsvorschläge zu erarbeiten und zu präsentieren. (Fach- und Methodenkompetenz, Niveaustufen „analysieren“, „beurteilen/bewerten“, „erweitern/erschaffen“, T 4-6). Zusätzlich werden hierdurch die Kommunikations-, Kooperations- und Konfliktfähigkeiten der Studierenden (Sozialkompetenzen) geschult.
3	Inhalte Wertorientiertes Controlling • Wissenschaftliche Konzeption, State-of-the-Art in der Praxis • Unternehmenswert messen: Wertorientierte Kennzahlenkonzepte (Multiples, DCF-Verfahren, insb. Free Cashflow, WACC und Shareholder Value, Residualgewinnverfahren, insb. EVA® und MVA®, Vergleich und Zusammenhänge) • Unternehmenswert managen: Werttreibermodell, wertsteigernde Strategien und Programme nachhaltig umsetzen (finanzielle und nicht-finanzielle Treiber, Shareholder Value Added, Wertsteigerungshebel und Frameworks auf Corporate und Business Level) Internationales Controlling • Aktueller Kontext des internationalen Controllings, wesentliche Sonderprobleme • Zahlenwerk: Internationale Rechnungslegung/Implikationen der IFRS für das Controlling, Harmonisierung des Rechnungswesens, Konzept der funktionalen Währungsumrechnung • Aufgaben und Instrumente: Bewertung von Auslandsinvestitionen aus Sicht von Mutter- und Tochtergesellschaft, methodische Lösungsansätze für zusätzliche Risiken, Währungsumrechnung und laufende Erfolgsmessung, internationale Transferpreise • Controlling-Organisation in den Spannungsfeldern Standardisierung vs. Differenzierung und Effizienz vs. Flexibilität, Shared Services und die Finanzorganisation der Zukunft Fallstudienübung • Interaktive, praxisgerechte Fallstudien in Gruppen- und Partnerarbeit: begleitend, vertiefend und ergänzend zu internationalen Controlling-Entwicklungen • Abwechslungsreiche Themenauswahl, angepasst an aktuelle Entwicklungen: Mix aus strategischen und operativen, neueren und klassischen Controlling-Instrumenten

4	Lehr- / Lernform • Aktivierender seminaristischer Unterricht; zahlreiche Übungsaufgaben und Fallbeispiele aus der Unternehmenspraxis ermöglichen laufenden Anwendungsbezug, Lernkontrolle und systematische Prüfungsvorbereitung, Fallstudien schulen die Fähigkeit zur Transferleistung und Sozialkompetenzen in Gruppenarbeit. • Als didaktische Hilfsmittel kommen Präsentationsunterlagen, Zeichentools (Visualizer/ Tablet), digitale Quiz sowie lernplattformgestützte Inhalte zum Einsatz. • Die Lehrveranstaltungen des Moduls werden in Präsenz oder – optional auf Entscheidung der/des Lehrenden – in einem hybriden Format (zeitlich parallel in physischer und virtueller Präsenz) durchgeführt.
5	Teilnahmevoraussetzungen Formal: keine Inhaltlich: Empfohlen ist ein Studium nach dem Studienverlaufsplan
6	Prüfungsformen Klausur von 120 Minuten
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulabschlussprüfung (Klausur)
8	Verwendung des Moduls: im Studiengang / in anderen Studiengängen des Fachbereichs Das Modul schafft die Kompetenzen für berufsfeldbezogen spezialisierte Tätigkeiten in international ausgerichteten Unternehmen / Gemeinsames Modul mit Studiengang Bachelor Business Administration
9	Stellenwert der Note für die Endnote gemäß den Credits 10 / 210
10	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Lachmann (Modulbeauftragte und Lehrende)

11	Sonstige Informationen Literatur: • Bösch, Martin: Globalisierung und Internationales Finanzmanagement, Stuttgart 2019. • Coenenberg, Alfred G./Salfeld, Rainer/Schultze, Wolfgang: Wertorientierte Unternehmensführung, 3. Aufl., Stuttgart 2015. • Friedl, Gunther/Hofmann, Christian/Pedell, Burkardt: Kostenrechnung, 4. Aufl., München 2022. • Funk, Wilfried/Rossmanith, Jonas: Internationale Rechnungslegung und Internationales Controlling, 3. Aufl., Wiesbaden 2017. • Gleich, Ronald: Organisation des Controllings, Freiburg/München/Stuttgart 2021. • Hoffjan, Andreas: Internationales Controlling, Stuttgart 2009. • Koller, Tim/Goedhart, Marc/Wessels, David: Valuation, 7. Aufl., New Jersey 2020. • Rappaport, Alfred: Creating Shareholder Value, 2. Aufl., New York 1998. • Rieg, Robert: Internationales Controlling, München 2020. • Sailer, Ulrich: Nachhaltigkeitscontrolling, 4. Aufl., München 2022. • Weber, Jürgen/Bramseman, Urs/Heineke, Carsten/Hirsch, Bernhard: Wertorientierte Unternehmenssteuerung, 2. Aufl., Wiesbaden 2017. • Weber, Jürgen/Schäffer, Utz/Binder, Christoph: Einführung in das Controlling, Übungen und Fallstudien, 5. Aufl., Stuttgart 2022. Alle Titel in der jeweils aktuellen Auflage. Aktualisierte Literaturlisten und weiterführende Literatur sind den Veranstaltungsunterlagen zu entnehmen.
----	--

M15-17g: Internationale Rechnungslegung (Specialisation Module)					
Kennnummer	Workload	Credits	Studien- semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
M15-17g	250 h	10	i. d. R. ab 4. Semester	i. d. R. jedes Semester	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen 1) Internationale Rechnungslegung (IFRS) 2) Konzernrechnungs- legung 3) Abschlussanalyse und -politik	Kontaktzeit 1) 2 SWS / 30 h 2) 2 SWS / 30 h 3) 2 SWS / 30 h Selbststudium 160 h	Sprache Die Lehr- und Prüfungssprache ist Deutsch (gegebenenfalls mit englischen Anteilen bzw. Anwendungen).	geplante Gruppengröße 20 Studierende	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Nach der erfolgreichen Bearbeitung des Moduls sind die Studierenden in der Lage, • die Ansatz- und Bewertungsregeln für wesentliche Bilanzpositionen nach IFRS zu erläutern und diese auf praktische Sachverhalte anzuwenden. (Fach- und Methodenkompetenz, Niveaustufen „Verstehen“ und „Anwenden“, T 2-3) • bei Wahlmöglichkeiten in den Ansatz- und Bewertungsregeln die Vor- und Nachteile zu analysieren und die Auswirkungen zu beurteilen. (Fach- und Methodenkompetenz, Niveaustufen „Analysieren“ und „Beurteilen“, T 4-5) • die Notwendigkeit einer Konzernabschlusserstellung zu begründen und zu prüfen, ob ein Unternehmen konzernrechnungslegungspflichtig ist. (Fach- und Methodenkompetenz, Niveaustufen „Analysieren“ und „Beurteilen“, T 4-5). • die Regelungen zur Abgrenzung des Konsolidierungskreises ebenso wie die weiteren Schritte zur Erstellung eines Konzernabschlusses zu erklären und diese auf praktische Fallbeispiele anzuwenden. (Fach- und Methodenkompetenz, Niveaustufen „Verstehen“ und „Anwenden“, T 2-3) • bei Wahlmöglichkeiten in den Konsolidierungsregeln die Vor- und Nachteile zu analysieren und die Auswirkungen zu beurteilen. (Fach- und Methodenkompetenz, Niveaustufen „Analysieren“ und „Beurteilen“, T 4-5) • Kennzahlen zur Analyse der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage eines Unternehmens zu ermitteln und anhand dieser einen Abschluss angemessen zu analysieren. (Fach- und Methodenkompetenz, Niveaustufen „Anwenden“ und „Analysieren“, T 3-4) • die Grenzen solcher Analysemöglichkeiten zu beurteilen. (Fach- und Methodenkompetenz, Niveaustufe „Beurteilen“, T 5) • bilanzielle Gestaltungsspielräume aufzuzeigen und deren Auswirkungen auf die Unternehmensanalyse zu bewerten. (Fach- und Methodenkompetenz, Niveaustufen „Beurteilen“ und „Erschaffen“, T 5-6)				

