



Studiengang
Interkulturelles Management

Modulhandbuch
Sommersemester 2026
01.03.2026

Redaktionelles:

Dieses Modulhandbuch dient der Orientierung der Studierenden im Studiengang Interkulturelles Management. Alle Angaben sind ohne Gewähr – im Zweifelsfall gilt die Studien- und Prüfungsordnung in der jeweils gültigen Fassung und die Veröffentlichung im Campus-System PRIMUSS.

Ersteller:

Prof. Dr. Ritam Garg
Studiengangleitung Interkulturelles Management

Veronika Stier
Wissenschaftliche Mitarbeiterin Interkulturelles Management

Stand 03/2026

Relevante Kontaktdaten:

Studiengangleitung
Prof. Dr. Ritam Garg
ritam.garg@hs-ansbach.de

Studiengangkoordination
Daniela Frank-Müller
daniela.frankmueller@hs-ansbach.de

Campusassistentz
Sandra Sauter
sandra.sauter@hs-ansbach.de

Campus Rothenburg
Hornburgweg 26
91541 Rothenburg ob der Tauber
<https://rothenburg.hs-ansbach.de/>
<https://www.hs-ansbach.de/bachelor/interkulturelles-management/>



Inhaltsverzeichnis

Inhaltsverzeichnis.....	3
Abkürzungsverzeichnis.....	6
1. Einleitung.....	7
2. Orientierungshilfe durch das Modulhandbuch.....	8
3. Hinweise zum Studiengang Interkulturelles Management.....	9
4. Unser Interkulturalitätsverständnis.....	12
5. Lehrveranstaltungsevaluation.....	13
6. Modulplan (Studien- und Prüfungsordnung ab Studienbeginn 2019/20).....	14
s. Anlage 1 zur SPO IKM/HSAN-20242.....	17
7. Modulübersicht mit Modulverantwortlichen.....	18
8. Modulbeschreibungen.....	21
8.1. Modulbeschreibungen: Modulgruppe Interkulturelle Kompetenzen.....	22
8.1.1. Modul: Tandem: Hands-on Interculturality.....	23
8.1.2. Modul: Landeskunde.....	26
8.1.3. Modul: European Business.....	28
8.1.4. Modul: Interkulturelle Kommunikation.....	31
8.1.5. Modul: Interkulturelle Kompetenz I.....	33
8.1.6. Modul: Interkulturelle Kompetenz II.....	35
8.1.7. Modul: Internationale Organisation und Prozessmanagement.....	37
8.1.8. Modul: Interkulturelles Projektmanagement.....	40
8.1.9. Modul: Management in Emerging Markets.....	43
8.2. Modulbeschreibungen: Modulgruppe Sprachen.....	45
8.2.1. Modul: Business English I.....	46
8.2.2. Modul: Business English II.....	49
8.2.3. Modul: Oral Communication for Business.....	52
8.2.4. Modul: Weitere Fremdsprache I - Spanisch.....	54
8.2.5. Modul: Weitere Fremdsprache I - Französisch.....	56
8.2.6. Modul: Weitere Fremdsprache I - Italienisch.....	58
8.2.7. Modul: Weitere Fremdsprache I - Chinesisch.....	60
8.2.8. Modul: Weitere Fremdsprache II - Spanisch.....	63
8.2.9. Modul: Weitere Fremdsprache II - Französisch.....	66
8.2.10. Modul: Weitere Fremdsprache II - Italienisch.....	69
8.2.11. Modul: Weitere Fremdsprache II - Chinesisch.....	72



8.2.12.	Modul: Weitere Fremdsprache: Berufliche Kommunikation - Spanisch.....	75
8.2.13.	Modul: Weitere Fremdsprache: Berufliche Kommunikation - Französisch	77
8.2.14.	Modul: Weitere Fremdsprache: Berufliche Kommunikation - Italienisch.....	79
8.2.15.	Modul: Weitere Fremdsprache: Berufliche Kommunikation - Chinesisch.....	81
8.3.	Modulbeschreibungen: Modulgruppe Betriebswirtschaftliche Kompetenzen.....	83
8.3.1.	Modul: Wissenschaftliches Arbeiten.....	84
8.3.2.	Modul: Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre	86
8.3.3.	Modul: Wirtschaftsmathematik	88
8.3.4.	Modul: Investition und Finanzierung	90
8.3.5.	Modul: Internationales Personalmanagement	92
8.3.6.	Modul: Bürgerliches Recht	94
8.3.7.	Modul: Grundlagen der Volkswirtschaftslehre	96
8.3.8.	Modul: Unternehmensplanspiel	98
8.4.	Modulbeschreibungen: Modulgruppe Digitale Kompetenzen.....	100
8.4.1.	Modul: Digitales Marketing.....	101
8.4.2.	Modul: Innovationsmanagement und Digitalisierung.....	103
8.4.3.	Modul: Marktforschung & Datenanalyse.....	106
8.4.4.	Modul: Medien und Kommunikation.....	108
8.5.	Modulbeschreibungen: Modulgruppe Studienschwerpunkte	111
8.5.1.	Modulgruppe Studienschwerpunkt Gastronomie und Tourismus.....	112
8.5.1.1.	Modul: Hospitality Management	113
8.5.1.2.	Modul: Eventmanagement.....	115
8.5.1.3.	Modul: Digital Tourism.....	117
8.5.2.	Modulgruppe Studienschwerpunkt Handel und Dienstleistungen.....	119
8.5.2.1.	Modul: International Business and Strategy	120
8.5.2.2.	Modul: Digitale Arbeitswelten	122
8.5.2.3.	Modul: Frugal Sustainability.....	126
8.6.	Modulbeschreibungen: Modulgruppe Wahlpflichtmodule	128
8.6.1.	Modul: Digitale Arbeitswelten	129
8.6.2.	Modul: International Business and Strategy	133
8.6.3.	Modul: Eventmanagement.....	135
8.6.4.	Modul: Hackathon.....	137
8.6.5.	Modul: Hospitality Management	139
8.6.6.	Modul: Management in East Asia	141
8.6.7.	Modul: Medienpsychologie.....	143



8.6.8.	Modul: Sozialpsychologie	145
8.6.9.	Modul: How to StartUp meets 5-Euro-Business	147
8.6.10.	Modul: Frugal Sustainability	150
8.6.11.	Modul: International Sales Management	152
8.6.12.	Modul: Unternehmensgründung	155
8.6.13.	Werbepsychologie.....	157
8.6.14.	Modul: Supply Chain Management.....	159
8.6.15.	Modul: »Let’s talk about racism«: Rassismus in Migrationsgesellschaft, Arbeitswelt und Medien	161
8.7.	Modulbeschreibungen: Modulgruppe Praktisches Studiensemester.....	163
8.7.1.	Modul: Betriebliche Praxis	164
8.7.2.	Modul: Managementtechniken.....	166
8.8.	Modulbeschreibungen: Modulgruppe Bachelorarbeit	169
8.8.1.	Modul: Bachelorarbeit	170
8.8.2.	Modul: Bachelorseminar	172
9.	Modulbeschreibungen SPO IKM/HSAN 20162.....	174
9.1.	Modul: Angewandtes Projektmanagement I	175
9.2.	Modul: Angewandtes Projektmanagement II	178
10.	Abbildungsverzeichnis.....	181
11.	Tabellenverzeichnis	182



Abkürzungsverzeichnis

B.A.	Bachelor of Arts
BA	Bachelorarbeit
bzw.	Beziehungsweise
ECTS	European Credit Transfer and Accumulation System
eL	e-Learning
Ex	Exkursion
gem.	Gemäß
h	Stunde
HS AN	Hochschule Ansbach
ikm	Interkulturelles Management
mdILN	Mündlicher Leistungsnachweis
Min.	Minuten
PA	Projektarbeit
Präs	Präsentation
schrLN	Schriftlicher Leistungsnachweis
SPO	Studien- und Prüfungsordnung
SWS	Semesterwochenstunden
TN	Teilnahme
Ü	Übung
V	Vorlesung
ZV	Zulassungsvoraussetzung

1. Einleitung

Der Beginn eines Hochschulstudiums stellt einen Start in einen neuen Lebensabschnitt dar. Nicht nur, dass Sie ein gewohntes Schulumfeld verlassen und größtenteils vermutlich auch mit vielen neuen Menschen zusammentreffen (Professor*innen, Lehrende, Kommiliton*innen) – auch die Form des Lernens und die Ansprüche unterscheiden sich von den schulischen Anforderungen.

Aber seien Sie versichert: Ein Hochschulstudium macht auch viel Spaß! Im Dialog mit den Professor*innen und Lehrenden erfahren Sie tiefgründige Zusammenhänge des jeweiligen Studiengebietes und darüber hinaus. Gemeinsames Lernen und weiterer Austausch mit den Kommiliton*innen schweißt zusammen und vertieft das Verständnis ungemein.

Mit dem Studiengang Interkulturelles Management haben Sie sich für einen zukunftsweisenden Weg entschieden: Interkulturelle, sprachliche, aber auch betriebswirtschaftliche und digitale Kompetenzen werden in diesem Studiengang anschaulich vermittelt. Der innovative, neue Campus Rothenburg bietet für die Veranstaltungen ein tolles Ambiente in einer tollen Stadt, die digitale Lernplattform begleitet Sie ergänzend durch das gesamte Studium. Am Campus Rothenburg arbeitet ein interdisziplinäres Team mit großer Freude – und begleitet Sie in Ihrem Studium in organisatorischen und inhaltlichen Fragen.

Das vorliegende Modulhandbuch soll eine orientierende Hilfe zum Studienablauf geben.

2. Orientierungshilfe durch das Modulhandbuch

Das vorliegende Modulhandbuch soll Ihnen ein nützlicher Begleiter durch Ihr Studium sein. Im Handbuch erfahren Sie hilfreiches zum Studiengang Interkulturelles Management (B.A.).

Nachdem Sie sich mit den Rahmenbedingungen vertraut gemacht haben, erfahren Sie Details zum Studienablauf und können in den Modulbeschreibungen Details zu den einzelnen Modulen finden.

Wichtiger Hinweis: Das Modulhandbuch stellt eine Orientierungs- und Arbeitshilfe für Sie dar. Für relevante Fragen beachten Sie bitte immer die verbindliche Studien- und Prüfungsordnung zum Studiengang in der aktuellen bzw. für Sie gültigen Fassung. Aktuelle Informationen zu den Modulen (Einschreibung, Termine, Prüfungsanmeldung, etc.) finden Sie immer im Campus-Management-System PRIMUSS, auf der Homepage der Hochschule Ansbach und des Campus Rothenburg und auf der Lernplattform Moodle.

Aus den Modulbeschreibungen erfahren Sie viel Wissenswertes für ihr Studium, so dass Sie unter anderem Ihre Modulbelegung gut vorplanen können. Einige der Punkte sind hier erläutert:

- **Modulverantwortliche und Dozierende:** Diese Personen sind Ihre Ansprechpartner*innen für das jeweilige Modul.
- **Leistungspunkte / SWS:** Dies gibt Ihnen eine Information über den Umfang des Zeitaufwands eines Moduls. Bedenken Sie: 1 ECTS-Punkt entspricht 30 Zeitstunden.
- **Arbeitsaufwand:** Hier können Sie ersehen, wie viel Zeit Sie in Kontaktstunden sowie in Selbstlernen für das Modul aufbringen. Unter Kontaktstunden verstehen wir die Zeit der Lehrveranstaltung, die nicht zeitunabhängig stattfindet – das kann in Präsenzunterricht oder ortsungebunden in Form von Online-Unterricht stattfinden.
Ihre individuelle Lernzeit kann – ja nach Ihrer Lerngeschwindigkeit – natürlich von der Zeitangabe abweichen.
- **Lehrformen (gem. SPO):** Die aus der Studien- und Prüfungsordnung vorgegeben Lehrformen für die Module finden Sie hier im Überblick, damit Sie sich grob auf das Modul einstellen können. Die Nutzung der Lehrformen unterliegt jedoch der didaktischen Gestaltung der Lehrenden.
- **Ziele:** Die Ziele, unterteilt nach Kompetenzfeldern, zeigen auf, was Sie am Ende des Moduls können sollen. Hier können Sie sich selbst in Ihrem Lernfortschritt überwachen.
- **Inhalte:** Die wesentlichen Modulinhalte erfahren Sie bereits im Vorfeld.
- **Literatur:** Zentrale Literaturquellen für das Modul finden Sie hier in der Modulbeschreibung. Vielleicht finden Sie ja Zeit, bereits im Vorfeld das ein oder andere Werk durchzulesen. Generell finden Sie Literatur in der Campusbibliothek am Campus Rothenburg, in der Hochschulbibliothek der Hochschule Ansbach sowie in jeder anderen gut sortierten Universitäts- und Hochschulbibliothek.
- **Zulassungsvoraussetzungen gem. SPO:** Sofern in der Studien- und Prüfungsordnung für ein Modul eine Zulassungsvoraussetzung festgelegt ist, finden Sie diese auch hier beschrieben. Beachten Sie dies bitte unbedingt. Ohne die erfüllten Zulassungsvoraussetzungen können Sie das Modul nicht belegen und somit nicht am Modul teilnehmen.
- **Empfohlene Voraussetzungen:** Sollten ergänzende Voraussetzungen wünschenswert sein, werden diese hier beschrieben. Diese sind empfohlen, also optional.
- **Prüfungsart und Umfang gem. SPO:** Die Art und der Umfang des Leistungsnachweises sind hier klar beschrieben. Dies basiert auf den Vorgaben der Studien- und Prüfungsordnung.
- **Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten:** Hier steht beschrieben, welche Voraussetzung für das erfolgreiche Absolvieren des Moduls – und damit der Vergabe von ECTS-Leistungspunkten – erfüllt sein müssen.

Die Modulbeschreibungen erhalten viele hilfreiche Informationen. Achten Sie natürlich dennoch darauf, was die Lehrenden Ihnen in den Modulen an Informationen mitgeben.

3. Hinweise zum Studiengang Interkulturelles Management

Mit dem Studiengang Interkulturelles Management haben Sie sich für einen zukunftsweisenden Weg entschieden. Die Studien- und Prüfungsordnung (Fassung SPO IKM/HSAN-20242) beschreibt in §2 Studienziel prägnant, was Sie mit dem Studium erreichen sollen:

„Ziel des Bachelorstudiums ist es, die Studierende bzw. den Studierenden durch eine auf der Vermittlung wissenschaftlicher Grundlagen beruhende, fachlich geprägte Ausbildung zu selbständigem Handeln im Berufsfeld „Interkulturelles Management“ zu befähigen.

Durch die gezielte Verknüpfung von wissenschaftlichen Grundlagen der Allgemeinen Betriebswirtschaftslehre und der Interkulturellen Kommunikationsforschung erlangen die Studierenden die interdisziplinäre Fähigkeit, Grundfragen der Wirtschaft im Kontext inter- und soziokultureller Zusammenhänge zu verstehen, zu analysieren und zu beantworten. Durch die Wahl eines Schwerpunkts erfolgt im Verlauf des Studiums eine Spezialisierung in einem gewählten Wirtschaftsbereich.

Neben dem Erwerb von Fachwissen in den Modulbereichen Interkulturelle Kompetenzen und Betriebswirtschaftliche Kompetenzen vermittelt der Studiengang im Modulbereich Sprachen die praxisorientierte Beherrschung zweier Fremdsprachen sowie Kenntnisse über Strukturen und kulturelle Begebenheiten in den jeweiligen Kultur- und Wirtschaftsräumen. Darüber hinaus vermittelt der Studiengang Digitale Kompetenzen. Diese Fähigkeiten ermöglichen den Studierenden in einer digitalen und interkulturellen Gesellschaft zu leben, zu lernen und zu arbeiten.“

Dazu ist der Studiengang in einer ansprechenden Weise gestaltet: Im Studium wechseln Sie in vielen Modulen zwischen persönlicher Interaktion mit Professor*innen, Lehrenden und den Kommiliton*innen im Rahmen von Präsenzveranstaltungen sowie e-Learning-Sequenzen im digitalen Lerncampus in einem durchdachten Blended-Learning-Modus. Die Lehrenden stehen dabei über die Lernplattform immer für Fragen zur Verfügung. Aber Achtung: Ein Blended-Learning-Modus bedeutet nicht, dass sich der Aufwand dadurch reduziert – beachten Sie die Zeitangaben zu den Modulen!

Die Grundlage für ein Studium ist immer die Studien- und Prüfungsordnung. Für unseren Studiengang gilt die aktuelle **SPO IKM/HSAN-20242 vom 8. April 2024**.

Für für alle Studierenden im Studiengang Interkulturelles Management,

- die im Wintersemester 2019/20 ihr Studium aufgenommen haben, und
- für diejenigen, die ab Wintersemester 2018/19 ihr Studium aufgenommen und den Wechsel in die neue Studien- und Prüfungsordnung beantragt haben,

gilt die Studien- und Prüfungsordnung SPO IKM/HSAN 20192.

Für Studierende, die vor dem Wintersemester 2019/20 Ihr Studium begonnen haben und nicht in die SPO IKM/HSAN 20192 gewechselt sind, gilt die Studien- und Prüfungsordnung SPO IKM/HSAN 20162.

Die Präsenzveranstaltungen finden überwiegend an unserem neu gestalteten Campus Rothenburg statt. Dort finden Sie angenehme Seminar- und Lernräume sowie die Büros unserer Professor*innen und Mitarbeiter*innen. Am Campus Rothenburg gibt es auch eine Bibliothek, die Sie für Ihr Studium nutzen können. Hier und in der zentralen Bibliothek der Hochschule Ansbach am Campus Ansbach erhalten Sie Zugang zu regulärer Buchausleihe inkl. aller digitalen Recherchemöglichkeiten.



Abbildung 1 - Der Campus Rothenburg



Abbildung 2 - Angenehme Lernatmosphäre am Campus Rothenburg



Neben den Seminarräumen verfügen wir auch am Campus Rothenburg über einen eigenen IT-Pool, den wir intensiv für Veranstaltungen mit Einsatz digitaler Medien nutzen.



Abbildung 3 - Angenehme Lernatmosphäre: IT-Raum

Rothenburg ob der Tauber, das als Tourismusziel im Zentrum Deutschlands bekannt ist, erreichen Sie gut mit dem Auto, oder mit der Bahn.

Orientieren Sie sich vor Ort: Vom Bahnhof zum Campus sind es etwa 5 Minuten zu Fuß. Der Campus liegt direkt an der historischen Stadtmauer. In die sehenswerte Altstadt mit schönen Plätzen, Cafés und Restaurants gelangen Sie in wenigen Minuten. Für Tipps und Fragen wenden Sie sich gerne an das Campus-Team. Hier erhalten Sie auch Infos zu Sonderkonditionen, die uns aufgrund enger Vernetzung mit der Stadt Rothenburg zur Verfügung stehen (z.B. Parkkarte für Studierende)



Abbildung 4 - Skyline von Rothenburg (Quelle: Stadt Rothenburg ob der Tauber)



4. Unser Interkulturalitätsverständnis

Interkulturalität wird als der Prozess des Austausches und der Verständigung verstanden, der erfolgt, wenn Individuen, Gruppen und Organisationen aufeinandertreffen, die verschiedenen Kulturen zugehörig sind und insofern nicht über dieselbe Wertorientierung und Wissensbestände verfügen. Unser vermitteltes Konzept der Interkulturalität geht davon aus, dass es in interkulturellen Kommunikationssituationen, die im internationalen Wirtschaftskontext auftreten, zu reziproken Aushandlungsprozessen kommt, die regelmäßig anders als intrakulturelle Begegnungen verlaufen. Im Studiengang Interkulturelles Management wird im Kontext der Interkulturalität von einem offenen, prozesshaften und sozial konstruierten Kulturverständnis ausgegangen, das maßgeblich von Sprache, Symbolik und Werten beeinflusst wird und als Bedeutungssystem für Individuen, Gruppen und Organisationen fungiert. Kulturkontakte finden dabei auf Mikro-, Meso- und Makroebene statt und betreffen persönliche Kompetenzen und individuelle Kommunikationssituationen, Organisations- und Projektstrukturen sowie soziale, politische, wirtschaftliche und kulturelle Institutionen und deren Werte, Normen und Regeln. Ziel des Studiengangs ist es, durch theoretische Konzepte und Praxisvermittlung die Studierenden für das Konzept Interkulturalität im Kontext der wirtschaftlichen Zusammenarbeit zu sensibilisieren, dadurch die Reflektion der eigenen kulturellen Perspektive zu fördern und gleichzeitig anwendungsorientiertes Wissen über verschiedene Kulturstandards zu erwerben. Diese interkulturelle Kompetenzvermittlung erfolgt in drei Schritten: zunächst sollen die Studierenden durch persönliche interkulturelle Kontakte und länderspezifische Wissensvermittlung für Interkulturalität sensibilisiert werden. Im zweiten Schritt erwerben Sie anhand diverser Theorien von Kultur und Interkultureller Kommunikation grundlegendes Wissen über Interkulturalität. Dieses wird im abschließenden Schritt dann auf den Bereich Management übertragen, um zu erlernen, wie mit Interkulturalität im wirtschaftlichen Kontext von Projekten und Organisationen in verschiedenen Teilgebieten der Betriebswirtschaft erfolgreich umgegangen werden kann.

Interkulturelles Management als solches ist ein weit gefasster Begriff, der alle Aspekte der Kultur in einem Unternehmens- und Managementumfeld umfasst. Dies variiert beispielweise von interkultureller Kommunikation und Kompetenz, interkultureller Intelligenz, interkultureller Sensibilität bis hin zu Organisationskultur, Bi-Culturalism, interkultureller Vielfalt und indigenem Management. In Management-Leitfäden und -Referenzwerken wurden bisher die Schwierigkeiten mit kultureller Interdependenz des Einzelnen nicht angegangen: Die Aufgabe, nicht nur grenzüberschreitend erfolgreich zu wirtschaften, sondern gleichzeitig die kulturellen Unterschiede in Form von Sprache, kulturellem Hintergrund und Kommunikationsmustern auszugleichen, wird in der heutigen dynamischen und vernetzten Geschäftswelt zur Überlebensnotwendigkeit. Folglich können diese interkulturellen Begegnungen zu erfolglosen Ergebnissen führen, wenn sie nicht sorgfältig behandelt werden. Daher stützt sich dieser Studiengang auf verschiedene Aspekte der Interkulturalität und baut auf den vorhandenen Forschungsergebnissen auf, um einen ganzheitlichen Ansatz zu bieten, der den Bedürfnissen der Managementherausforderungen in den verschiedenen Kulturen gerecht wird.

Als Besonderheit kann die Integration verschiedener Perspektiven und Wissenschaftsparadigmen auf konkrete unternehmensbezogenen Managementaspekte im interkulturellen Umfeld in unserem Studiengang gesehen werden. Die einzelnen Module der Modulgruppe „Interkulturelle Kompetenzen“ greifen dabei diese Begriffspluralität der Interkulturalität im Management auf. So werden über ein grundlegendes Bewusstsein und Verständnis von (Inter-)Kulturalität unterschiedlicher Ebenen hinaus konkrete Anwendungssituationen im Studium in Modulen betrachtet. Diese beinhalten sowohl generelle Management-Aspekte wie auch die Besonderheit professionellen Management-Behaviours in aufstrebenden Märkten, aber auch die konkreten Auswirkungen auf die Gestaltung und Veränderung von Aufbau- und Ablauforganisation im internationalen und interkulturellen Umfeld oder die speziellen Aspekte der Zusammenarbeit in organisations- und ggf. auch länder-/kontinentenübergreifenden Projekten im Rahmen des Interkulturellen Projektmanagements über die rein prozessual-methodischen Aspekte der Projektplanung und –steuerung hinaus. Die Lehrveranstaltungen berücksichtigen dies auf ansprechende Weise und verbinden Wissensvermittlung auf modernem Forschungsstand mit praktischen Erkenntnissen.

5. Lehrveranstaltungsevaluation

Zur kontinuierlichen Verbesserung unseres Lehrangebotes evaluieren wir jedes Semester unsere Lehrveranstaltungen. Nutzen Sie diese Evaluation bitte, um uns eine Rückmeldung über die Lehrveranstaltungen zu geben – wir freuen uns über konstruktive Rückmeldungen (konstruktiv-kritische, aber natürlich auch positive).

Zwei Mal pro Semester können Sie an unserem Qualitätszirkel teilnehmen und uns Ihr Feedback persönlich präsentieren. Darüber hinaus schalten wir am Ende jedes Semesters unsere Online-Umfrage zum Studiengang. Hier können Sie allgemeines Feedback zum Studiengang und zur Organisation am Campus geben. Unabhängig davon können Sie jederzeit direkt auf die Modulverantwortlichen, die Studiengangleitung und das gesamte Campus-Team zukommen.

6. Modulplan (Studien- und Prüfungsordnung ab Studienbeginn 2019/20)

Der folgende Überblick zeigt, wie die Module im Studiengang Interkulturelles Management auf Basis der SPO IKM/HSAN-20242 aufeinander aufbauen.

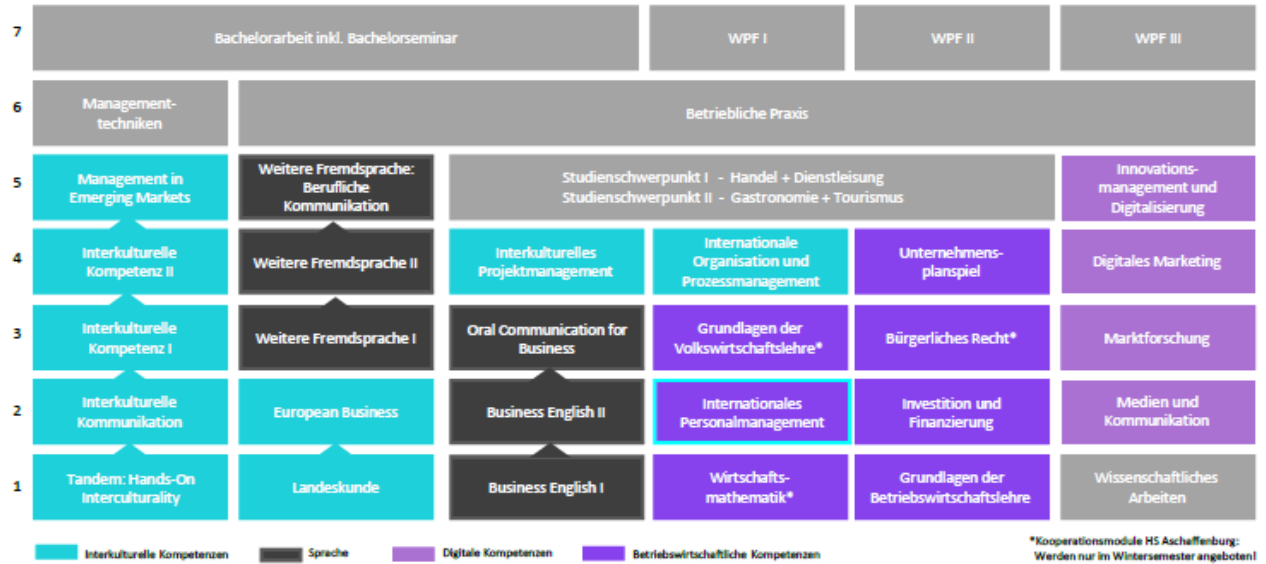


Abbildung 5 - Modulplan IKM

Dieser Modulplan gilt ab Wintersemester 2024/25. Ihre individuelle Belegung legen Sie selbst fest. Idealerweise orientieren Sie sich dabei am aktuellen Studienablaufplan, wie in **Tabelle 1** dargestellt.