3	Inhalte Internationale Rechnungslegung (IFRS) • Institutioneller Rahmen der IFRS und Unterschiede zu den handelsrechtlichen Grundlagen • Ansatz-, Bewertungs- und Ausweisregeln für wesentliche Sachverhalte, z. B.: ○ Immaterielle Vermögenswerte ○ Sachanlagen ○ Vorräte ○ Bilanzierung von Leasingverhältnissen ○ Gewinnrealisierung ○ Bilanzierung von Finanzinstrumenten ○ Rückstellungen ○ Latente Steuern Konzernrechnungslegung • Grundlagen der Konzernrechnungslegung • Pflicht zur Aufstellung eines Konzernabschlusses • Abgrenzung des Konsolidierungskreises • Grundsatz der Einheitlichkeit • Währungsumrechnung im Konzern • Methoden der Vollkonsolidierung • Goodwillbilanzierung und Impairmenttest • Quotenkonsolidierung und Equity-Methode Abschlussanalyse und -politik • Ziele der Abschlusspolitik und -analyse • Möglichkeiten und Grenzen der Abschlussanalyse • Analyse der Vermögens- Finanzlage und Ertragslage • Weitergehende Analysemöglichkeiten aus Eigen- und Fremdkapitalgebersicht • Ausgewählte Ansatzpunkte für Bilanzpolitik
4	Lehr- / Lernform • Vorlesung mit seminaristischem Charakter • Die Lehrveranstaltungen des Moduls werden i. d. R. in Präsenz durchgeführt. • In die Vorlesung sind Übungen und Fallbeispiele integriert, so dass eine laufenden Lernkontrolle erfolgt. • Zu aktuellen Themen werden gegebenenfalls Gastvorträge durch Unternehmensvertreter integriert.
5	Teilnahmevoraussetzungen Formal: keine Inhaltlich: Empfohlen ist ein Studium nach dem Studienverlaufsplan. Vorkenntnisse werden insbesondere in den Modulen 1 (Buchführung) und 3 (Rechnungslegung) vermittelt.
6	Prüfungsformen Klausur von 120 Minuten

7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulabschlussprüfung (Klausur)
8	Verwendung des Moduls: im Studiengang / in anderen Studiengängen des Fachbereichs Das Modul schafft die Kompetenzen für berufsfeldbezogen spezialisierte Tätigkeiten in international ausgerichteten Unternehmen / Gemeinsames Modul mit Studiengang Bachelor Business Administration und Bachelor Taxation
9	Stellenwert der Note für die Endnote gemäß den Credits 10 / 210
10	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Dirk Grathwohl (Modulbeauftragter und Lehrender)
11	Sonstige Informationen Literatur: In der Veranstaltung werden Materialien zur Verfügung gestellt • Relevante IFRS-Texte in der aktuellen Version • Baetge, Jörg/Kirsch, Hans-Jürgen/Thiele, Stefan: Konzernbilanzen, 14. Aufl., Düsseldorf 2021. • Baetge, Jörg/Kirsch, Hans-Jürgen/Thiele, Stefan: Übungsbuch Konzernbilanzen, 7. Aufl., Düsseldorf 2022. • Buchholz, Rainer: Internationale Rechnungslegung, 16. Aufl., Berlin 2023. • Coenenberg, Adolf/Haller, Axel/Schultze, Wolfgang: Jahresabschluss und Jahresabschlussanalyse – Aufgaben und Lösungen, 18. Aufl., Stuttgart 2021. • Dusemond, Michael/Küting, Peter/Wirth, Johannes: Der Konzernabschluss – Praxis der Konzernrechnungslegung nach HGB und IFRS, 18. Aufl., Stuttgart 2018. • Grathwohl, Dirk: Übungsbuch Internationale Rechnungslegung, 2. Aufl., Düsseldorf 2022. • Hommel, Michael/Rammert, Stefan: IFRS - Bilanzanalyse case by case, 3. Aufl., Frankfurt am Main 2012. • Pellens, Bernhard/Fülbier, Rolf-Uwe/Gassen, Joachim/Sellhorn, Thorsten: Internationale Rechnungslegung, 11. Aufl., Stuttgart 2021. Alle Titel in der jeweils aktuellen Auflage. Aktualisierte Literaturlisten sind den Veranstaltungsunterlagen zu entnehmen.

M15-17h: Data Science und Künstliche Intelligenz im internationalen Kontext (Specialisation Module)							
Kennnummer		Workload	Credits	Studien- semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer	
M15-17h		250 h	10	i. d. R. ab 4. Semester	i. d. R. einmal im Jahr	1 Semester	
1	Lehrveranstaltungen 1) Data Analytics und KI im internationalen Kontext: Methoden, Metriken, Tools 2) Anwendung von Data Analytics und KI im internationalen Kontext 3) Projekt Data Analytics und KI		Kontaktzeit 1) 2 SWS / 30 h 2) 2 SWS / 30 h 3) 2 SWS / 30 h Selbststudium 160 h		Sprache Die Lehr- und Prüfungssprache ist Deutsch (mit englischen Anteilen bzw. Anwendungen).		geplante Gruppengröße 20 Studierende
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Nach erfolgreicher Teilnahme an dem Modul sind die Studierenden in der Lage, • die im Zuge der Digitalisierung steigende Bedeutung von Datenanalytik für die Lösung betriebswirtschaftlicher Aufgabenstellungen zu charakterisieren und anhand von Fallbeispielen zu illustrieren. (Fach- und Methodenkompetenz, Niveaustufen „analysieren“ und „beurteilen/bewerten“, T 4-5) • Rohdaten im Rahmen eines Datenaufbereitungsprozesses zu bereinigen, auszuwerten, zu visualisieren und zu interpretieren. (Fach- und Methodenkompetenz, Niveaustufe „analysieren“, T 4) • vielfältige Tools des Datenmanagements hinsichtlich ihrer Stärken und Schwächen zu bewerten. (Fach- und Methodenkompetenz, Niveaustufe „beurteilen/bewerten“, T 5) • relevante Key Performance Indicators (KPIs) aus dem Bereich Data Science zu formulieren und ihre Erreichung mit Hilfe vorliegender Datensets zu interpretieren. (Fach- und Methodenkompetenz, Niveaustufen „erweitern/erschaffen“ und „beurteilen/bewerten“, T 5-6) • fortgeschrittene Tools der Datenauswertung (z. B. R, SPSS) zur Ableitung datenbasierter Erkenntnisse und zur Steuerung von Unternehmen einzusetzen. (Fach- und Methodenkompetenz, Niveaustufe „erweitern/erschaffen“, T 6) • auf der Basis vorhandener Kompetenzen Anforderungen an Data-Science-Spezialisten zu formulieren und Ergebnisse zu interpretieren (Sozialkompetenz). Ebenfalls wird die Sozialkompetenz der Studierenden durch Kleingruppenarbeiten/Teamwork gefördert.						