	Sem.	1	2	3	4	5	6	7
Module	ECTS	ECTS	ECTS	ECTS	ECTS	ECTS	ECTS	ECTS
Interkulturelle Kompetenzen								
Tandem: Hands-On Interculturality	5	5						
Landeskunde	5	5						
European Business	5		5					
Interkulturelle Kommunikation	5		5					
Interkulturelle Kompetenz I	5			5				
Interkulturelle Kompetenz II	5				5			
Internationale Organisation	5				5			
Interkulturelles Projektmanagement	5				5			
Management in Emerging Markets	5					5		
Sprachen								
Business English I	5	5						
Business English II	5		5					
Oral Communication for Business	5			5				
Weitere Fremdsprache I	5			5				
Weitere Fremdsprache II	5				5			
Weitere Fremdsprache: Berufliche Kommunikation	5					5		
Betriebswirtschaftliche Kompetenzen								
Wissenschaftliches Arbeiten	5	5						
Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre	5	5						
Wirtschaftsmathematik	5	5						
Investition und Finanzierung	5		5					
Internationales Personalmanagement	5		5					
Bürgerliches Recht	5			5				
Grundlagen der Volkswirtschaftslehre	5			5				
Unternehmensplanspiel	5				5			
Digitale Kompetenzen								
Medien und Kommunikation	5		5					
Marktforschung	5			5				
Digitales Marketing	5				5			
Innovationsmanagement und Digitalisierung	5					5		
Studienschwerpunkt								
Gastronomie und Tourismus								
Gastronomie und Tourismus I	5					5		
Gastronomie und Tourismus II	5					5		
Gastronomie und Tourismus III	5						5	
oder Handel und Dienstleistung								
Handel und Dienstleistung I	5					5		
Handel und Dienstleistung II	5					5		
Handel und Dienstleistung III	5						5	
Wahlpflichtmodule								
Wahlpflichtmodul 1	5					5		
Wahlpflichtmodul 2	5							5
Wahlpflichtmodul 3	5							5
Praktisches Studiensemester								
Betriebliche Praxis	25						25	
Managementtechniken	5							5
Bachelorarbeit								
Bachelorarbeit	12							12
Bachelorseminar	3							3
	210	30	30	30	30	30	30	30



	Sem.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
Module	ECTS	ECTS	ECTS	ECTS	ECTS	ECTS	ECTS	ECTS	ECTS	ECTS	ECTS	ECTS	ECTS	ECTS	ECTS
Interkulturelle Kompetenzen															
Tandem: Hands-On Interculturality	5			5											
Landeskunde	5							5							
European Business	5						5								
Interkulturelle Kommunikation	5		5												
Interkulturelle Kompetenz I	5					5									
Interkulturelle Kompetenz II	5						5								
Internationale Organisation und Prozessmanagement	5									5					
Interkulturelles Projektmanagement	5						5								
Management in Emerging Markets	5									5					
Sprachen															
Business English I	5	5													
Business English II	5		5												
Oral Communication for Business	5									5					
Weitere Fremdsprache I	5			5											
Weitere Fremdsprache II	5				5										
Weitere Fremdsprache: Berufliche Kommunikation	5					5									
Betriebswirtschaftliche Kompetenzen															
Wissenschaftliches Arbeiten	5			5											
Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre	5	5													
Wirtschaftsmathematik	5	5													
Investition und Finanzierung	5				5										
Internationales Personalmanagement	5									5					
Bürgerliches Recht	5							5							
Grundlagen der Volkswirtschaftslehre	5					5									
Unternehmensplanspiel	5				5										
Digitale Kompetenzen															
Medien und Kommunikation	5		5												
Marktforschung	5							5							
Digitales Marketing	5									5					
Innovationsmanagement und Digitalisierung	5										5				
Studienschwerpunkt															
Gastronomie und Tourismus															
Gastronomie und Tourismus I	5										5				
Gastronomie und Tourismus II	5										5				
Gastronomie und Tourismus III	5													5	
oder Handel und Dienstleistung															
Handel und Dienstleistung I	5										5				
Handel und Dienstleistung II	5										5				
Handel und Dienstleistung III	5													5	
Wahlpflichtmodule															
Wahlpflichtmodul 1	5										5				
Wahlpflichtmodul 2	5													5	
Wahlpflichtmodul 3	5													5	
Praktisches Studiensemester															
Betriebliche Praxis	25											15	10		
Managementtechniken	5												5		
Bachelorarbeit															
Bachelorarbeit	12														12
Bachelorseminar	3														3
	210	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15

Tabelle 1 - Studienablaufplan ikm



Der Studienablaufplan in **Tabelle 1** stellt unsere empfohlene Abfolge der Module dar und dient zur Orientierung, um den Studiengang in der Teilzeitvariante bei doppelter Regelstudienzeit zu absolvieren. Aufgrund des Aufbaus des Studiengangs steht es Ihnen frei, die Abfolge und die Anzahl der Module pro Semester flexibel zu gestalten. Bitte beachten Sie bei Ihrer Planung die Zulassungsvoraussetzung gemäß Studien- und Prüfungsordnung* für Module, die aufeinander aufbauen:

[s. Anlage 1 zur SPO IKM/HSAN-20242](#)



7. Modulübersicht mit Modulverantwortlichen

Hier finden Sie noch einmal den Überblick über alle Module analog der aktuellen SPO IKM/ HSAN-20242.

Ergänzend haben wir Ihnen hier alle Modulverantwortlichen mit aufgelistet. Wenn Sie konkrete Fragen zu den Modulen haben, wenden Sie sich an unsere Studiengangassistenten, die beiden helfen Ihnen gerne weiter und stellen ggf. den Kontakt zu den Modulverantwortlichen her. Die Modulverantwortlichen können Sie in Sachen Anrechenbarkeit direkt kontaktieren.

Modul-Nr.	Modul	Modulverantwortlich
01	Tandem: Hands-On Interculturality	Prof. Dr. Ritam Garg/ Prof. Dr. Carolin Durst/ Prof. Dr. Alexander Piazza Prof. Dr. Ritam Garg
02	Landeskunde	Sabine McIntosh Prof. Dr. Ritam Garg
03	European Business	Veronika Stier, M.Sc. Prof. Dr. Ritam Garg
04	Interkulturelle Kommunikation	Prof. Dr. Ritam Garg
05	Interkulturelle Kompetenz I	Prof. Dr. Ritam Garg
06	Interkulturelle Kompetenz II	Prof. Dr. Ritam Garg
07	Internationale Organisation und Prozessmanagement	Maximilian May, MBA M.Sc. PMM Prof. Dr. Ritam Garg
08	Interkulturelles Projektmanagement	Christian Schönfelder Prof. Dr. Ritam Garg
09	Management in Emerging Markets	Prof. Dr. Ritam Garg
10	Business English I	Sabine McIntosh
11	Business English II	Sabine McIntosh
12	Oral Communication for Business	Sabine McIntosh Prof. Dr. Ritam Garg
13	Weitere Fremdsprache I: Spanisch	Ivana Schultheis Dr. Christian Alexander Gebhard
	Weitere Fremdsprache I: Französisch	Sabine Emrich / Lara Pincolini Sabine McIntosh
	Weitere Fremdsprache I: Italienisch	Ariana Giliberto Sabine McIntosh
	Weitere Fremdsprache I: Chinesisch	Dr. Christian Alexander Gebhard
14	Weitere Fremdsprache II: Spanisch	Ivana Schultheis Dr. Christian Alexander Gebhard
	Weitere Fremdsprache II: Französisch	Sabine Emrich / Lara Pincolini Sabine McIntosh
	Weitere Fremdsprache II: Italienisch	Ariana Giliberto Sabine McIntosh
	Weitere Fremdsprache II: Chinesisch	Dr. Christian Alexander Gebhard

Modul-Nr.	Modul	Modulverantwortlich
15	Weitere Fremdsprache: Berufliche Kommunikation Spanisch	Ivana Schultheis Dr. Christian Alexander Gebhard
	Weitere Fremdsprache: Berufliche Kommunikation Französisch	Lara Pincolini Sabine McIntosh
	Weitere Fremdsprache: Berufliche Kommunikation Italienisch	Tbd. Sabine McIntosh
	Weitere Fremdsprache: Berufliche Kommunikation Chinesisch	extern
16	Wissenschaftliches Arbeiten	Veronika Stier, M.Sc. Prof. Dr. Ritam Garg
17	Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre	Prof. Dr. Markus Skripek
18	Wirtschaftsmathematik	Prof. Dr. Antje Wendler (TH Aschaffenburg)
19	Investition und Finanzierung	Sven Kupfer Prof. Dr. Ritam Garg
20	Internationales Personalmanagement	Prof. Dr. Ritam Garg
21	Bürgerliches Recht	Prof. Dr. Christiane Seidel (TH Aschaffenburg)
22	Grundlagen der Volkswirtschaftslehre	Myrto Pavlidis (TH Aschaffenburg)
23	Unternehmensplanspiel	Prof. Dr. Markus Skripek
24	Medien und Kommunikation	Michael Fried Prof. Dr. Carolin Durst
25	Marktforschung & Datenanalyse	Prof. Dr. Alexander Piazza
26	Digitales Marketing	Prof. Dr. Carolin Durst
27	Innovationsmanagement und Digitalisierung	Maximilian May, MBA M.Sc. PMM Prof. Dr. Carolin Durst
28.1	Gastronomie und Tourismus I: Hospitality Management	Anton Leiner/ vhb Prof. Dr. Ritam Garg
28.2	Gastronomie und Tourismus II: Eventmanagement	Tbd. Prof. Dr. Carolin Durst
28.3	Gastronomie und Tourismus III: Digital Tourism	Robert Goecke Prof. Dr. Carolin Durst
29.1	Handel und Dienstleistung I: International Business and Strategy	Prof. Dr. Michelle Woodhouse (Gastdozentin Flagler College, USA) Prof. Dr. Ritam Garg
29.2	Handel und Dienstleistung II: Digitale Arbeitswelten	Dipl.-Ing. Bernd Meidel Prof. Dr. Ritam Garg
29.3	Handel und Dienstleistung III: Frugal Sustainability	Prof. Dr. Ritam Garg
30	Wahlpflichtmodul: Digitale Arbeitswelten	Dipl.-Ing. Bernd Meidel Prof. Dr. Ritam Garg
30	Wahlpflichtmodul: Digital Tourism	Robert Goecke Prof. Dr. Carolin Durst



Modul-Nr.	Modul	Modulverantwortlich
30	Wahlpflichtmodul: International Business and Strategy	Prof. Dr. Michelle Woodhouse (Gastdozentin Flagler College, USA)
30	Wahlpflichtmodul: Eventmanagement	Michael Vogel Prof. Dr. Carolin Durst
30	Wahlpflichtmodul: Hackathon	Hendrik Dietrich/ Ramona Grimm Prof. Dr. Michael Walter
30	Wahlpflichtmodul: Hospitality Management	Anton Leiner/ vhb Prof. Dr. Ritam Garg
30	Wahlpflichtmodul: Management in East Asia	Prof. Dr. Ritam Garg
30	Wahlpflichtmodul: Medienpsychologie I	Prof. Dr. Patrick M. Gröner
30	Wahlpflichtmodul: Sozialpsychologie	Prof. Dr. Patrick M. Gröner
30	Wahlpflichtmodul: How to StartUp meets 5-Euro-Business	Hendrik Dietrich, Michael Fried
30	Wahlpflichtmodul: Frugal Sustainability	Prof. Dr. Ritam Garg
30	Wahlpflichtmodul: International Sales Management	Christian Schönfelder Prof. Dr. Ritam Garg
30	Wahlpflichtmodul: Unternehmensgründung	Prof. Dr. Markus Skripek / Prof. Dr. Barbara Hedderich
30	Wahlpflichtmodul: Werbepsychologie	Prof. Dr. Patrick M. Gröner
30	Wahlpflichtmodul: Supply Chain Management	Dr. Sebastian Huber, Dr. Sven Schwarz Prof. Dr. Carolin Durst
30	Wahlpflichtmodul: »Let's talk about racism«: Rassismus in Migrationsgesellschaft, Arbeitswelt und Medien	Christoph Bitzl, M. A.
31	Betriebliche Praxis	Prof. Dr. Ritam Garg
32	Managementtechniken	Christian Wilkens Prof. Dr. Ritam Garg
33	Bachelorarbeit	Prof. Dr. Ritam Garg
34	Bachelorseminar	Veronika Stier, M.Sc.

Tabelle 2 – Modulübersicht mit Modulverantwortlichen



8. Modulbeschreibungen

Hier finden Sie nun komplett die Modulbeschreibungen aller Module des Studiengangs ikm nach der SPO IKM/HSAN 20242.

Die Module des Studiengangs sind in Modulgruppen untergliedert, die sich an schwerpunktmäßig ausprägenden Kompetenzen orientieren:

- Modulgruppe Interkulturelle Kompetenzen
- Modulgruppe Sprachen
- Modulgruppe Betriebswirtschaftliche Kompetenzen
- Modulgruppe Digitale Kompetenzen
- Modulgruppe Studienschwerpunkt
 - Gastronomie und Tourismus
 - Handel und Dienstleistungen
- Modulgruppe Wahlpflichtfach
- Modulgruppe Praktisches Studiensemester
- Modulgruppe Bachelorarbeit

Diese Kompetenzen vermitteln wir Ihnen während Ihres Studiums, um Sie für Ihre zukünftigen Aufgaben als Führungskraft in einem interkulturellen Umfeld fit zu machen.

8.1. Modulbeschreibungen: Modulgruppe Interkulturelle Kompetenzen

Die folgenden Modulbeschreibungen gehören alle in die Modulgruppe Interkulturelle Kompetenzen. Tabelle gibt Ihnen einen Überblick über die hier enthaltenen Module, die einen Kernbereich unseres Studiengangs Interkulturelles Management ausmachen. Die Module befähigen Sie zu einem professionellen Handeln in einem interkulturellen Kontext.

Modul-Nr.	Modul
01	Tandem: Hands-On Interculturality
02	Landeskunde
03	European Business
04	Interkulturelle Kommunikation
05	Interkulturelle Kompetenz I
06	Interkulturelle Kompetenz II
07	Internationale Organisation und Prozessmanagement
08	Interkulturelles Projektmanagement
09	Management in Emerging Markets

Tabelle 3 - Modulgruppe Interkulturelle Kompetenzen

Tandem: Hands-on Interculturality

Handlungskompetenz	Die Studierenden erwerben die Fähigkeit, theoretische Kenntnisse in interkulturellen Kontexten praktisch anzuwenden. Sie sind in der Lage, Herausforderungen in interkulturellen Situationen eigenständig zu erkennen und adäquate Lösungsstrategien zu entwickeln. Durch die Kombination von Fachwissen und praktischer Anwendungskompetenz können sie interkulturelle Projekte planen und umsetzen, wobei sie kulturelle Unterschiede produktiv nutzen.		
Spezielle Kompetenz	Die Studierenden entwickeln spezialisierte Kenntnisse und Fähigkeiten, die es ihnen ermöglichen, sich in spezifischen interkulturellen Kontexten sicher zu bewegen. Sie erlangen tiefgehendes Wissen über ausgewählte kulturelle Phänomene und erarbeiten Strategien, um diese in ihrer zukünftigen beruflichen Praxis erfolgreich zu integrieren. Dabei erweitern sie ihre interkulturelle Expertise kontinuierlich und tragen aktiv zur Gestaltung interkultureller Beziehungen bei.		
Inhalte	<p>Im Tandem-Modul werden den Studierenden ein umfassendes Verständnis der interkulturellen Dynamiken vermittelt.</p> <p>Das Modul besteht aus seminaristischem Unterricht, Selbststudium und Integrationsarbeit.</p> <p>Inhalt 1: Grundbegriffe der interkulturellen Komparatistik</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kulturtheorien (Hofstede, Hall, Trompenaars) • Kulturelle Identität und Hybridität • Vergleichende Kulturforschung • Interkulturelle Ethik • Historische Entwicklung der Komparatistik <p>Inhalt 2: Technologieakzeptanz in interkulturellen Situationen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Technologieakzeptanz in verschiedenen Kulturen • Kulturelle Aspekte bei der Mensch-Computer-Interaktion • Konversationsbasierte KI-Systeme und interkulturelle Kommunikation • Nuancierte Strategien durch KI-gestützte Marktforschung <p>Inhalt 3: Kommunikationsstrategien im interkulturellen Kontext</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kulturelle Sensibilität im digitalen Marketing • Globale Herausforderungen im digitalen Marketing • Strategien für globales digitales Marketing • Managementansätze für digitale Marketingkampagnen 		
Literatur	<p>Zu Inhalt 1: Hofstede, G. 2003. Culture's Consequences: Comparing Values, Behaviors, Institutions and Organizations Across Nations. Sage Publications, Inc. Hall, E.T. 1976. Beyond Culture. Knopf Doubleday Publishing Group; Anchor Books.</p> <p>Zu Inhalt 2: Sayago, S. (2023): Cultures in Human-Computer Interaction, Springer</p> <p>Zu Inhalt 3: Roemer, E. (2024). Internationales Marketing Management. Deutschland: Schäffer-Poeschel.</p>		
Zulassungsvoraussetzungen gem. SPO	- Keine -	Empfohlene Voraussetzungen	Offenheit und kommunikatives Geschick
Prüfungsart und Umfang gem. SPO	Präsentation (Präs., 15-20 Min.): 20 Min.		