3	Inhalte Data Analytics und KI im internationalen Kontext: Methoden, Metriken und Tools • Grundlegende Begrifflichkeiten, Konzepte und Abgrenzungen von Big Data, Data Analytics, KI und Business Intelligence • Grundlagen Data Analytics und Künstliche Intelligenz (Methoden, Konzepte, Tools) • Übungen mit gängigen Tools der Datenauswertung, z. B. MS Excel, R • Ausblick auf die Leistungsfähigkeit und den Einsatz von Verfahren des Machine Learnings • Chancen und Herausforderungen von Data Analytics und KI im internationalen Kontext Anwendungen von Data Analytics und KI im internationalen Kontext • Internet of Things • Spieltheorie • Prognosemodelle • Empfehlungssysteme und die Methodik bei Netflix, Amazon und Co. • Digitales Marketing (z. B. Attribution, A/B-Testing, Social Media Analytics) • Dynamic Pricing in der Industrie Projekt Data Analytics und KI • Entwicklung, Planung und Überprüfung der Wirksamkeit von datenbasierten Modellen in der Industrie
4	Lehr- / Lernform • Aktivierender seminaristischer Unterricht, zahlreiche Übungsaufgaben und Use Cases ermöglichen laufenden Praxisbezug, Lernkontrolle und systematische Prüfungsvorbereitung; integrierte Übungen mit folgenden Elementen: Software-Tools, Fallstudien, projektorientierte Kleingruppenarbeiten mit Coaching durch die Lehrenden. • Die Lehrveranstaltungen des Moduls werden in Präsenz oder – optional auf Entscheidung der/des Lehrenden – in einem hybriden Format (zeitlich parallel in physischer und virtueller Präsenz) durchgeführt.
5	Teilnahmevoraussetzungen Formal: keine Inhaltlich: Empfohlen ist ein Studium nach dem Studienverlaufsplan
6	Prüfungsformen Klausur von 120 Minuten
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulabschlussprüfung (Klausur)
8	Verwendung des Moduls: im Studiengang / in anderen Studiengängen des Fachbereichs Das Modul schafft die Kompetenzen für spezialisierte Tätigkeiten in international ausgerichteten Unternehmen und Organisationen. / Keine Verwendung in anderen Studiengängen des Fachbereichs

9	Stellenwert der Note für die Endnote gemäß den Credits 10 / 210
10	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Bastian Martschink (Modulbeauftragter und Lehrender)
11	Sonstige Informationen Literatur: Am Anfang des Semesters wird ein Hinweis auf verpflichtende und optionale Literatur gegeben. • Fader, Peter: The Customer Centricity Playbook – Implement a Winning Strategy driven by Customer Lifetime Value, Philadelphia 2018. • Frick, Detlev/Gadatsch, Andreas/Kaufmann, Jens/Lankes, Birgit/Quix, Christoph/Schmidt, Andreas/Schmitz, Uwe (Hrsg.): Data Science - Konzepte, Erfahrungen, Fallstudien und Praxis, Wiesbaden 2021. • Halfmann, Marion/Schüller, Katharina: Marketing Analytics - Perspektiven, Technologien, Anwendungsfelder, Wiesbaden 2022. • Kreutzer, Ralf T.: Toolbox für Marketing und Management - Kreativkonzepte - Analysewerkzeuge - Prognoseinstrumente, Wiesbaden 2018. • Provost, Foster/Fawcett, Tom: Data science for business. What you need to know about data mining and data-analytic thinking, Sebastopol, CA 2013. • Wickham, Hadley/Grolemund, Garrett: R für Data Science. Daten importieren, bereinigen, umformen, modellieren und visualisieren, Heidelberg 2018. Alle Titel in der jeweils aktuellen Auflage. Aktualisierte Literaturlisten sind den Veranstaltungsunterlagen zu entnehmen.

M15-17i: Foreign Business, Ethics, Sustainability and International Taxation (Specialisation Module)					
Kennnummer	Workload	Credits	Studien- semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
M15-17i	250 h	10	i. d. R. ab 4. Semester	i. d. R. einmal im Jahr	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen 1) International Trading, Global Production and Ethics 2) Sustainability Management in an International Environment 3) International Taxation	Kontaktzeit 1) 3 SWS / 45 h 2) 2 SWS / 30 h 3) 1 SWS / 15 h Selbststudium 160 h	Sprache Die Lehr- und Prüfungssprache ist Englisch.	geplante Gruppengröße 20 Studierende	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Nach der Bearbeitung des Moduls sind die Studierenden in der Lage, • grundlegende unternehmerische Außenhandelsaspekte wie Beschaffung bzw. Einkauf, Liefer- und Zahlungsbedingungen, Verzollung, Risikomanagement und internationale Produktion auf konkrete Fragestellungen anzuwenden. (Fach- und Methodenkompetenz, Niveaustufe „anwenden“, T 3) • Begründungen und Gegenargumente zu wirtschafts- und unternehmensethischen Aspekten argumentativ zu nutzen und dies insbesondere mit Anwendungsbeispielen aus dem Bereich internationale Besteuerung. (Fach- und Methodenkompetenz, Niveaustufe „anwenden“, T 3) • Anwendungsbeispiele aus den Bereichen Außenhandelsbetriebswirtschaftslehre, internationale Produktion und internationaler Besteuerung analysieren sowie allokativ und wirtschaftsethisch bewerten zu können. (Fach- und Methodenkompetenz, Niveaustufen „analysieren“ und „beurteilen/bewerten“, T 4-5) • die Herausforderung von nachhaltiger Entwicklung zu erläutern, verschiedene Zugänge und Definitionen des Nachhaltigkeitsbegriffs zu veranschaulichen und die Bedeutung von Nachhaltigkeit als Megatrend für Unternehmen aufzuzeigen. (Fach- und Methodenkompetenz, Niveaustufen „verstehen“, „anwenden“ und „analysieren“, T 2-4) • internationale Standards der Unternehmensverantwortung zu veranschaulichen, die Perspektiven unterschiedlicher Stakeholdergruppen auf nachhaltiges Wirtschaften aufzuzeigen und die Möglichkeiten und Herausforderungen der Umsetzung nachhaltigen Wirtschaftens zu beurteilen. (Fach- und Methodenkompetenz, Niveaustufen „verstehen“, „anwenden“ und „beurteilen/bewerten“, T 2-3, T 5)				

	• strategische Zugänge zu nachhaltigem Wirtschaften in Unternehmen zu erklären, praktische Möglichkeiten des Nachhaltigkeitsmanagements in Unternehmen darzustellen und die Eignung verschiedener Optionen des Nachhaltigkeitsmanagements zu bewerten. (Fach- und Methodenkompetenz, Niveaustufen „verstehen“, „anwenden“, „analysieren“ und „beurteilen/bewerten“, T 2-5) • grundlegende Aspekte des Steuerrechts in Deutschland und im Rahmen der Europäischen Union sowie im internationalen Kontext verstehen, anwenden und kritisch beurteilen zu können. (Fach- und Methodenkompetenz, Niveaustufen „verstehen“, „anwenden“ und „beurteilen/bewerten“, T 2-3, T 5) • das Wesen und die Hauptaspekte der deutschen Ertragssteuern erfassen, einordnen und im internationalen Zusammenhang beurteilen zu können. (Fach- und Methodenkompetenz, Niveaustufen „verstehen“, „anwenden“ und „beurteilen/bewerten“, T 2-3, T 5) • Besteuerungsprinzipien von Inbound- und Outbound-Investitionen sowie ausgewählte Aspekte der internationalen Steuerplanung verstehen, anwenden und kritisch einschätzen zu können. (Fach- und Methodenkompetenz, Niveaustufen „verstehen“, „anwenden“ und „beurteilen/bewerten“, T 2-3, T 5). Zusätzlich wird die Sozialkompetenz gestärkt, weil durch Erarbeitung und Präsentation von Fallstudien mit internationalen Studierenden Kenntnisse, Fähigkeiten und Fertigkeiten in Bezug auf Kommunikation, Kooperation und Konflikte in interkulturellen Kontexten trainiert werden.
3	Inhalte International Trading, Global Production and Ethics • Guide to International Trading • Engaging in International Production • Business and Economic Ethics with a focus on order Ethics • Applications to the “borderless company” and the Economics of International Taxation Sustainability Management in an International Environment • Current Challenges of Sustainable Development and the Role of Business • Perspectives of different Stakeholder Groups on Sustainability • Implementing Economic and Business Models for Sustainability • Applications of Sustainability Management in different Domains and Business Processes International Taxation • Objectives and Principles of Taxation • German Taxation and the Principle of Sovereignty • Principles of Taxation and an Overview of Taxes in Germany • International and Supranational Aspects of Taxation • Entrepreneurial Alternatives for Inbound and Outbound Investments • Basics of Taxation of Internationally Active Companies

	• Tax Compliance Management and International Tax Controlling • Taxes of Foreign Countries at a glance and Methods for International Tax Burden Comparisons • Overview of Selected Instruments of International Tax Planning • International Tax Reforms Illustrated by Past or Current Projects
4	Lehr- / Lernform • Seminaristischer Unterricht. In der Veranstaltung werden zahlreiche Anwendungsfälle und Case Studies bearbeitet und begleitende Übungsaufgaben genutzt, um eine laufende Lernkontrolle zu ermöglichen. Das Modul wird auch von internationalen Studierenden besucht, woraus sich vielfältige modulbezogene Anknüpfungspunkte zu internationalen Außenhandelsaspekten ergeben. • Die Lehrveranstaltungen des Moduls werden i. d. R. in Präsenz durchgeführt.
5	Teilnahmevoraussetzungen Formal: keine Inhaltlich: Empfohlen ist ein Studium nach dem Studienverlaufsplan: Relevante Vorkenntnisse werden insbesondere in den Modulen M1: Betriebswirtschaftslehre, M2: Volkswirtschaftslehre und M3: Funktionen der BWL im internationalen Kontext vermittelt.
6	Prüfungsformen Klausur von 120 Minuten
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulabschlussprüfung (Klausur)
8	Verwendung des Moduls: im Studiengang / in anderen Studiengängen des Fachbereichs Das Modul schafft die Kompetenzen für spezialisierte Tätigkeiten in international ausgerichteten Organisationen und Unternehmen. Es kann von englischsprachigen Gaststudierenden besucht werden. / Keine Verwendung des Moduls in anderen Studiengängen des Fachbereichs
9	Stellenwert der Note für die Endnote gemäß den Credits 10 / 210
10	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Funk (Modulbeauftragter und Lehrender) Prof. Dr. Mutafoğlu (Lehrender) Prof. Dr. Voos (Lehrender)

11	Sonstige Informationen Literatur: • Combe, Colin: Introduction to Global Sustainable Management, London 2022. • Conrad, Christian A.: Economic Systems, Markets and Politics, Cham 2022. • Crane, Andrew/Matten, Dirk/Glozer, Sarah/Spence, Laura: Business Ethics, 5. Aufl., Oxford 2019. • Hahn, Rüdiger: Sustainability Management, Fellbach 2022. • Jacobs, Otto H.: Internationale Unternehmensbesteuerung, Deutsche Investitionen im Ausland. Ausländische Investitionen im Inland, 9. Aufl., München 2023. • Lee, Eun Sup: A Guide to International Trading, Cham 2023. • Luetge, Christoph/Mukerji, Nikil: Order Ethics: An Ethical Framework for the Social Market Economy, Cham 2016. • Reinert, Kenneth A.: An Introduction to International Economics, 2. Aufl., Cambridge 2021. • Sarmento, Joaquim Miranda, Taxation in Finance and Accounting: An Introduction to Theory and Practice, Cham 2023. • Van Brederode, Robert F. (ed.): Ethics and Taxation, Cham 2020. In den Lehrveranstaltungen werden weitere Materialien und auch spezifische Literaturhinweise etwa zu Fachaufsätzen zur Verfügung gestellt. Alle Titel in der jeweils aktuellen Auflage. Aktualisierte Literaturlisten sind den Veranstaltungsunterlagen zu entnehmen.
----	---

M19: Financial Global Business Simulation (Transferable Skills Module)						
Kennnummer M19		Workload 225 h	Credits 9	Studien- semester 6. Semester	Häufigkeit des Angebots i. d. R. einmal im Jahr (Sommersemester)	Dauer 1 Semester
1	Lehrveranstaltungen Financial Global Business Simulation		Kontaktzeit 6 SWS / 90 h Selbststudium 135 h	Sprache Die Lehr- und Prüfungssprache ist Englisch.	geplante Gruppengröße 60 Studierende	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Nach der erfolgreichen Bearbeitung dieses Planspielmoduls sind die Studierenden in der Lage, - Entscheidungsparameter der Simulation zu schildern und die korrespondierenden theoretischen Grundlagen anwendungsbezogen zu diskutieren. (Fach- und Methodenkompetenz, Niveaustufen „wissen/erinnern“, „verstehen“, „anwenden“, „analysieren“ und „beurteilen“, T 1-5) - Interdependenzen der Entscheidungsparameter zu erkennen, vor allem bezüglich der Markt-, Finanz-, und Wertentwicklung. (Fach- und Methodenkompetenz, Niveaustufen „wissen/erinnern“, „verstehen“, „anwenden“ und „analysieren“, T 1-4) - besondere Aspekte einer internationalen Unternehmensführung zu identifizieren und in die Entscheidungsfindung zu integrieren. (Fach- und Methodenkompetenz, Niveaustufen „wissen/erinnern“, „verstehen“, „anwenden“, „analysieren“ und „beurteilen“, T 1-5) - die Ergebnisentwicklung infolge des Zusammenwirkens von Maßnahmen betriebswirtschaftlich fundiert mit eigenen Spreadsheet-Modellen zu analysieren, darzustellen und zu bewerten. (Fach- und Methodenkompetenz, Niveaustufen „analysieren“, „beurteilen“ und „erschaffen“, T 4-6) - Unsicherheit und unvollkommene Information als Umgebung betrieblicher Entscheidungen zu erfahren und mithilfe von Planungsrechnungen zu bewältigen. (Selbstkompetenz, Fach- und Methodenkompetenz, Niveaustufen „analysieren“, „beurteilen“ und „erschaffen“, T 4-6) - gruppendynamische Prozesse zu bewältigen und zu gestalten. Dabei sind auch interkulturelle Aspekte zu berücksichtigen, da an den studentischen Arbeitsgruppen auch Austauschstudierende teilnehmen. (Sozialkompetenz)					
3	Inhalte - Betriebswirtschaftliche und organisatorische Einführung - Teambildung und Gruppendynamik - Entscheidungsbereiche und -parameter					