Tandem: Hands-on Interculturality	
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Bestehen der Modulprüfung gem. SPO und Studienplan
Anmerkungen / Hinweise	Die Studienarbeit wird im Plenum präsentiert.



Landeskunde		
		<p>Die Studierenden lösen Probleme im Team vorausschauend.</p> <p>Die Studierenden erläutern komplexe Themen vor Fachleuten verständlich und korrekt, vertreten ihren Standpunkt argumentativ und entwickeln diesen gemeinsam weiter.</p> <p>Die Studierenden übernehmen Verantwortung für ein Team.</p>
	Handlungskompetenz	Die Studierenden gestalten Prozesse im Organisationsumfeld zielorientiert und effizient unter Berücksichtigung der Organisationsziele, Teamkonstellation sowie der eigenen Ziele.
	Spezielle Kompetenz	<p>Interkulturelle Kompetenzen:</p> <p>Die Studierenden bringen sich verantwortlich und kollegial in Expertenteams zu landeskundlichen Themen ein.</p> <p>Die Studierenden leiten verantwortlich und nachhaltig Teams im bikulturellen Kontext.</p>
	Inhalte	<p>Im Modul Landeskunde werden Grundlagen komplexer Regionalstudien unter der Berücksichtigung gesellschaftlicher und politischer Aspekte erläutert und Kenntnisse in diesen Bereichen vermittelt.</p> <p>Das Modul besteht aus seminaristischem Unterricht, Selbststudium und Präsentationen vor dem Plenum.</p> <p>Inhalt 1: Grundlagen der Landeskunde und Einschätzung von Quellen. Inhalt 2: Fachgerechte Auswahl relevanter Aspekte. Inhalt 3: Erarbeitung dieser Inhalte. Inhalt 4: Präsentation dieser Inhalte. Inhalt 5: Evaluation dieser Inhalte.</p>
	Literatur	Entsprechende Länderberichte der BpB; Enzyklopädien.
	Zulassungsvoraussetzungen gem. SPO	- Keine -
		Empfohlene Voraussetzungen
		Breites Allgemeinwissen
	Prüfungsart und Umfang gem. SPO	Portfolio-Prüfung
	Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Bestehen der Modulprüfung gem. SPO und Studienplan
	Anmerkungen / Hinweise	

8.1.3. Modul: European Business

European Business			
Modul-Nr.	03	SPO	SPO IKM/HSAN-20242
Verwendung des Moduls	Studiengang Interkulturelles Management (B.A.)	Pflichtfach	Modulgruppe (gem. SPO): Interkulturelle Kompetenzen
Moduldauer	1 Semester	Modulangebot	Sommer
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Ritam Garg		
Dozierende	Veronika Stier, M.Sc.		
Sprache	Deutsch		
Leistungspunkte	5	SWS	4
Arbeitsaufwand	Kontaktstunden:		30 h
	Selbststudium:		120 h
	Gesamtaufwand:		150 h
Lehrformen (gem. SPO):	<input checked="" type="checkbox"/> e-Learning (eL) <input checked="" type="checkbox"/> Exkursion (Ex)		
	<input checked="" type="checkbox"/> Vorlesung (V) <input type="checkbox"/> Praktikum		
	<input type="checkbox"/> Übung (Ü)		
Kurzbeschreibung	<p>Das Modul vermittelt ein grundlegendes Verständnis der wirtschaftlichen Integration Europas und der Funktionsweise der Europäischen Union als Wirtschafts- und Handlungsraum. Im Mittelpunkt stehen die institutionellen, rechtlichen und wirtschaftspolitischen Rahmenbedingungen der EU, der europäischen Binnenmarkt, Wettbewerb und Handel sowie die Wirtschafts- und Währungsunion. Anhand theoretischer Konzepte, aktueller Entwicklungen und praxisnaher Fallbeispiele analysieren die Studierenden zentrale Herausforderungen der europäischen Wirtschaft und reflektieren die Rolle der EU im globalen wirtschaftlichen Kontext. Eine Exkursion ergänzt die theoretischen Inhalte um anwendungsbezogene Einblicke.</p>		
Qualifikationsziele			
Fachkompetenz und Methodenkompetenz	Die Studierenden erwerben ein fundiertes Verständnis der europäischen Wirtschaftsordnung, der Institutionen der EU sowie zentraler wirtschaftspolitischer Steuerungsmechanismen. Sie sind in der Lage, wirtschaftliche Entwicklungen und Problemstellungen im europäischen Kontext analytisch zu erfassen, einzuordnen und kritisch zu bewerten.		
Persönlichkeitskompetenz und Sozialkompetenz	Die Studierenden entwickeln ein reflektiertes Verständnis für wirtschaftliche und politische Zusammenhänge in einem multinationalen Umfeld. Sie stärken ihre Fähigkeit zur sachlichen Argumentation, zur Diskussion komplexer Sachverhalte sowie zur Einordnung unterschiedlicher nationaler und europäischer Perspektiven.		
Handlungskompetenz	Die Studierenden sind befähigt, wirtschaftliche Fragestellungen im europäischen Kontext eigenständig zu analysieren und theoriegestützt zu beurteilen. Sie können erworbenes Wissen auf praxisnahe Fallbeispiele anwenden und wirtschaftspolitische Entscheidungen sowie deren Auswirkungen nachvollziehen.		
Spezielle Kompetenz	Europäische Wirtschaftskompetenz, Analysekompetenz, institutionelles Verständnis der EU, wirtschaftspolitische Urteilsfähigkeit.		



European Business		
Inhalte	<ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen und Entwicklung der europäischen Integration • Politische, rechtliche und institutionelle Strukturen der Europäischen Union • Entscheidungsprozesse, Organe und Finanzverfassung der EU • Europäischer Binnenmarkt und europäischer Wirtschaftsraum • Wettbewerb, Wettbewerbspolitik und staatliche Beihilfen • Handel und Handelspolitik der EU im Binnen- und Außenverhältnis • Wirtschafts- und Währungsunion (WWU): Entstehung, Geld- und Wirtschaftspolitik • Wirtschaftliche Krisen, Reformen und aktuelle Herausforderungen der EU • Die Europäische Union als globaler wirtschaftlicher Akteur • Praxisbezogene Fallbeispiele und Exkursion 	
Literatur	<p>Assakkali, Mohamed: Europäische Union und Internationaler Währungsfonds, Springer-Verlag, 08.07.2017.</p> <p>Becker, Peter / Barbara Lippert: Handbuch Europäische Union, Springer-Verlag, 06.04.2020.</p> <p>Bieling, Hans-Jürgen / Marika Lerch: Theorien der europäischen Integration, Springer-Verlag, 28.09.2012.</p> <p>Burkard, Karl-Josef: Europäische Integration, 01.01.2021.</p> <p>Conrad, Christian A.: Wirtschaftspolitik: Eine praxisorientierte Einführung, Springer-Verlag, 06.07.2017.</p> <p>Grimmel, Andreas: Die neue Europäische Union: zwischen Integration und Desintegration, 01.01.2020.</p> <p>Europäische Union. (o. D.). European Union. https://european-union.europa.eu/index_de</p> <p>Keil, Daniel / Jens Wissel: Staatsprojekt Europa: Eine staatstheoretische Perspektive auf die Europäische Union, Nomos Verlag, 28.11.2019.</p> <p>Koch, E. (2024). Internationale Wirtschaftsbeziehungen II. In Springer eBooks. https://doi.org/10.1007/978-3-658-43377-2</p> <p>Meyer, D. (2019). Europäische Union und Währungsunion in der Dauerkrise. In Springer eBooks. https://doi.org/10.1007/978-3-658-27177-0</p> <p>Meyer, D. (2022a). Europäische Union und Währungsunion in der Dauerkrise i. In Springer eBooks. https://doi.org/10.1007/978-3-658-35715-3</p> <p>Meyer, D. (2022b). Europäische Union und Währungsunion in der Dauerkrise II. In Springer eBooks. https://doi.org/10.1007/978-3-658-35713-9</p> <p>Mayer, Peter / Hans Adam: Europäische Integration: Einführung für Ökonomen, 01.01.2020.</p> <p>Wagener, Hans-Jürgen / Thomas Eger: Europäische Integration: Wirtschaft und Recht, Geschichte und Politik, 01.03.2014.</p>	
Zulassungsvoraussetzungen gem. SPO	- Keine -	Empfohlene Voraussetzungen



European Business	
Prüfungsart und Umfang gem. SPO	Portfolio-Prüfung
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Bestehen der Modulprüfung gem. SPO und Studienplan
Anmerkungen / Hinweise	Das Modul beinhaltet eine Exkursion.

8.1.4. Modul: Interkulturelle Kommunikation

Interkulturelle Kommunikation			
Modul-Nr.	04	SPO	SPO IKM/HSAN-20242
Verwendung des Moduls	Studiengang Interkulturelles Management (B.A.)	Pflichtfach	Modulgruppe (gem. SPO): Interkulturelle Kompetenzen
Moduldauer	1 Semester	Modulangebot	Sommer
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Ritam Garg		
Dozierende	Prof. Dr. Ritam Garg		
Sprache	Englisch		
Leistungspunkte	5	SWS	4
Arbeitsaufwand	Kontaktstunden:		30 h
	Selbststudium:		120 h
	Gesamtaufwand:		150 h
Lehrformen (gem. SPO):	<input checked="" type="checkbox"/> e-Learning (eL) <input type="checkbox"/> Exkursion (Ex) <input checked="" type="checkbox"/> Vorlesung (V) <input type="checkbox"/> Praktikum <input checked="" type="checkbox"/> Übung (Ü)		
Kurzbeschreibung	<p>Das Modul befasst sich mit den theoretischen Grundlagen zum Themenbereich Kultur und Interkulturelle Kommunikation. Neben der Einordnung des Begriffs ‚Kultur‘ im wissenschaftlichen Diskurs beschäftigen sich die Studierenden im Modul mit Konstruktionen des ‚Fremden‘ und der ‚eigenen‘ Identität und deren Auswirkung auf interkulturellen Kontakt. Aus einer machtanalytischen Perspektive wird darüber hinaus im Rückgriff auf postkoloniale Theorie auf die Fallstricke des Kulturbegriffs eingegangen.</p>		
Qualifikationsziele			
Fachkompetenz und Methodenkompetenz	<p>Die Studierenden erwerben interdisziplinäre Kenntnisse im Bereich der Kultur- und Interkulturalitätsforschung und lernen, sich kritisch mit kulturwissenschaftlichen Theorien auseinanderzusetzen.</p> <p>Die Studierenden erlangen grundlegende Kenntnisse über den Ablauf und das Potenzial interkultureller Kommunikation und mögliche Problemstellungen, die sich daraus ergeben.</p> <p>Die Studierenden bilden die Fähigkeit aus, geisteswissenschaftliche komplexe Texte gezielt anhand einer Fragestellung zu analysieren und die Ergebnisse in einer eigenen schriftlichen Ausführung darzulegen.</p> <p>Die Studierenden verknüpfen Wissen aus verschiedenen wissenschaftlichen Disziplinen und erwerben die Fähigkeit, Schnittstellen zu erkennen und für ihre eigene Argumentation zu nutzen.</p>		
Persönlichkeitskompetenz und Sozialkompetenz	<p>Die Studierenden reflektieren über ihre eigene soziohistorisch begründete kulturelle Identität und erreichen somit ein grundlegendes Verständnis darüber, wie sie in kommunikativen Situationen auftreten.</p> <p>Die Studierenden eignen sich Kenntnisse über die soziale Konstruktion der Gesellschaft an und können somit reflektiert ihnen zugetragene Informationen beurteilen und verarbeiten.</p>		