	• Entscheidungsfindung und Reaktionstest (Testrunden) • Besonderheiten internationaler Unternehmensentscheidungen • Reporting-Instrumente und deren Anwendung • Vergleichende Bewertung der Unternehmensergebnisse
4	Lehr- / Lernform • Seminare zur Planspieleinführung, Zwischen- und Endauswertung • Workshop zur Teambildung; durchgehendes Coaching bei laufender Simulation • Konkurrenzorientiertes Unternehmensplanspiel • Computergestützter, web-basierter Planspielablauf • Vermittlung theoretischer Grundlagen in Form von seminaristischem Unterricht, Fallbeispielen und Selbststudium • Intensive, praktische Übungen von Spreadsheet-Anwendungen in Einzel- und Gruppenarbeit
5	Teilnahmevoraussetzungen Formal: keine Inhaltlich: Empfohlen ist ein Studium nach dem Studienverlaufsplan
6	Prüfungsformen Abschließende Projektdokumentation der Planspielrunden. Bonus- und Malus-Regelung in Abhängigkeit der erzielten Unternehmensergebnisse.
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulabschlussprüfung
8	Verwendung des Moduls: im Studiengang / in anderen Studiengängen des Fachbereichs Das Modul basiert auf zuvor erworbenen Kompetenzen und wendet sie gebündelt an; es vertieft praxisnah Kompetenzen für spezialisierte Tätigkeiten in international ausgerichteten Unternehmen und Organisationen. Das Modul kann von englischsprachigen Gaststudierenden besucht werden. / Keine Verwendung des Moduls in anderen Studiengängen des Fachbereichs
9	Stellenwert der Note für die Endnote gemäß den Credits 9 / 210
10	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Bleuel (Modulbeauftragter und hauptamtlich Lehrender)

11	Sonstige Informationen Literatur: • Baker, Kenneth R.: Optimization modeling with spreadsheets, 3. Aufl., London 2016. • Bleuel, Hans-Hubertus: Internationales Management - Grundlagen, Umfeld und Entscheidungen, Stuttgart 2017. • Cesim: Global Challenge - Decision Making Instructions; Cesim 2020 (online) • Peng, Mike/Meyer, Klaus: International Business, 4. Aufl., Andover 2023. • Wöhe, Günter/Döring, Ulrich/Brösel, Gerrit: Einführung in die allgemeine Betriebswirtschaftslehre, 28. Aufl., München 2023. Alle Titel in der jeweils aktuellen Auflage. Aktualisierte Literaturlisten und weiterführende Literatur sind den Veranstaltungsunterlagen zu entnehmen bzw. werden unter Moodle zur Verfügung gestellt. Ebenfalls unter Moodle: Excel-Crashkurs mit Fokus Reporting- Anwendungen
----	--

M20a: Projektspezialisierung: Internationalisierung von Unternehmen und Länderanalyse (Thesisvorbereitung) (Transferable Skills Module)							
Kennnummer M20a		Workload 225 h	Credits 9	Studien- semester 6. Semester	Häufigkeit des Angebots i. d. R. einmal im Jahr (Sommersemester)	Dauer 1 Semester	
1	Lehrveranstaltungen 1) Internationalisierung von Unternehmen 2) Economics of International Business and Country Competitiveness		Kontaktzeit 1) 4 SWS / 60 h 2) 2 SWS / 30 h Selbststudium 135 h		Sprache Die Lehrsprache ist Deutsch in Teilmodul 1 (4 SWS), Englisch in Teilmodul 2 (2 SWS). Die Prüfungssprache ist i. d. R. Deutsch. Auf Wunsch Studierender ist als Prüfungssprache Englisch möglich.		geplante Gruppengröße 30 Studierende
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Nach der erfolgreichen Bearbeitung des Moduls sind die Studierenden in der Lage, • die Rolle von internationaler Wettbewerbsfähigkeit von Unternehmen adäquat einzuschätzen und den Einsatz von Strategietools durch Unternehmen kompetent zu beurteilen und sind zudem befähigt, sie zur eigenständigen Analyse adäquat einzusetzen. (Fach- und Methodenkompetenz, Niveaustufen „verstehen“, „anwenden“, „analysieren“ und „beurteilen/bewerten“, T 2-5) • unter expliziter Anwendung von angemessenen, selbst vorgeschlagenen betriebs- und volkswirtschaftlichen Methoden, komplexe Problemstellungen mit Bezug zur Internationalisierung von Unternehmen oder einer Länderstandortanalyse, die fachübergreifende Problemstellungen beinhaltet, kompetent selbst zu erarbeiten und die Ergebnisse angemessen mündlich und schriftlich zu kommunizieren. (Fach- und Methodenkompetenz, Niveaustufen „wissen/erinnern“, „verstehen“, „anwenden“, „analysieren“, beurteilen/bewerten“ und „erschaffen“, T 1-6) • interdisziplinär die wechselseitigen Zusammenhänge zwischen Rahmenbedingungen eines Landes, politischen Eingriffen, rechtlichen Bestimmungen, ethischen Forderungen und ökonomischen Anforderungen der Effektivität, Effizienz und Verhältnismäßigkeit sachgerecht zu beurteilen sowie selbstständig ökonomisch rationale Vorschläge zu entwickeln, wie auf Herausforderungen mit einer Verbesserung der Standortbedingungen reagiert werden kann. (Fach- und Methodenkompetenz, Niveaustufen „verstehen“, „anwenden“, „analysieren“ und „beurteilen/bewerten“, T 2-5) • eigenständig die einschlägige Fachliteratur zu ihrem Thema zu finden; sie beherrschen die schriftliche Verdichtung von Informationen und von selbstständig erarbeiteten wissenschaftlichen Zusammenhängen unter Beachtung der üblichen Wissenschaftsstandards in schriftlichen Hausarbeiten und Präsentationen.						

	(Fach- und Methodenkompetenz, Niveaustufen „verstehen“, „anwenden“, „analysieren“ und „beurteilen/bewerten“, T 2-5) • Erkenntnisse aus der wissenschaftlichen Literatur zum Themenfeld kritisch zu beurteilen und auf Rückfragen zu kommentieren sowie die Befunde der Literatur auch auf verwandte Fragestellungen anzuwenden sowie gegebenenfalls praktische Umsetzungsoptionen zu entwickeln und vorhandene Forschungslücken aufzudecken. (Fach- und Methodenkompetenz, Niveaustufen „verstehen“, „anwenden“, „analysieren“ und „beurteilen/bewerten“, T 2-5) • in Bezug auf die Selbstorganisation eigenständig ihre Arbeitsabläufe zu planen und individuelle Verantwortung für die Umsetzung ihrer Arbeitsabläufe zu übernehmen und zudem gruppendynamische Prozesse zu bewältigen und zu gestalten. Interkulturelle Aspekte werden berücksichtigt, da an den studentischen Arbeitsgruppen auch ausländische Gaststudierende teilnehmen können. (Fach- und Methodenkompetenz, Niveaustufen „verstehen“, „anwenden“, „analysieren“ und „beurteilen/bewerten“, T 2-5) • im Team durch Reflexion des Gruppenprozesses unter Leistungsgesichtspunkten Verantwortung dafür zu übernehmen, dass das Endergebnis der Gruppe den geforderten inhaltlichen und den üblichen wissenschaftlichen Standards entspricht. (Fach- und Methodenkompetenz, Niveaustufen „analysieren“, „beurteilen“ und „erschaffen“, T 5-6) Insbesondere durch die geforderte Teamarbeit bei der Bearbeitung eines komplexen Themas, bei dem betriebs- und volkswirtschaftliche Methoden und Theorien problemlösungsorientiert miteinander zu verzahnen sind, wird die Sozialkompetenz der Studierenden erheblich verbessert, indem Kommunikations-, Kooperations- und Konfliktfähigkeit eingeübt werden.
3	Inhalte Internationalisierung von Unternehmen • Gütekriterien wissenschaftlichen Arbeitens und Wissenschaftsethik bei Abschlussarbeiten • Wissenschaftstheoretischer Bezug wirtschaftswissenschaftlicher Forschungsstrategien • Begriff und Bestimmungsfaktoren der Wettbewerbsfähigkeit: betriebs- und volkswirtschaftlich • Konkurrierende Perspektiven des internationalen Managements zur Wettbewerbsfähigkeit von international agierenden Unternehmen • Methoden zur Analyse der internen Unternehmensressourcen und externer Marktkräfte • Zentrale Strategiemethoden bzw. -instrumente im Vergleich: Stärken und Schwächen • Standortanalyse und Determinanten der volkswirtschaftlichen Wettbewerbsfähigkeit Economics of International Business and Country Competitiveness • The Business Environment and Business Economics in the (Fragmented) Global Economy • Management of International Business and Socio-Ethical Issues • Endowment and Environments of globally acting Companies • Business Strategy and Competitive Advantages • Strategic Analysis of the Cultural, Political and Legal Environment • Country Competitiveness and Attractiveness of Business Locations • Strategies of Internationally Acting Companies in Selected Regions

	Das Qualifikationsziel dieses Moduls ist die Befähigung zu wissenschaftlicher Arbeit in der Praxis. Zunächst erfolgt dies in Form der selbstständigen Erarbeitung eines Themas zu wissenschaftlichen Methoden bzw. Instrumenten des Internationalen Managements (mit Individualberatung) sowie der Bearbeitung eines selbst gewählten komplexeren Themas zur internationalen Unternehmensführung bzw. zur ökonomischen Länderanalyse in einem Team. Dieses zweite zu bearbeitende Thema dient dem weiteren Einüben des wissenschaftlichen Vorgehens bei der späteren Thesis: Dieses Thema zur internationalen Unternehmensführung bzw. zur Länderstandortanalyse ist unter Anwendung der zuvor vermittelten Methoden in Gruppenarbeit selbstständig (mit Beratung) zu erarbeiten, wodurch die in der Arbeitswelt übliche Teamarbeit professionell geübt werden soll. Zudem erfolgt in einem englischsprachigen Vorlesungsteil die volkswirtschaftliche Fundierung der betriebswirtschaftlichen Themen.
4	Lehr- / Lernform • Vermittlung theoretischer und empirische Grundlagen in Form von Vorlesung und seminaristischem Unterricht, Fallbeispielen und Selbststudium • Fallbeispiel-Workshop: problemlösungsorientierte Zusammenarbeit in Teams und Wege zur Zielerreichung - Lehren aus Theorie und Praxis • Coaching bei den Themenvergaben, Gliederungserstellung sowie bei laufenden Fragen während der Themenbearbeitung (die Kontaktzeit umfasst beratende Themeneinführungen durch Lehrende, Gruppenkonsultationen zur thematischen Betreuung sowie die Präsentationen der Studierenden zu ihrer Themenbearbeitung). Weitere Hinweise: • In der Regel findet ein Gastvortrag im Projekt zu einem dafür relevanten Thema statt.
5	Teilnahmevoraussetzungen Formal: keine Inhaltlich: Empfohlen ist ein Studium nach dem Studienverlaufsplan; relevante Vorkenntnisse werden insbesondere in managementbezogenen, und volkswirtschaftlichen Modulen und bei den Arbeits- und Forschungsmethoden sowie im Auslandsstudium vermittelt.
6	Prüfungsformen Hausarbeit mit Präsentation (1/3 der Note) und Projektarbeit mit Projektdokumentation und Präsentation (2/3 der Note)
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Vergabe der Leistungspunkte nach Bestehen aller Teilprüfungen
8	Verwendung des Moduls: im Studiengang / in anderen Studiengängen des Fachbereichs Das Modul greift früher vermittelte methodische Kompetenzen zur empirischen Forschung und zum wissenschaftlichen Arbeiten auf und vertieft diese Kompetenzen für die professionelle Erstellung wissenschaftlicher Arbeiten. Das Modul bereitet so die Erstellung der Bachelor-Thesis vor. Es kann von Gaststudierenden besucht werden. / Keine Verwendung in anderen Studiengängen des Fachbereichs
9	Stellenwert der Note für die Endnote gemäß den Credits 9 / 210
10	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Funk (Modulbeauftragter und hauptamtlich Lehrender)

11	Sonstige Informationen Literatur: • Asum, Heiko/Kerth, Klaus/Klein, Jürgen/Wohlhert, Maarten J.: Die besten Strategietools in der Praxis, 7. Aufl., München 2023. • Collinson, Simon/Rajneesh, Narula/Rugman, Alan M.: International Business. 8. Aufl., Harlow u. a. 2020. • Currie, David M.: Country Analysis: Understanding Economic and Political Performance, Farnham/Burlington 2011. • Goldenstein, Jan/Hunoldt, Michael/Walgenbach, Peter: Wissenschaftliche(s) Arbeiten in den Wirtschaftswissenschaften: Themenfindung - Recherche - Konzeption - Methodik - Argumentation, Wiesbaden 2018. • Hoppen, Dieter: Internationale Wirtschaft, Stuttgart 2014. • Hullemann, Wim/Marjis, Ad: Economics and Business environment, 5. Aufl., Groningen/Houten 2021. • Picot, Arnold/Reichwald, Ralf/Wigand, Rolf, R./Möslein, Kathrin M./Neuburger, Rahild/Neyer, Anne-Kathrin: The Boundaryless Enterprise. Information, Organization Leadership, Cham 2023. • Shenkar, Oded/Yadong, Luo/Chi, Tailan: International Business. 4. Aufl., London/New York 2021. • Sternard, Dietmar/Schwarz-Musch, Alexander/Krenn, Melanie Luise: Wachstumsstrategien international planen und umsetzen. Das Workbook zu Ihrer Growth-Roadmap, Stuttgart 2023. In den Lehrveranstaltungen werden weitere Materialien und auch spezifische Literaturhinweise etwa zu Fachaufsätzen zur Verfügung gestellt. Alle Titel in der jeweils aktuellen Auflage. Aktualisierte Literaturlisten sind den Veranstaltungsunterlagen zu entnehmen.
----	--

M20b: Project Specialisation: Academic Writing and Intercultural Leadership (Thesisvorbereitung) (Transferable Skills Module)						
Kennnummer M20b		Workload 225 h	Credits 9	Studien- semester 6. Semester	Häufigkeit des Angebots i. d. R. einmal im Jahr (Sommersemester)	Dauer 1 Semester
1	Lehrveranstaltungen 1) Intercultural Leadership and Organisation 2) Academic Writing		Kontaktzeit 1) 2 SWS / 30 h 2) 4 SWS / 60 h Selbststudium 135 h		Sprache Die Lehr- und Prüfungssprache ist Englisch.	geplante Gruppengröße 30 Studierende
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Nach erfolgreicher Bearbeitung des Moduls sind die Studierenden in der Lage, - den Einfluss landeskultureller Unterschiede auf Menschen und Organisationen zu erläutern, mögliche Konfliktfelder aufzuzeigen und auf vorhandene Modelle und Lösungsansätze zu verweisen. (Fach- und Methodenkompetenz, Niveaustufen „erinnern“ und „verstehen“, T1-2) - die Grundlagen des interkulturellen Managements zu erklären und dessen praktische Handlungsfelder zu identifizieren und zu beschreiben. (Fach- und Methodenkompetenz, Niveaustufe „verstehen“, T2) - die grundlegenden Theorien und Modelle zur Führung von Mitarbeitern im kulturübergreifenden Kontext darzustellen und Ansätze und Indikatoren zur Einschätzung von effektivem Führungsverhalten zu erörtern. (Fach- und Methodenkompetenz, Niveaustufe „verstehen“, T2) - konkrete Maßnahmen zur Identifikation und Förderung interkultureller Führungskompetenz aufzuzeigen. (Fach- und Methodenkompetenz, Niveaustufe „erinnern“, T1) - allgemeine Grundsätze des akademischen Schreibens zu verstehen und anzuwenden (Fach- und Methodenkompetenz, Niveaustufen „verstehen“ und „anwenden“, T2-3) - komplexe Texte in ihrem Fachgebiet zu verstehen und fachspezifische Informationen zu entnehmen (Fach- und Methodenkompetenz, Niveaustufen „verstehen“ und „analysieren“, T2, 4) - akademische Texte zusammenzufassen und korrekt zu paraphrasieren (Fach- und Methodenkompetenz, Niveaustufen „verstehen“ und „analysieren“, T2, 4) - Quellen richtig einzuordnen und unter Beachtung verschiedener Zitierweisen sachlich korrekt zu zitieren (Fach- und Methodenkompetenz, Niveaustufe „analysieren“, T4) - akademische Texte zu verfassen, die dem akademischen Niveau eines Bachelor-Abschlusses auf Undergraduate-Niveau entsprechen (Fach- und Methodenkompetenz, Niveaustufe „(er-)schaffen“, T6) - Kohärenz und Kohäsion auf der Ebene des Textes und seiner Teile herzustellen (Fach- und Methodenkompetenz, Niveaustufe „(er-)schaffen“, T6) - Texte effektiv zu überarbeiten (Fach- und Methodenkompetenz, Niveaustufe „anwenden“, T3)					