Interkulturelle Kommunikation			
		Die Studierenden lernen komplexe wissenschaftliche Informationen im Plenum zu präsentieren und Argumentationen in selbst moderierten Diskussionen abzuwägen und festzuhalten.	
	Handlungskompetenz	Die Studierenden begegnen Diversität im Organisationsumfeld mit adäquatem Wissen über Konstruktion, Herkunft und Wahrnehmung von kulturellen Differenzen und können somit selbstreflektierend in Kommunikationsprozesse eintreten.	
	Spezielle Kompetenz	Interkulturelle Kompetenzen: Die Studierenden begegnen Diversität im Organisationsumfeld mit adäquatem Wissen über Konstruktion, Herkunft und Wahrnehmung von kulturellen Differenzen und können somit selbstreflektierend in Kommunikationsprozesse eintreten.	
Inhalte	<p>Im Modul wird grundlegendes Fachwissen zur Genealogie der Begriffe Kultur & Interkulturelle Kommunikation vermittelt. Darüber hinaus erlangen die Studierenden Wissen zu geisteswissenschaftlichen Theorien der Konstruktion von ‚Eigenem‘ und ‚Fremden‘ sowie Identitätstheorien. Im Seminarverlauf erwerben die Studierenden Kenntnisse über die teils machtvollen Wirkungen kultureller Zuschreibungen und kultureller Differenzierung von statisch anmutenden Kollektiven.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Theorien zur gesellschaftlichen Konstruktion von Wirklichkeit • Genealogische Beschaffenheit des Kulturbegriffs • Identitäts-, Fremdheits- und Kollektivitätstheorien • Theorien Interkultureller Kommunikationsforschung • Alternativkonzepte von Interkulturalität • Kritische Analyse einer ‚deutschen‘ Kultur • Kritische Analyse & Rezeption machtvoller (rassistischer) Kulturdiskurse 		
Literatur	<p>Abels, H. (2017): Identität. Wiesbaden. Broszinsky-Schwabe (2017): Interkulturelle Kommunikation – Missverständnisse und Verständigungen. Wiesbaden. Lüsebrink, H.-J. (2016): Interkulturelle Kommunikation – Interaktion, Fremdwahrnehmung, Kulturtransfer. Stuttgart. Müller-Funk, W. (2016): Theorien des Fremden. Eine Einführung. Tübingen. Rauh, A. (2017): Fremdheit und Interkulturalität. Aspekte kultureller Pluralität. Bielefeld. Terkessidis, M. (2015): Interkultur. Frankfurt a. M. Welsch, W. (2017): Transkulturalität. Realität – Geschichte – Aufgabe. Wien. Yousefi, H. R./ Braun, I. (2011): Interkulturalität – Eine interdisziplinäre Einführung.</p> <p>Weitere Literatur wird im Kurs angegeben.</p>		
Zulassungsvoraussetzungen gem. SPO	- Keine -	Empfohlene Voraussetzungen	Kenntnisse im Bereich wissenschaftlicher Arbeitsweisen sind von Vorteil.
Prüfungsart und Umfang gem. SPO	schriftlicher Leistungsnachweis (schrLN, 60-120 Min.): Klausur, Dauer 60 Minuten		
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Bestehen der Modulprüfung gem. SPO und Studienplan		
Anmerkungen / Hinweise			

8.1.5. Modul: Interkulturelle Kompetenz I

Interkulturelle Kompetenz I			
Modul-Nr.	05	SPO	SPO IKM/HSAN-20242
Verwendung des Moduls	Studiengang Interkulturelles Management (B.A.)	Pflichtfach	Modulgruppe (gem. SPO): Interkulturelle Kompetenzen
Moduldauer	1 Semester	Modulangebot	Winter
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Ritam Garg		
Dozierende	Prof. Dr. Ritam Garg		
Sprache	Englisch		
Leistungspunkte	5	SWS	4
Arbeitsaufwand	Kontaktstunden:		25 h
	Selbststudium:		125 h
	Gesamtaufwand:		150 h
Lehrformen (gem. SPO):	<input checked="" type="checkbox"/> e-Learning (eL) <input type="checkbox"/> Exkursion (Ex) <input checked="" type="checkbox"/> Vorlesung (V) <input type="checkbox"/> Praktikum <input checked="" type="checkbox"/> Übung (Ü)		
Kurzbeschreibung	<p>Dieser Kurs zielt darauf ab, die Studierenden in die verschiedenen Konzepte der Kultur einzuführen, einschließlich der interkulturellen Kompetenz - die Fähigkeit, effektiv mit Menschen aus anderen Kulturen zu interagieren - die gemeinsamen Einstellungen, Werte, Ziele und Praktiken, die eine Gruppe charakterisieren, aus historischen, politischen und soziologischen Perspektiven. Dieser Kurs stützt sich auf die theoretischen Perspektiven von Kulturexperten wie Hofstede, Hall usw., die Theorien und Prinzipien entwickelt haben, um die Grundlagen der interkulturellen Barrieren zu interpretieren. Diese Konzepte bieten einen grundlegenden Leitfaden für den Umgang mit verschiedenen Situationen und zur Vermeidung möglicher Fehlwahrnehmungen, um bessere Ergebnisse in der interkulturellen Kommunikation zu erzielen.</p>		
Qualifikationsziele			
Fachkompetenz und Methodenkompetenz	Das Hauptziel dieses Kurses ist es, die zugrundeliegenden Theorien und Konzepte der Kultur zu studieren und zu verstehen, um nicht nur die bestehenden kulturellen Unterschiede zu begreifen, sondern auch die interkulturelle Kompetenz zu entwickeln, die notwendig ist, um eventuelle Missverständnisse zu beseitigen.		
Persönlichkeitskompetenz und Sozialkompetenz			
Handlungskompetenz			
Spezielle Kompetenz	<p>Interkulturelle Kompetenzen:</p> <p>Das Hauptziel dieses Kurses ist es, die zugrundeliegenden Theorien und Konzepte von Kultur zu studieren und zu verstehen, um nicht nur die bestehenden kulturellen Unterschiede zu erkennen, sondern auch die interkulturelle Kompetenz zu entwickeln, die erforderlich ist, um Missverständnisse zu verringern.</p>		
Inhalte	<ul style="list-style-type: none"> Definition von kultureller Kompetenz und Erkennen, warum es wichtig ist, interkulturell kompetent zu sein. 		



Interkulturelle Kompetenz I	
	<ul style="list-style-type: none"> • Demonstration der Kenntnis verschiedener kultureller Konzepte, einschließlich Hofstede, Hall und Schein. • Entwicklung interkultureller Sensibilität, um den Unterschied zwischen Ethnozentrismus und Ethnorelativismus zu verstehen. • Die Studierenden werden in der Lage sein, ihre eigene Kultur mit anderen Kulturen zu vergleichen und zu kontrastieren. • Entwicklung eines Verständnisses für kulturelle Unterschiede und wie diese zu Konflikten führen können und wie diese Konflikte gelöst werden können. • Einsatz von interkulturellen Trainings zur Entwicklung einer umfassenden interkulturellen Kompetenz.
Literatur	<p>Primärquelle: Der Dozent wird verschiedene Quellen durch Folien/Präsentationen im Unterricht, Artikel, Fallstudien und Simulationen bereitstellen, um die Studierenden aktiv einzubinden.</p> <p>Empfohlene Literatur: Garg, R. (n.d.). Overcoming Intercultural Challenges: Role of Intercultural Trainings for Early Career Researchers. Garg, R. (2017). Indigenous Chinese Management Philosophies: Key Concepts and Relevance for Modern Chinese Firms. In B. Christiansen, & G. Koc (Eds.), Transcontinental Strategies for Industrial Development and Economic Growth (pp. 43-57). Hershey, PA: IGI Global. (w/ S.C. Berning) Garg, R. (2016). Indigenous Indian Management Philosophies. Key Concepts and Relevance for Modern Indian Firms. In A. Malik, & V. Pereira (Eds.), Indian Culture and Work Organizations in Transition (pp. 59-75). London-New York. (w/ D. Holtbrügge).</p> <p>Zusätzliche Literatur: Es gibt kein bestimmtes Lehrbuch für diesen Kurs. Der Dozent wird die Lektüre per E-Mail und/oder in Form von Handouts zur Verfügung stellen. Es wird jedoch empfohlen, dass die Studierenden zusätzliche Bücher, Fachartikel, Zeitschriften und zugelassene Online-Quellen nutzen, um die gestellten Aufgaben zu erledigen.</p>
Zulassungsvoraussetzungen gem. SPO	- Keine -
Prüfungsart und Umfang gem. SPO	mündlicher Leistungsnachweis (mdLLN, 15-20 Min.)
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Bestehen der Modulprüfung gem. SPO und Studienplan
Anmerkungen / Hinweise	

Interkulturelle Kompetenz II			
	werden lernen, welche interkulturellen Kommunikations- und Verhandlungsthemen bei der Durchführung grenzüberschreitender Geschäfte wichtig sind. Darüber hinaus werden sie Konzepte wie interkulturelle Vielfalt am Arbeitsplatz, Bikulturalismus, Boundary Spanners und andere relevante Konzepte anhand der bestehenden Literatur zum Thema kennenlernen.		
Inhalte	<ul style="list-style-type: none"> • Interkulturelle Managementforschung • Kulturkonzepte • Interkulturelle Vielfalt • Interkulturelle Kommunikation und Verhandlungen • Management und Kultur • Indigene Managementforschung 		
Literatur	<p>Primärquelle: Der Dozent wird verschiedene Quellen durch Folien/Präsentationen im Unterricht, Artikel, Fallstudien und Simulationen bereitstellen, um die Studierenden aktiv einzubinden.</p> <p>Empfohlene Literatur: Garg, R. (n.d.). Managing Multicultural Teams. Ansbach Kaleidoskop. Garg, R. (2018). CEOs' Cultural and Demographic Attributes and Organizational Performance of Indian SMEs: An Upper Echelon Approach. International Journal of Entrepreneurial Venturing, 10(5), 483 – 512. (w/ C. Friedmann & D. Holtbrügge). Garg, R. (2018). The Influence of Intra-cultural Diversity on Self-efficacy Beliefs: Evidence from India. International Journal of Indian Culture and Business Management, 16(2), 131-155. (w/ F. Engelhard). Garg, R. (2017). Indigenous Chinese Management Philosophies: Key Concepts and Relevance for Modern Chinese Firms. In B. Christiansen, & G. Koc (Eds.), Transcontinental Strategies for Industrial Development and Economic Growth (pp. 43-57). Hershey, PA: IGI Global. (w/ S.C. Berning). Garg, R. (2016). Indigenous Indian Management Philosophies. Key Concepts and Relevance for Modern Indian Firms. In A. Malik, & V. Pereira (Eds.), Indian Culture and Work Organizations in Transition (pp. 59-75). London-New York. (w/ D. Holtbrügge).</p> <p>Zusätzliche Literatur: Es gibt kein bestimmtes Lehrbuch für diesen Kurs. Der Dozent wird die Lektüre per E-Mail und/oder in Form von Handouts zur Verfügung stellen. Es wird jedoch empfohlen, dass die Studierenden zusätzliche Bücher, Fachartikel, Zeitschriften und zugelassene Online-Quellen nutzen, um die gestellten Aufgaben zu erledigen.</p>		
Zulassungsvoraussetzungen gem. SPO	<table border="1"> <tr> <td>Modul ikm-05 Interkulturelle Kompetenz I</td> <td>Empfohlene Voraussetzungen</td> </tr> </table>	Modul ikm-05 Interkulturelle Kompetenz I	Empfohlene Voraussetzungen
Modul ikm-05 Interkulturelle Kompetenz I	Empfohlene Voraussetzungen		
Prüfungsart und Umfang gem. SPO	schriftlicher Leistungsnachweis (schrLN, 60-120 Min.): Klausur, Dauer 60 Minuten		
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Bestehen der Modulprüfung gem. SPO und Studienplan		
Anmerkungen / Hinweise			

Internationale Organisation und Prozessmanagement

<p>Persönlichkeitskompetenz und Sozialkompetenz</p>	<p>Die Studierenden verfügen über eine Sensibilität für organisationspezifische Besonderheiten und setzen diese im eigenen Einsatz in Organisationen ein. Sie kennen die Zielsetzungen von Organisationen und wissen um mögliche Zielkonflikte innerhalb von Organisationen, aber insbesondere auch mit persönlichen Zielen und verfügen über mögliche Bewältigungsstrategien.</p> <p>Die Studierenden bringen sich verantwortlich und kollegial in Teams ein, sie kennen den Hintergrund notwendiger Zusammenarbeit in Organisationen.</p>
<p>Handlungskompetenz</p>	<p>Die Studierenden gestalten betriebliche Fragen der Aufbau- und Ablauforganisation in Organisationen selbstständig und wenden grundsätzliche Fragen des ChangeManagements in Veränderungs- vorhaben an.</p>
<p>Spezielle Kompetenz</p>	<p>Interkulturelle Kompetenzen: Die Studierenden wenden die Besonderheit kultureller Diversität – sowohl auf ethnografisch-gesellschaftlicher Kulturebene, wie auch auf organisationskultureller Ebene – in Gestaltungsfragen der Organisation passend an.</p> <p>Betriebswirtschaftliche Kompetenzen: Die Studierenden gestalten Aufbau- und Ablauforganisation in einfachen, internationalen Kontexten eigenständig und verstehen diese Strukturen in komplexen Fragen internationaler Organisationen. Sie gestalten einfache ChangeManagement-Abläufe eigenständig und verstehen den Einsatz in komplexen, internationalen Veränderungs- vorhaben.</p> <p>Digitale Kompetenzen: Die Studierenden erstellen anspruchsvolle Management-Präsentationen, in denen komplexe Sachverhalte in relevanten Punkten ansprechend dargestellt werden.</p> <p>Sprachkompetenz</p>
<p>Inhalte</p>	<p>Das Modul gliedert sich in drei wesentliche Teile: Grundlagen der Organisationstheorien und Aufbauorganisation, Ablauforganisation und Prozessmanagement sowie ChangeManagement.</p> <p>Das Modul besteht aus seminaristischem Unterricht und e-learning-Sequenzen.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Organisationstheorien: Klassische Ansätze, Verhaltenstheoretische Ansätze, Entscheidungstheoretische Ansätze, System- theoretische Ansätze, Ökonomische Ansätze, Situativer Ansatz • Aufgabendifferenzierung und -integration • Gestaltung der Aufbauorganisation: Stellen und Gremien, Primärorganisation (funktional, divisional, Matrix, Holding) und Sekundärorganisation (Produktorganisation, Funktionsmanagement, Projektmanagement, SGE), Informale Strukturelemente und Organisationskultur • Gestaltung der Ablauforganisation: Prozessdefinition, Wertkettenmodell, Prozessorientierung, Prozessmodelle, Prozessmanagement nach dem P-D-C-A-Zyklus u.a. mit Prozesszielen und SPC, Prozessmodellierung (ARIS-Konzept, EPK, BPMN) • Gestaltung organisatorischen Wandels: Organisationsgestaltung und Organisationsentwicklung, Change-Modelle (3-Phasen Lewin, Kotter, Kraftfeldanalyse, Emotionskurve), Einstellungen gegenüber Wandel und Reaktionsmaßnahmen, Organisationales Lernen, Beratungsinterventionen, Lean-Ansätze, EFQM, Changemaßnahmen, Multiplikatorenmodell <p>Kontextkompetenz, d.h. Fähigkeit zur Einordnung und Verständnis allgemeiner betriebs- und wirtschaftswissenschaftlicher Themenstellungen, gehört ebenso ins Modul.</p>