3	Inhalte Intercultural Leadership and Organisation • Teil 1: Kulturtheorien und -studien • Teil 2: Organisation im internationalen Unternehmen • Teil 3: Interkulturelle Führung ○ Führungs-Theorien und -Stile ○ Motivations-Theorien ○ Internationales Personal-Management ○ Interkulturelle Kompetenz Academic Writing • Analyse der Unterschiede zwischen formellem und informellem Schreiben • Entwicklung eines akademischen Vokabulars und eines klaren und aussagekräftigen Schreibstils • Klare Satz- und Absatzstruktur • Paraphrasieren und Zusammenfassen • Korrekte Verwendung von Zitaten und Referenzen • Richtlinien für die Formatierung einer Bachelorarbeit
4	Lehr- / Lernform • Aktivierender seminaristischer Unterricht. • Die Lehrveranstaltungen des Moduls werden i. d. R. in Präsenz durchgeführt.
5	Teilnahmevoraussetzungen Formal: Englischkenntnisse (Geschäftsentenglisch) mindestens C1 Level (CEF: Common European Framework) Inhaltlich: Empfohlen ist ein Studium nach dem Studienverlaufsplan; relevante Vorkenntnisse werden insbesondere in den Modulen 9 und 10 und im Auslandsstudium vermittelt
6	Prüfungsformen Hausarbeit mit Präsentation (1/3 der Note) und Projektdokumentation mit Präsentation (2/3 der Note)
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Vergabe der Leistungspunkte nach Bestehen aller Teilprüfungen
8	Verwendung des Moduls: im Studiengang / in anderen Studiengängen des Fachbereichs Das Modul übt die Erstellung professioneller englischsprachiger Texte im Geschäfts- und Wissenschaftsbereich als Vorbereitung der (gegebenenfalls englischsprachigen) Bachelor-Thesis am Beispiel der wissenschaftlichen Analyse zum „Intercultural Leadership“ ein. Es greift zuvor vermittelte methodische Kompetenzen zur Forschung und zum wissenschaftlichen Arbeiten auf und vertieft diese für die professionellen Erstellung einer englischsprachigen Bachelor-Thesis. / Keine Verwendung des Moduls in anderen Studiengängen des Fachbereichs
9	Stellenwert der Note für die Endnote gemäß den Credits 9 / 210
10	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende David Albutt (Modulbeauftragter und hauptamtlich Lehrender)

11	Sonstige Informationen Literatur: • Bailey, Stephen: Academic Writing: A Handbook for International Students, London and New York 2015. • Brodbeck, Felix C.: Internationale Führung, Berlin – Heidelberg 2016. • Gasteiger, Rosina M/Kaschube, Jürgen/Rathjen, Philipp: Interkulturelle Führung in Organisationen, Wiesbaden 2016. • Haller, Peter M/Nägele, Ulrich: Praxishandbuch Interkulturelles Management, Wiesbaden 2013. • Kaudela-Baum, Stephanie/Meldau, Sandrina/Brasser, Martin: Leadership & People Management, Wiesbaden 2022. • Moore, Julie: Oxford Academic Vocabulary Practice: Upper-Intermediate B2-C1, Oxford 2017. • Oechsler, Walter A./Paul, Christopher: Personal & Arbeit, 11. Aufl., Berlin / Boston 2019 • Rogers, Louis: Skills for Business Studies: Upper-intermediate: Level B2/C1 (Business Result), Oxford 2012. • Rothlauf, Jürgen: Interkulturelles Management, 4. Aufl., München 2012. • Skript / worksheets - Arbeitsblätter / Handouts / Präsentationen Alle Titel in der jeweils aktuellen Auflage. Aktualisierte Literaturlisten und weiterführende Literatur sind den Veranstaltungsunterlagen zu entnehmen.
----	---

M21: Bachelor-Thesis (Transferable Skills Module)						
Kennnummer		Workload	Credits	Studien-semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
M21		300 h	12	7. Semester	Jedes Semester möglich	10 Wochen
1	Lehrveranstaltungen Keine Geplante Gruppengröße: 1 Person		Kontaktzeit Individuell verschieden, aber nur begrenzt auf thematische Betreuung bei Themengliederung durch betreuende hauptamtlich Lehrende	Selbststudium Ganz weitgehend, da die Thesis selbstständig zu erstellen ist: Beratung in erster Linie durch die Erstbetreuerin oder den Erstbetreuer		Sprache Vorbehaltlich der Zustimmung der Prüfenden kann die Thesis nicht nur in deutscher, sondern auch in englischer Sprache erstellt werden. Über den Antrag entscheidet die oder der Vorsitzende des Prüfungsausschusses.
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Nach der erfolgreichen Bearbeitung des Moduls sind die Kandidatin oder der Kandidat in der Lage, - im Studium erworbenen fachlichen Kompetenzen und Fertigkeiten zum wissenschaftlichen Arbeiten innerhalb der vorgegebenen Frist auf wissenschaftliche bzw. praxisbezogene Fragestellungen selbstständig zu bearbeiten und sachgerecht anzuwenden sowie fundierte Schlussfolgerungen hieraus zu ziehen (Fach- und Methodenkompetenz, Niveaustufe „verstehen“, „anwenden“, „analysieren“ und „beurteilen/bewerten, T 2-5) - durch die eigenständige Bearbeitung einer Aufgabenstellung mit Bezügen zum Studienfach International Management, auf wissenschaftlicher Basis selbstständig zu arbeiten und den Stand der Forschung zur Aufgabenstellung sach- und adressatengerecht nach wissenschaftlichen Standards zu verdichten (Fach- und Methodenkompetenz, Niveaustufe „(er-) schaffen“ T6) - bei einer Thesis mit hohem Praxisbezug, ein konkretes Problem in der Praxis durch die Anwendung wissenschaftlicher Erkenntnis auf dem aktuellen Stand zu lösen oder einen wesentlichen Beitrag zur Problemlösung zu leisten (Fach- und Methodenkompetenz, Niveaustufe „(er-) schaffen“ T6) - ihre Fragestellungen in den aktuellen Stand der Forschung einzuordnen und durch wissenschaftlich- methodisch fundiertes Vorgehen den aktuellen Stand des fachlichen Wissens zu erarbeiten und wissenschaftlich gut nachvollziehbar aufzubereiten sowie gegebenenfalls neue Erkenntnisse zu erzielen und fundiert begründen zu können (Fach- und Methodenkompetenz, Niveaustufen „verstehen“ und „(er-) schaffen“ T2, T6)					