Internationale Organisation und Prozessmanagement

<p>Literatur</p>	<p>Vahs, D. (2015): Organisation – Ein Lehr- und Managementbuch. 9. Auflage, Verlag Schäffer Poeschel, Stuttgart. (Pflichtlektüre)</p> <p>Schmelzer, H., Sesselmann, W. (2013): Geschäftsprozessmanagement in der Praxis. 8. Auflage. Hanser, München, 2013</p> <p>Allweyer, T. (2015): BPMN 2.0 Business Process Model and Notation – Einführung in den Standard für die Geschäftsprozessmodellierung. 3. Auflage, Verlag BOD Books on Demand (Pflichtlektüre)</p> <p>Kotter, J.P. (2011): Leading Change. Wie Sie Ihr Unternehmen in acht Schritten erfolgreich verändern. Vahlen, München</p> <p>Doppler, K., Lauterburg, K. (2008): ChangeManagement. Den Unternehmenswandel gestalten. 12. Auflage. Campus, Frankfurt</p> <p>Schreyögg, G. (2003): Organisation. Grundlagen moderner Organisationsgestaltung. Mit Fallstudien. 4. Auflage. Gabler, Wiesbaden (Pflichtlektüre)</p> <p>Zollondz, H.-D. (2013): Grundlagen Lean Management. Oldenbourg, Edition Management, München</p> <p>Holtbrügge, D., Welge, M. (2010): Internationales Management. 5. Auflage. Schäffer Poeschel, Stuttgart.</p> <p>König, E., Volmer, G. (2007): Handbuch Systemische Organisationsgestaltung. Beltz, Weinheim</p> <p>Glaut, H, Graf-Götz, F. (2007): Handbuch Organisationen gestalten. Beltz, Weinheim</p> <p>Doppler, K. et al. (2013): Unternehmenswandel gegen Widerstände. Campus, Frankfurt</p> <p>Glasl, F., Lievegod, B. (1996): Dynamische Unternehmensentwicklung. Grundlagen für nachhaltiges ChangeManagement. 3. Auflage. Haupt, Bern</p> <p>Schein, E. (2003): Organisationskultur. 3. Auflage. EHP Organisation, Köln</p> <p>Hofstede, G. Hofstede G., Minkov, M. (2010): Cultures and Organisations. Software of the mind. McGrawHill, NewYork</p> <p>Argyris, C., Schön, D. (2008): Die lernende Organisation. Grundlagen, Methode, Praxis. Schäffer-Poeschel, Stuttgart.</p> <p>Senge, P. (2008): Die fünfte Disziplin. Schäffer-Poeschel, Stuttgart.</p>		
<p>Zulassungsvoraussetzungen gem. SPO</p>	<p>- Keine -</p>	<p>Empfohlene Voraussetzungen</p>	<p>Empfehlenswert ist ein erstes Praktikum in einer Organisation oder eine erste berufliche Praxiserfahrung.</p>
<p>Prüfungsart und Umfang gem. SPO</p>	<p>Portfolio-Prüfung</p>		
<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten</p>	<p>Bestehen der Modulprüfung gem. SPO und Studienplan</p>		
<p>Anmerkungen / Hinweise</p>			

Interkulturelles Projektmanagement

<p>Spezielle Kompetenz</p>	<p>Interkulturelle Kompetenzen: Die Studierenden berücksichtigen die interkulturelle Diversität in organisations- und länderübergreifenden Projektteams und deren Hintergründe und finden lösungsorientierte Wege der Zusammen- arbeit in Projekten.</p> <p>Betriebswirtschaftliche Kompetenzen: Die Studierenden kennen den Stellenwert der Projektarbeit in der betrieblichen Praxis. Sie wenden Methoden der Projektplanung und -steuerung in Projekten an.</p> <p>Digitale Kompetenzen: Die Studierenden nutzen grundlegende Standard-Software zur Unterstützung der Projektplanung und Steuerung für nicht-komplexe Projekte.</p> <p>Kontextkompetenzen, Kontextkompetenzen, also die Einordnung des eigenen Fachgebiets im Kontext allgemeiner wirtschaftswissenschaftlicher Theorie und der Gesamtwirtschaft und wesentliche wirtschaftswissenschaftliche Kenntnisse, sind ebenfalls Teil des Moduls.</p> <p>Sprachkompetenz:</p>
<p>Inhalte</p>	<p>Das Modul Interkulturelles Projektmanagement vermittelt den Stellenwert der Projektarbeit in Organisationen und geht auf die unterschiedlichen Projektmanagement-Ansätze (klassisches, agiles, hybrides Projektmanagement) ein.</p> <p>Im Rahmen des seminaristischen Unterrichts sowie der dazwischengelegenen Recherche- und Praxisphasen beschäftigen sich die Studierenden mit den wesentlichen Inhalten:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Stellenwert der Projektarbeit in Organisationen • Projektmanagement-Ansätze: klassisches, agiles, hybrides Projektmanagement • Überblick über internationale Standards im Projektmanagement: IPMA, ISO, PMI, TSO/PRINCE2, Scrum • Projektmanagement-Elemente aus der Organisationsperspektive, methodischen Perspektive und sozial-persönlichen Perspektive entlang der ICB – damit Projektmanagement-Methoden über alle Projektlebensphasen • Einsatz von PM-Standard-Software: Planung und Steuerung mit MS-Project, Einbindung in betriebliche Umgebungen • Praxisprojekt: Beleuchtung eines betrieblichen Praxispro- jektes unter ausgewählten Projektmanagement-Aspekten vor dem Hintergrund interkultureller Zusammenarbeit
<p>Literatur</p>	<p>Deutsche Gesellschaft für Projektmanagement e.V. GPM (Hrsg.) (2019): Kompetenzbasiertes Projektmanagement (PM4). Handbuch für Praxis und Weiterbildung im Projektmanagement. 1. Auflage, GPM, Nürnberg</p> <p>GPM / Gessler, M. (Hrsg.) (2016): Kompetenzbasiertes Projektmanagement (PM3). Handbuch für die Projektarbeit, Qualifizierung und Zertifizierung. 8. Auflage, GPM, Nürnberg</p> <p>Motzel, E. und Möller, T. (2017): Projektmanagement Lexikon: Referenzwerk zu den aktuellen nationalen und internationalen Standards. 3. Auflage. Wiley, Hoboken</p> <p>Jenny, B. (2017): Projektmanagement. Das Wissen für eine erfolgreiche Karriere. 6. Auflage. v/d/f, Zürich.</p> <p>Jenny, B. (2014): Projektmanagement. Das Wissen für den Profi. 2. Auflage. v/d/f, Zürich.</p> <p>Timminger, H. (2017): Modernes Projektmanagement. Wiley, Hoboken</p> <p>Kerzner, H. (2017): Project Management: A Systems Approach to Planning, Scheduling and Controlling. 12th edition. Wiley, Hoboken</p>



Interkulturelles Projektmanagement		
	<p>Schwaber, K (2007): Agiles Projektmanagement mit Scrum. Heidelberg, Microsoft Press</p> <p>Schelle, H. und Linssen, O. (2018): Projekte zum Erfolg führen. Projektmanagement systematisch und kompakt. 8. Auflage. Beck, München</p> <p>Hoffmann, H.-E., Fitzsimons, C., Schoper, Y. (2004): Internationales Projektmanagement. Interkulturelle Zusammenarbeit in der Praxis. München, dtv.</p> <p>Gubelmann, J. und C.-J. Sommer (2021): Projektmanagement-Zertifizierung nach IPMA (ICB4)-Ebenen D und C. Grundlagen und Kompetenzen, Methoden und Techniken mit zahlreichen Beispielen. Compendio (Pflichtlektüre)</p> <p>Rook, S. und H. Wolf (2018) Scrum verstehen und erfolgreich einsetzen. D.punkt verlag. (Pflichtlektüre)</p>	
Zulassungsvoraussetzungen gem. SPO	- Keine -	Empfohlene Voraussetzungen
Prüfungsart und Umfang gem. SPO	Projektarbeit mit Präsentation: Dauer 15-20 Minuten (Unterlagen in Form einer schriftlichen Ausarbeitung, die wissenschaftlichen Ansprüchen genügt, basierend auf einer zu bearbeitenden Projektfallstudie. Bestandteil der Präsentation ist die Beantwortung von Rückfragen (Fragen zur Arbeit sowie allgemeine Fragen zum Fachgebiet)	
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Bestehen der Modulprüfung gem. SPO und Studienplan	
Anmerkungen / Hinweise	<p>Wir organisieren ggf. ergänzend freiwillige, externe Zertifizierungen, die kostenpflichtig bei Fachgesellschaften abgelegt werden können:</p> <ul style="list-style-type: none"> • GPM Basiszertifikat / IPMA Level D • Scrum Master (Scrum.org) <p>Diese Zertifizierungen sind bei Arbeitgebern gut bekannt und können mit der Vorbereitung durch die Lehrveranstaltungen gut absolviert werden</p>	

8.1.9. Modul: Management in Emerging Markets

Management in Emerging Markets			
Modul-Nr.	09	SPO	SPO IKM/HSAN-20242
Verwendung des Moduls	Studiengang Interkulturelles Management (B.A.)	Pflichtfach	Modulgruppe (gem. SPO): Interkulturelle Kompetenzen
Moduldauer	1 Semester	Modulangebot	Winter
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Ritam Garg		
Dozierende	Prof. Dr. Ritam Garg		
Sprache	Englisch		
Leistungspunkte	5	SWS	4
Arbeitsaufwand	Kontaktstunden:		30 h
	Selbststudium:		120 h
	Gesamtaufwand:		150 h
Lehrformen (gem. SPO):	<input checked="" type="checkbox"/> e-Learning (eL) <input type="checkbox"/> Exkursion (Ex)		
	<input checked="" type="checkbox"/> Vorlesung (V) <input type="checkbox"/> Praktikum		
	<input checked="" type="checkbox"/> Übung (Ü)		
Kurzbeschreibung	Dieser Kurs richtet sich an Studierende, die mehr über Schwellenmärkte wie China, Indien, Afrika usw. erfahren möchten und Managementkonzepte im Kontext dieser Märkte behandelt. Dieses Modul hilft den Studierenden, ihr Wissen über diese Märkte zu entwickeln und zu erweitern, indem es Strategien, Geschäftsmodelle, Wachstumspotenziale, kulturelle Merkmale und wirtschaftliche Trends hervorhebt, die im Kontext von Schwellenmärkten wichtig zu verstehen sind.		
Qualifikationsziele			
Fachkompetenz und Methodenkompetenz	Das Hauptziel dieses Kurses ist es, die Studierenden zu befähigen, die Bedeutung der Schwellenländer und die Rolle, die sie in der Weltwirtschaft spielen, zu verstehen. Darüber hinaus wird der Kurs die Studierenden dazu bringen, die geschäftlichen Aspekte, z. B. „Bottom of the Pyramid“ usw., und die Managementpraktiken, z. B. im Bereich des Expatriate-Managements, zu lernen, die sich von denen der entwickelten Volkswirtschaften unterscheiden können.		
Persönlichkeitskompetenz und Sozialkompetenz			
Handlungskompetenz			
Spezielle Kompetenz	Interkulturelle und Betriebswirtschaftliche Kompetenzen: Das Hauptziel dieses Kurses ist es, den Studierenden das Verständnis für die Bedeutung von Schwellenländern und deren Rolle in der globalen Wirtschaft zu vermitteln. Darüber hinaus wird dieser Kurs den Studierenden ermöglichen, geschäftliche Aspekte wie zum Beispiel das Konzept der „Bottom of the Pyramid“ und Managementpraktiken, etwa im Bereich des Expatriate-Managements, zu untersuchen, die sich von denen in entwickelten Volkswirtschaften unterscheiden könnten.		
Inhalte	<ul style="list-style-type: none"> • Unterschied zwischen entwickelten und Schwellenländern • Bedeutung der Schwellenländer in der globalen Wirtschaft • CSR und Nachhaltigkeitspraktiken 		



Management in Emerging Markets			
	<ul style="list-style-type: none"> • OFDI und IFDI • Theorien der Internationalisierung • Rolle der BRIC- und N11-Volkswirtschaften 		
Literatur	<p>Empfohlene Literatur:</p> <p>Garg, R. (2018). The Organization of Knowledge Transfer in the Context of Chinese Cross-border Acquisitions in Developed Economies. <i>Asian Business & Management</i>, 17 (4), 286-311. (w/ T. Haasis & I. Liefner)</p> <p>Garg, R. (2018). Whoever Said Corporations do not Care? Evidence of CSR from India. <i>International journal of Indian culture and business management</i>, 16(2), 206-222. (w/ J. Ambrosius)</p> <p>Garg, R. (2017). Market Entry Strategies and Performance of Indian firms in Germany. <i>International Journal of Export Marketing</i>, 1(4), 357 – 376.</p> <p>Garg, R. (2016). India's Family Businesses and the German Mittelstand – Similarities and Differences. <i>Chanakya International Journal of Business Research</i>, 2(2), 9-20. (w/ C Schweizer)</p> <p>Garg, R. (2015). Outward Foreign Direct Investment of Emerging Markets Firms. In D.A. Dyker (Ed.), <i>Foreign investment in Eurasia and the Pacific rim</i> (pp. 235-258). London. (w/ S.C. Berning & D. Holtbrügge)</p> <p>Garg, R. (2014). An Exposition of Indian Overseas Investments in Germany: Trends, Motivations and Challenges. In: T.S. Chan, & G. Cui (Eds.), <i>The Rise of Asian Firms</i> (pp. 205-219). The AIB Southeast Asia Series. Palgrave Macmillan, London.</p> <p>Zusätzlich wird der Dozent das relevante Material durch Diskussionen in der Vorlesung, Fallstudien, Fachartikel und Forschungsarbeiten vermitteln.</p>		
Zulassungsvoraussetzungen gem. SPO	<table border="1"> <tr> <td>Modul ikm-06 Interkulturelle Kompetenz II</td> <td>Empfohlene Voraussetzungen</td> </tr> </table>	Modul ikm-06 Interkulturelle Kompetenz II	Empfohlene Voraussetzungen
Modul ikm-06 Interkulturelle Kompetenz II	Empfohlene Voraussetzungen		
Prüfungsart und Umfang gem. SPO	Projektarbeit (PA, 10-20 Seiten): 20 - 30 S. Präs. 15 Min		
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Bestehen der Modulprüfung gem. SPO und Studienplan		
Anmerkungen / Hinweise			

8.2. Modulbeschreibungen: Modulgruppe Sprachen

Die folgenden Modulbeschreibungen gehören alle in die Modulgruppe Sprachen. Tabelle 2 gibt Ihnen einen Überblick über die hier enthaltenen Module, die einen weiteren Kernbereich unseres Studiengangs Interkulturelles Management ausmachen. Die erworbenen Sprachfertigkeiten befähigen Sie, sich im interkulturellen Umfeld zu verständigen.

Modul-Nr.	Modul
10	Business English I
11	Business English II
12	Oral Communication for Business
13	Weitere Fremdsprache I: Spanisch
	Weitere Fremdsprache I: Französisch
	Weitere Fremdsprache I: Italienisch
	Weitere Fremdsprache I: Chinesisch
14	Weitere Fremdsprache II: Spanisch
	Weitere Fremdsprache II: Französisch
	Weitere Fremdsprache II: Italienisch
	Weitere Fremdsprache II: Chinesisch
15	Weitere Fremdsprache: Berufliche Kommunikation - Spanisch
	Weitere Fremdsprache: Berufliche Kommunikation – Französisch
	Weitere Fremdsprache: Berufliche Kommunikation – Italienisch

Tabelle 2 - Modulgruppe Sprachen

So wie die Module 10-12 aufeinander aufbauen, baut auch die weitere Fremdsprache aufeinander auf. Sie können hier zwischen folgenden Sprachen wählen:

- Spanisch
- Französisch
- Italienisch
- Chinesisch

Aus dem Sprachenzentrum der Hochschule Ansbach haben wir echte Expert*innen, die bei uns am Campus die Sprachmodule unterrichten.

8.2.1. Modul: Business English I

Business English I			
Modul-Nr.	10	SPO	SPO IKM/HSAN-20242
Verwendung des Moduls	Studiengang Interkulturelles Management (B.A.)	Pflichtfach	Modulgruppe (gem. SPO): Sprachen
Moduldauer	1 Semester	Modulangebot	Winter
Modulverantwortlich	Sabine McIntosh		
Dozierende	Sabine McIntosh		
Sprache	Deutsch		
Leistungspunkte	5	SWS	4
Arbeitsaufwand	Kontaktstunden: mind. 30 h Selbststudium: ca. 120 h Gesamtaufwand: ca. 150 h		
Lehrformen (gem. SPO):	<input checked="" type="checkbox"/> e-Learning (eL) <input checked="" type="checkbox"/> Exkursion (Ex) <input checked="" type="checkbox"/> Vorlesung (V) <input type="checkbox"/> Praktikum <input checked="" type="checkbox"/> Übung (Ü)		
Kurzbeschreibung	Das Modul vermittelt Sprachfertigkeiten auf dem Niveau B2-C1 für den beruflichen Alltag, wobei der Schwerpunkt auf den sozialen Kompetenzen, vor allem der kommunikativen Interaktionsfähigkeit, liegt.		
Qualifikationsziele			
Fachkompetenz und Methodenkompetenz	<p>Die Studierenden verfügen über ein breites grammatikalisches und lexikalisches Repertoire als Grundlage sprachlichen Handelns sowie über eine fortgeschrittene Sicherheit im Gebrauch der Sprachmittel im Hinblick auf die 4 Grundfertigkeiten (Lesen, Sprechen, Hören, Schreiben). Sie nutzen ihre kommunikativen Kompetenzen in fach- und berufsbezogenen Situationen, insbesondere für die soziale Interaktion.</p> <p>Die Studierenden kennen wesentliche Hilfsmittel und Techniken für selbstgesteuertes Sprachenlernen und sind in der Lage, diese für ihren Lernprozess anzuwenden, insbesondere die Nutzung der Onlinematerialien (Student Resource Center) und der interaktiven Übungen (Online Workbook) Die Studierenden wenden die gelernten Strategien an und setzen sie zur Bewältigung von Schwierigkeiten in beruflichen Situationen sprachlich um.</p>		
Persönlichkeitskompetenz und Sozialkompetenz	<p>Die Studierenden reflektieren Ziele für ihre Fremdsprachenausbildung und gestalten ihren Lernprozess eigenständig und nachhaltig, indem sie sich Themenbereiche selbstständig erarbeiten oder Gruppenarbeit nutzen, die sie entsprechend organisieren.</p> <p>Die Studierenden bringen sich verantwortlich und kollegial in Teams mit Kommilitonen ein, die verschiedenen Altersgruppen angehören und verschiedene Herkunftssprachen und Bildungshintergründe haben. Sie erläutern Themen verständlich und korrekt, vertreten ihren Standpunkt argumentativ und zeigen sich bei Problemen kompromissbereit.</p>		

Business English I			
	Handlungskompetenz	Die Studierenden kommunizieren ohne größere Einschränkung fließend und wirksam. Sie agieren und reagieren dabei je nach Situation und Adressatenkreis flexibel und angemessen.	
	Spezielle Kompetenz	<p>Interkulturelle Kompetenz: Die Studierenden identifizieren kulturelle Unterschiede in der Kommunikation miteinander und mit potentiellen geschäftlichen Kontakten, die einen anderen kulturellen Hintergrund haben, und entwickeln Strategien, um Konflikte zu vermeiden.</p> <p>Sprachkompetenzen: Die Studierenden verfügen über kommunikative Fähigkeiten, um berufliche Kontakte von Angesicht zu Angesicht, per Telefon oder E-Mail zu knüpfen, sich sowohl über allgemeine, als auch berufliche Themen auszutauschen und die Kommunikation aufrechtzuerhalten.</p> <p>Digitale Kompetenzen: Die Studierenden verwenden sowohl die digitalen Komponenten des Lehrwerks als auch elektronische Hilfsmittel für die Kommunikation in der Zielsprache kompetent.</p>	
	Inhalte	<p>Im Modul werden bereits vorhandene grundlegende Grammatikstrukturen (Zeiten, Passiv, Bedingungssätze, Indirekte Rede) vertieft und gefestigt. Es vermittelt spezifischen Wortschatz, der es erlaubt</p> <ul style="list-style-type: none"> • in grundlegenden Situationen des beruflichen Alltags (Small Talk, Geschäftsbesuche und –reisen, Netzwerke bilden) flüssig und angemessen zu kommunizieren, • ohne Mühe die eigene Meinung klar und angemessen darzulegen (z.B. im Meeting), • komplexere Themenstellungen nicht nur zu erfassen, sondern auch zusammenfassend wiederzugeben (z.B. am Telefon) <p>Es führt in landeskundliche Aspekte des englischen Sprachraumes unter besonderer Berücksichtigung interkultureller Faktoren und Verhaltenskodices ein. Das Modul besteht aus seminaristischem Unterricht und Seminar mit regelmäßigen E-Learning-Sequenzen und Übungen.</p>	
	Literatur	<p>Pflichtlektüre: Hueber / Macmillan: InCompany 3.0 upper-intermediate, Student's Book with Webcode, ISBN 978-3-19-462981-3 Ergänzende Materialien, Liste mit Begleitlektüre in Moodle bzw. im Kursverlauf</p>	
	Zulassungsvoraussetzungen gem. SPO	- Keine -	<p>Empfohlene Voraussetzungen</p> <p>Nachweis über Sprachniveau B2 notwendig – i.d.R. über Hochschulzugangsberechtigung vorhanden</p>
	Prüfungsart und Umfang gem. SPO	schriftlicher Leistungsnachweis (schrLN, 60-120 Min.): Klausur, Dauer 90 Minuten	
	Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Bestehen der Modulprüfung gem. SPO und Studienplan	
	Anmerkungen / Hinweise	Die Studierenden arbeiten mit einem Lehrwerk, das Onlinezugang zu Audio- und Videodateien, Wortlisten, Lösungsschlüssel sowie einem Online-Arbeitsbuch mit interaktiven Übungen bietet. Die Studierenden erhalten über eine virtuelle	

Business English I

Klasse, die Lehrkräften eine individuelle Unterrichtsgestaltung und Lernfortschrittsüberwachung ermöglicht, wöchentlich **Hausaufgaben online** (von etwa 2 UE pro Woche. Zusätzlich fallen weitere Aufgaben zu Grammatik und Textverständnis, Hör- und Schreibübungen **im Buch** an (von etwa 2 UE pro Woche) und **zusätzliches selbstverantwortliches Üben** (individuell, nach Bedarf).

In den physischen **Präsenzphasen** werden Bereiche vertieft, Fragen geklärt und die Sprachfertigkeit durch Rollenspiele trainiert.

Das Einbringen sozialer Kompetenzen ist in diesem Kurs unverzichtbar, da regelmäßig Gruppen- und Partnerarbeiten durchgeführt werden.

Die Bereitschaft, die eigene Medienkompetenz zu üben und zu erweitern, wird erwartet.

Sprachkurse finden in Kleingruppen bis maximal 19 Studierenden statt, ab 20 angemeldeten Studierenden werden die Kurse geteilt. Das Modul wird jedes Semester ab einer Mindestteilnehmerzahl von fünf Studierenden angeboten.

8.2.2. Modul: Business English II

Business English II			
Modul-Nr.	11	SPO	SPO IKM/HSAN-20242
Verwendung des Moduls	Studiengang Interkulturelles Management (B.A.)	Pflichtfach	Modulgruppe (gem. SPO): Sprachen
Moduldauer	1 Semester	Modulangebot	Sommer
Modulverantwortlich	Sabine McIntosh		
Dozierende	Sabine McIntosh		
Sprache	Deutsch		
Leistungspunkte	5	SWS	4
Arbeitsaufwand	Kontaktstunden: mind. 30 h Selbststudium: ca. 120 h Gesamtaufwand: ca. 150 h		
Lehrformen (gem. SPO):	<input checked="" type="checkbox"/> e-Learning (eL) <input type="checkbox"/> Exkursion (Ex) <input checked="" type="checkbox"/> Vorlesung (V) <input type="checkbox"/> Praktikum <input checked="" type="checkbox"/> Übung (Ü)		
Kurzbeschreibung	Das Modul vermittelt Sprachfertigkeiten auf dem Niveau B2-C1 für den beruflichen Alltag, wobei der Schwerpunkt auf der formellen internen und externen Geschäftskommunikation liegt.		
Qualifikationsziele			
Fachkompetenz und Methodenkompetenz	<p>Die Studierenden beherrschen ausgewählte Bereiche der grundlegenden wirtschaftlichen Fachterminologie und wenden die Sprache fach- und berufsbezogen im internationalen Kontext schriftlich an.</p> <p>Die Studierenden kennen wesentliche Hilfsmittel und Techniken für selbstgesteuertes Sprachenlernen und sind in der Lage, diese für Ihren Lernprozess anzuwenden, insbesondere das eigenständige Erarbeiten eines Themas und die Organisation in (virtuellen) interkulturellen Teams, um effektiv und effizient zusammen zu arbeiten und professionelle Ergebnisse zu liefern.</p>		
Persönlichkeitskompetenz und Sozialkompetenz	<p>Die Studierenden reflektieren Ziele für ihre Fremdsprachenausbildung und gestalten ihren Lernprozess eigenständig und nachhaltig, indem sie sich Themenbereiche selbstständig erarbeiten oder Gruppenarbeit nutzen, die sie entsprechend organisieren.</p> <p>Die Studierenden besitzen die Fähigkeit zur Integration in internationalen Unternehmen durch den Erwerb vertiefter Sprachkenntnisse und Kenntnis interkultureller Aspekte.</p> <p>Die Studierenden bringen sich verantwortlich und kollegial in Teams mit Kommilitonen ein, die verschiedenen Altersgruppen angehören und verschiedene Herkunftssprachen und Bildungshintergründe haben.</p>		
Handlungskompetenz	Die Studierenden verfassen selbstständig formelle und informelle Texte zu verschiedenen Themenbereichen aus dem Wirtschafts- bzw. späteren Berufsleben.		
Spezielle Kompetenz	Interkulturelle Kompetenz:		

Business English II			
		<p>Die Studierenden haben vertiefte Kenntnis landeskundlicher und interkultureller Aspekte des englischen Sprachraums und ein Verständnis für grundlegende Verhaltensregeln im Geschäftskontext.</p> <p>Sprachkompetenzen: Die Studierenden wenden die übliche wirtschaftliche Fachterminologie korrekt an, um interne und externe Geschäftskorrespondenz zu verfassen.</p> <p>Digitale Kompetenzen: Die Studierenden verwenden sowohl die digitalen Komponenten des Lehrwerks als auch elektronische Hilfsmittel für die Kommunikation in der Zielsprache kompetent.</p>	
Inhalte	<p>Das Modul vertieft wesentliche Grammatikstrukturen weiter und festigt sie. Der Schwerpunkt liegt in diesem Modul auf dem beruflichen Schriftverkehr; neben den Standards, Regeln und Formen des beruflichen Schriftverkehrs wird die international übliche Terminologie (INCOTERMS) vermittelt.</p> <p>Es werden Texte zu verschiedenen Themenbereichen aus dem Wirtschafts- bzw. späteren Berufsleben der Studierenden behandelt, insbesondere Geschäftsbrief, Memo, Bericht, und Protokoll</p> <p>Es vertieft landeskundliche und interkulturelle Aspekte besonders des englischen Sprachraumes und schärft das Bewusstsein für deren Bedeutung für internationale Kontakte.</p> <p>Das Modul besteht aus seminaristischem Unterricht und Seminar mit regelmäßigen E-Learning-Sequenzen und Übungen.</p>		
Literatur	<p>Pflichtlektüre: Hueber / Macmillan: InCompany 3.0 upper-intermediate, Student's Book with Webcode, ISBN 978-3-19-462981-3 Ergänzende Materialien, Liste mit Begleitlektüre in Moodle bzw. im Kursverlauf</p>		
Zulassungsvoraussetzungen gem. SPO	Modul ikm-10 Business English I – oder entsprechende Kenntnisse	Empfohlene Voraussetzungen	Modul Business English I oder entsprechende Kenntnisse
Prüfungsart und Umfang gem. SPO	schriftlicher Leistungsnachweis (schrLN, 60-120 Min.): Klausur, Dauer 90 Minuten		
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Bestehen der Modulprüfung gem. SPO und Studienplan		
Anmerkungen / Hinweise	<p>Die Studierenden arbeiten mit einem Lehrwerk, das Onlinezugang zu Audio- und Videodateien, Wortlisten, Lösungsschlüssel sowie einem Online-Arbeitsbuch mit interaktiven Übungen bietet. Die Studierenden erhalten über eine virtuelle Klasse, die Lehrkräften eine individuelle Unterrichtsgestaltung und Lernfortschrittsüberwachung ermöglicht, wöchentlich Hausaufgaben online (von etwa 2 UE pro Woche. Zusätzlich fallen weitere Aufgaben zu Grammatik und Textverständnis, Hör- und Schreibübungen im Buch an (von etwa 2 UE pro Woche) und zusätzliches selbstverantwortliches Üben.</p> <p>In den physischen Präsenzphasen werden Bereiche vertieft, Fragen geklärt und die Sprachfertigkeit durch Rollenspiele trainiert.</p> <p>Das Einbringen sozialer Kompetenzen ist in diesem Kurs unverzichtbar, da regelmäßig Gruppen- und Partnerarbeiten durchgeführt werden.</p> <p>Die Bereitschaft, die eigene Medienkompetenz zu üben und zu erweitern, wird erwartet.</p>		



Business English II	
	Sprachkurse finden in Kleingruppen bis maximal 19 Studierenden statt, ab 20 angemeldeten Studierenden werden die Kurse geteilt. Das Modul wird jedes Semester ab einer Mindestteilnehmerzahl von fünf Studierenden angeboten.