3	Inhalte • Anwendung der Methodik des wissenschaftlichen Arbeitens • Einarbeitung in ein wirtschaftswissenschaftliches Themengebiet und Bearbeitung einer wissenschaftlichen Aufgabenstellung aus dem Bereich International Management • weitgehend selbstständiges Einüben von auf die Thesis-Erstellung bezogenem Management dieses Projekt und einem dafür angemessenen Zeitmanagement
4	Lehr- / Lernform • Selbststudium mit fachlicher Betreuung vorrangig bei der Themenabstimmung und Gliederung • Gegebenenfalls weitere Beratung bei offenen Fragen während der Durchführung
5	Teilnahmevoraussetzungen Formal: Nachweis von mindestens 150 bestandenen Credits (diese und alle weiteren Einzelheiten regelt die jeweils geltende Rahmenprüfungsordnung für Thesisarbeiten des Fachbereichs Wirtschaftswissenschaften) Inhaltlich: Empfohlen ist ein Studium nach dem Studienverlaufsplan
6	Prüfungsformen Eigenständige schriftliche wissenschaftliche Arbeit (Richtumfang: 45 bis 55 Seiten, ohne Gliederung, Verzeichnisse, Anhang)
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten mindestens die Note „ausreichend“ als Endnote für die schriftliche Bachelor-Thesis
8	Verwendung des Moduls: im Studiengang / in anderen Studiengängen des Fachbereichs Das Modul baut aufgrund der dafür erforderlichen generellen wissenschaftlichen Kompetenzen auf allen vorherigen Modulen des Studiengangs auf und Studierende setzen dort erworbene fachliche, Methoden- und praxisbezogene Kenntnisse sachgerecht ein. / Keine Verwendung des Moduls in anderen Studiengängen des Fachbereichs
9	Stellenwert der Note für die Endnote Gemäß den Credits 12 / 210
10	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende die oder der jeweils erstbetreuende hauptamtlich Lehrende
11	Sonstige Informationen Literatur: • Bänsch, Alex/Alewell, Dorothea: Wissenschaftliches Arbeiten, 12. Aufl., München 2020. • Döring, Nicola: Forschungsmethoden und Evaluation in den Sozial- und Humanwissenschaften, 6. Aufl., Heidelberg 2022. • Heesen, Bernd: Wissenschaftliches Arbeiten: Methodenwissen für Wirtschafts-, Ingenieur- und Sozialwissenschaftler, 4. Aufl., Wiesbaden 2021. • Oehrich, Marcus: Wissenschaftliches Arbeiten und Schreiben: Schritt für Schritt zur Bachelor- und Master-Thesis in den Wirtschaftswissenschaften, 3. Aufl., Wiesbaden 2022. • Theisen, Manuel René/Theisen, Martin: Wissenschaftliches Arbeiten: Erfolgreich bei Bachelor- und Masterarbeit, 18. Aufl., München 2021.

	• Timinger, Holger: Modernes Projektmanagement: [die Grundlagen auf einen Blick; von der Projektinitialisierung bis zum Projektabschluss; Schnelltest: mit Übungsaufgaben und Lösungen], Weinheim 2015. • Weiteres: akademische Fachliteratur zu dem jeweils zu bearbeitenden Einzelthema Alle Titel in der jeweils aktuellen Auflage. Aktualisierte Literaturlisten und weiterführende Literatur sind den Veranstaltungsunterlagen zu entnehmen.
--	--

M22: Kolloquium (Transferable Skills Module)					
Kennnummer M22	Workload 75 h	Credits 3	Studienseme ster 7. Semester	Häufigkeit des Angebots Jedes Semester möglich	Dauer 1 Semester
1	Lehrveranstaltungen Keine	Kontaktzeit Dauer des Kolloquiums (30 Minuten) Selbststudium Selbstständige Vorbereitung auf das Kolloquium	Prüfungssprache ist die Sprache, in der die Thesis verfasst worden ist.	geplante Gruppengröße Thesisverfasserin oder -verfasser	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Nach der erfolgreichen Bearbeitung des Moduls sind die Kandidatin oder der Kandidat in der Lage, • zu zeigen, dass sie befähigt sind, die wichtigsten Inhalte der Bachelor-Thesis verbal zu präsentieren, sie in einer kritischen Fachdiskussion zu vertreten und dass sie in der Lage sind, Bezüge der Bachelor-Thesis zu den anderen Inhalten des Studiums herstellen zu können (Fach- und Methodenkompetenz Niveaustufen „anwenden“, „analysieren“ und „beurteilen/bewerten, T 3-5) • aufzuzeigen, dass sie auch in kurzer Zeit fähig sind, ihre Forschungsziele, Methoden und Ergebnisse verdichtet verbal darlegen und unter Einsatz adäquater Fachsprache kommunizieren können sowie Fragen zu Themen, die mit ihrer Thesarbeit verbunden sind, auf Basis ihres gesamten Studiums im Fachgespräch zu beantworten (Fach- und Methodenkompetenz, Niveaustufen „anwenden“, „analysieren“ und „beurteilen/bewerten, T 3-5)				
3	Inhalte • Anwendung der Methodik des wissenschaftlichen Arbeitens auf das gewählte Thema • ansonsten unterschiedliche je nach Themenwahl bei der schriftlichen Bachelor-Thesis				
4	Lehr- / Lernform • Selbststudium der Kandidaten bzw. des Kandidaten zur Vorbereitung • Kolloquium mit zwei hauptamtlich Lehrenden (Erst- und Zweitbetreuerin bzw. -betreuer)				
5	Teilnahmevoraussetzungen Zugelassen wird nur, wer die Bachelor-Thesis mindestens mit der Note „ausreichend“ bestanden hat.				
6	Prüfungsformen Mündliche Prüfung, 30 Minuten (Prüfungsvoraussetzung: Bestandene Bachelor-Thesis)				

7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Das Kolloquium gilt als bestanden, wenn mindestens die Note „ausreichend“ erzielt worden ist.
8	Verwendung des Moduls: im Studiengang / in anderen Studiengängen des Fachbereichs Dieses Modul basiert auf der bestandenen Bachelor-Arbeit. Diese ist Voraussetzung für die Anmeldung zur mündlichen Prüfung. / Keine Verwendung des Moduls in anderen Studiengängen des Fachbereichs
9	Stellenwert der Note für die Endnote gemäß den Credits 3 / 210
10	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende die oder der jeweils erstbetreuende hauptamtlich Lehrende
11	Sonstige Informationen Literatur: • Bäsch, Alex/Alewell, Dorothea: Wissenschaftliches Arbeiten, 12. Aufl., München 2020. • Döring, Nicola: Forschungsmethoden und Evaluation in den Sozial- und Humanwissenschaften, 6. Aufl., Heidelberg 2022. • Heesen, Bernd: Wissenschaftliches Arbeiten: Methodenwissen für Wirtschafts-, Ingenieur- und Sozialwissenschaftler, 4. Aufl., Wiesbaden 2021. • Oehrich, Marcus: Wissenschaftliches Arbeiten und Schreiben: Schritt für Schritt zur Bachelor- und Master-Thesis in den Wirtschaftswissenschaften, 3. Aufl., Wiesbaden 2022. • Theisen, Manuel René/Theisen, Martin: Wissenschaftliches Arbeiten: Erfolgreich bei Bachelor- und Masterarbeit, 18. Aufl., München 2021. • Timinger, Holger: Modernes Projektmanagement: [die Grundlagen auf einen Blick; von der Projektinitialisierung bis zum Projektabschluss; Schnelltest: mit Übungsaufgaben und Lösungen], Weinheim 2015. • Weiteres: akademische Fachliteratur zu dem jeweils zu bearbeitenden Einzelthema Alle Titel in der jeweils aktuellen Auflage. Aktualisierte Literaturlisten und weiterführende Literatur sind den Veranstaltungsunterlagen zu entnehmen.