Oral Communication for Business

	<p>Sprachkompetenzen: Die Studierenden wenden die speziell erworbenen erweiterten Sprachfertigkeiten, sowohl schriftlich als auch vor allem mündlich an. Sie achten dabei besonders auf interkulturelle Unterschiede in Bezug auf Diskurs und Ausdrucksweise.</p> <p>Digitale Kompetenzen: Die Studierenden verwenden elektronische Hilfsmittel für evtl. zur Kommunikation fehlenden Wortschatz sowie zur Vertiefung grammatikalischer Fragen. Die Studierenden nutzen von digitale Lehrkomponenten, die den Kursinhalt anschaulich komplettieren, und erhalten einen an der Realität orientierten Einblick in die Geschäftswelt.</p>		
Inhalte	Im Modul Oral Communication for Business werden vorhandene Englischkenntnisse, insbesondere im Hinblick auf die mündliche Ausdrucksweise, auf spezifisch geschäftsbezogene Kontexte übertragen.		
Literatur	Literaturempfehlungen werden jeweils zu Beginn des Kurses bereitgestellt.		
Zulassungsvoraussetzungen gem. SPO	- Keine -	Empfohlene Voraussetzungen	Englischkenntnisse auf Niveau C1
Prüfungsart und Umfang gem. SPO	mündlicher Leistungsnachweis (mdLLN, 15-20 Min.)		
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Bestehen der Modulprüfung gem. SPO und Studienplan		
Anmerkungen / Hinweise	<p>Eine 100% regelmäßige persönliche Teilnahme am Präsenzunterricht ist unbedingt empfehlenswert.</p> <p>Es wird erwartet, dass die Teilnehmer anhand von bereitgestelltem Material spezifisch notwendige sprachliche Kenntnisse (z.B. spezielle Ausdrucksformen) selbständig erarbeiten, die Leitung eines Meetings vorbereiten und schriftliche Arbeiten, wie z.B. eine Präsentation anfertigen.</p> <p>Das Einbringen sozialer Kompetenzen ist in dem Kurs unverzichtbar, da regelmäßig Gruppen- und Partnerarbeiten durchgeführt werden.</p> <p>Die Bereitschaft, die eigene Medienkompetenz zu üben und zu vertiefen, wird vorausgesetzt.</p> <p>Sprachkurse finden in Kleingruppen bis maximal 19 Studierenden statt, ab 20 angemeldeten Studierenden werden die Kurse geteilt. Das Modul wird jedes Semester ab einer Mindestteilnehmerzahl von fünf Studierenden angeboten.</p>		

Weitere Fremdsprache I - Spanisch

	<p>Die Studierenden verfügen über kommunikative Grundfertigkeiten, verstärkt im mündlichen Bereich, überwiegend für das private Umfeld. Neben allgemeinen Themen wird auf den Einsatz landeskundlicher und berufsbezogener Materialien geachtet.</p> <p>Digitale Kompetenzen: Die Studierenden verwenden digitale Lehrwerke kompetent.</p> <p>Die Studierenden verwenden elektronische Hilfsmittel für die Kommunikation in der Zielsprache.</p>		
Inhalte	<p>Im Modul werden Grundlagen der eigenständigen Sprachverwendung vermittelt und Kenntnisse der Zielkultur(en) ausgebaut.</p> <p>Das Modul besteht aus seminaristischem Unterricht, Praktikum und Seminar</p> <p>An grammatikalischen Erscheinungen werden mindestens durchgenommen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Indefinido (regelmäßig und unregelmäßig) • Imperfecto (regelmäßig und unregelmäßig) • Potencial (einführend) • Futuro (einführend) • Verwendung von direkten und indirekten Objekten (Vertiefung) • Imperativ (Vertiefung) • Personal-, Demonstrativ-, Possessiv- und Relativpronomen (Vertiefung) <p>Die inhaltliche Progression erfolgt in Anlehnung an das Lehrwerk (s. angegebene Kapitel).</p>		
Literatur	<p>Spanisch: Garcia, E.G.; Tort, N. X.: Universo.ele A2 – gebundene Auflage ISBN 978-3-19-024333-4 Hueber Verlag</p>		
Zulassungsvoraussetzungen gem. SPO	- Keine -	Empfohlene Voraussetzungen	Nachweis über Sprachniveau A1 notwendig
Prüfungsart und Umfang gem. SPO	Portfolio-Prüfung		
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Bestehen der Modulprüfung gem. SPO und Studienplan		
Anmerkungen / Hinweise	<p>Eine regelmäßige Teilnahme am persönlichen Präsenzunterricht (mind. 4 x 4 UE im Semester) sowie am live Online-Unterricht (i. d. R. jeweils 1 UE pro Woche per Adobe Connect), ebenso wie das Erledigen der Hausaufgabe online im digitalen Lehrwerk (im Umfang von etwa 2 UE pro Woche per Schooltas) und zusätzliches selbstverantwortliches Üben (per Moodle, nach freier Zeiteinteilung).</p> <p>Das Einbringen sozialer Kompetenzen ist in diesem Kurs unverzichtbar, da regelmäßig Gruppen- und Partnerarbeiten durchgeführt werden.</p> <p>Die Bereitschaft, die eigene Medienkompetenz zu üben und zu erweitern wird erwartet.</p> <p>Sprachkurse finden in Kleingruppen bis maximal 19 Studierenden statt, ab 20 angemeldeten Studierenden werden die Kurse geteilt. Das Modul wird jedes Semester ab einer Mindestteilnehmerzahl von fünf Studierenden angeboten.</p>		

8.2.5. Modul: Weitere Fremdsprache I - Französisch

Weitere Fremdsprache I - Französisch			
Modul-Nr.	13	SPO	SPO IKM/HSAN-20242
Verwendung des Moduls	Studiengang Interkulturelles Management (B.A.)	Pflichtfach	Modulgruppe (gem. SPO): Sprachen
Moduldauer	1 Semester	Modulangebot	Winter
Modulverantwortlich	Sabine McIntosh		
Dozierende	Sabine Emrich / Lara Pincolini		
Sprache	Französisch / Deutsch		
Leistungspunkte	5	SWS	4
Arbeitsaufwand	Kontaktstunden: mind. 30 h Selbststudium: ca. 120 h Gesamtaufwand: ca. 150 h		
Lehrformen (gem. SPO):	<input checked="" type="checkbox"/> e-Learning (eL) <input type="checkbox"/> Exkursion (Ex) <input checked="" type="checkbox"/> Vorlesung (V) <input type="checkbox"/> Praktikum <input checked="" type="checkbox"/> Übung (Ü)		
Kurzbeschreibung	Das Modul vermittelt Sprachfertigkeiten auf dem Niveau A2 (grundlegende, eingeschränkte Sprachverwendung).		
Qualifikationsziele			
Fachkompetenz und Methodenkompetenz	Die Studierenden können häufig gebrauchte Ausdrücke verstehen, die mit Bereichen von ganz unmittelbarer Bedeutung zusammenhängen und sich in einfachen, routinemäßigen Situationen verständigen, in denen es um einen einfachen und direkten Austausch von Informationen über vertraute und geläufige Dinge geht. Die Studierenden verfügen über Grundwissen über sprachliche Strukturen in den Bereichen Lexik, Morphologie, Syntax und Pragmatik. Die Studierenden verfügen über ein breites Spektrum an Methoden zur sprachlichen Bewältigung von Schwierigkeiten in Alltagssituationen auch unter Zuhilfenahme von Hilfsmitteln.		
Persönlichkeitskompetenz und Sozialkompetenz	Die Studierenden reflektieren Ziele für Ihre Fremdsprachenausbildung und gestalten Ihren Lernprozess eigenständig und nachhaltig. Die Studierenden bringen sich verantwortlich und kollegial in Rollenspielen ein. Die Studierenden leiten verantwortlich und nachhaltig Teams im intersprachlichen Kontext. Die Studierenden lösen zwischenmenschliche sprachliche Probleme bei der Verwendung der Fremdsprache vorausschauend. Die Studierenden übernehmen Verantwortung für ein Team.		
Handlungskompetenz	Die Studierenden wenden grundlegende kommunikative Mittel gezielt an, aktiv wie passiv, produktiv wie rezeptiv, schriftlich wie mündlich.		
Spezielle Kompetenz	Interkulturelle Kompetenz: Die Studierenden haben ein Verständnis für grundlegende Verhaltensregeln im sozialen Kontext und einen Einblick in landeskundliche Besonderheiten in den Gebieten, in denen die Zielsprache gesprochen wird. Sprachkompetenzen:		

Weitere Fremdsprache I - Französisch

	<p>Die Studierenden verfügen über kommunikative Grundfertigkeiten, verstärkt im mündlichen Bereich, überwiegend für das private Umfeld. Neben allgemeinen Themen wird auf den Einsatz landeskundlicher und berufsbezogener Materialien geachtet.</p> <p>Digitale Kompetenzen: Die Studierenden verwenden digitale Lehrwerke kompetent.</p> <p>Die Studierenden verwenden elektronische Hilfsmittel für die Kommunikation in der Zielsprache.</p>		
Inhalte	<p>Im Modul werden Grundlagen der eigenständigen Sprachverwendung vermittelt und Kenntnisse der Zielkultur(en) ausgebaut.</p> <p>Das Modul besteht aus seminaristischem Unterricht, Praktikum und Seminar</p> <p>An grammatikalischen Erscheinungen werden mindestens durchgenommen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Passé Composé (regelmäßige und unregelmäßige Formen) • Imparfait • Conditionnel présent • Futur Simple • Komperativ und Superlativ • Imperativ <p>Die inhaltliche Progression erfolgt in Anlehnung an das Lehrwerk (s. angegebene Kapitel).</p>		
Literatur	<p>Französisch: On y va ! A2 – Aktualisierte Ausgabe – Digitale Ausgabe Digitalisiertes Kurs- und Arbeitsbuch mit integrierten Audiodateien ISBN 978-3-19-713351-5</p>		
Zulassungsvoraussetzungen gem. SPO	- Keine -	Empfohlene Voraussetzungen	Nachweis über Sprachniveau A1 notwendig
Prüfungsart und Umfang gem. SPO	schriftlicher Leistungsnachweis (schrLN, 60-120 Min.): Klausur, Dauer 90 Minuten		
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Bestehen der Modulprüfung gem. SPO und Studienplan		
Anmerkungen / Hinweise	<p>Eine regelmäßige Teilnahme am persönlichen Präsenzunterricht (mind. 4 x 4 UE im Semester) sowie am live Online-Unterricht (i. d. R. jeweils 1 UE pro Woche per Adobe Connect), ebenso wie das Erledigen der Hausaufgabe online im digitalen Lehrwerk (im Umfang von etwa 2 UE pro Woche per Schooltas) und zusätzliches selbstverantwortliches Üben (per Moodle, nach freier Zeiteinteilung).</p> <p>Das Einbringen sozialer Kompetenzen ist in diesem Kurs unverzichtbar, da regelmäßig Gruppen- und Partnerarbeiten durchgeführt werden.</p> <p>Die Bereitschaft, die eigene Medienkompetenz zu üben und zu erweitern wird erwartet.</p> <p>Sprachkurse finden in Kleingruppen bis maximal 19 Studierenden statt, ab 20 angemeldeten Studierenden werden die Kurse geteilt. Das Modul wird jedes Semester ab einer Mindestteilnehmerzahl von fünf Studierenden angeboten.</p>		

8.2.6. Modul: Weitere Fremdsprache I - Italienisch

Weitere Fremdsprache I - Italienisch			
Modul-Nr.	13	SPO	SPO IKM/HSAN-20242
Verwendung des Moduls	Studiengang Interkulturelles Management (B.A.)	Pflichtfach	Modulgruppe (gem. SPO): Sprachen
Moduldauer	1 Semester	Modulangebot	Winter
Modulverantwortlich	Sabine McIntosh		
Dozierende	Ariana Giliberto		
Sprache	Italienisch / Deutsch		
Leistungspunkte	5	SWS	4
Arbeitsaufwand	Kontaktstunden: mind. 30 h Selbststudium: ca. 120 h Gesamtaufwand: ca. 150 h		
Lehrformen (gem. SPO):	<input checked="" type="checkbox"/> e-Learning (eL) <input type="checkbox"/> Exkursion (Ex) <input checked="" type="checkbox"/> Vorlesung (V) <input type="checkbox"/> Praktikum <input checked="" type="checkbox"/> Übung (Ü)		
Kurzbeschreibung	Das Modul vermittelt Sprachfertigkeiten auf dem Niveau A2 (grundlegende, eingeschränkte Sprachverwendung).		
Qualifikationsziele			
Fachkompetenz und Methodenkompetenz	Die Studierenden können häufig gebrauchte Ausdrücke verstehen, die mit Bereichen von ganz unmittelbarer Bedeutung zusammenhängen und sich in einfachen, routinemäßigen Situationen verständigen, in denen es um einen einfachen und direkten Austausch von Informationen über vertraute und geläufige Dinge geht. Die Studierenden verfügen über Grundwissen über sprachliche Strukturen in den Bereichen Lexik, Morphologie, Syntax und Pragmatik. Die Studierenden verfügen über ein breites Spektrum an Methoden zur sprachlichen Bewältigung von Schwierigkeiten in Alltagssituationen auch unter Zuhilfenahme von Hilfsmitteln.		
Persönlichkeitskompetenz und Sozialkompetenz	Die Studierenden reflektieren Ziele für Ihre Fremdsprachenausbildung und gestalten Ihren Lernprozess eigenständig und nachhaltig. Die Studierenden bringen sich verantwortlich und kollegial in Rollenspielen ein. Die Studierenden leiten verantwortlich und nachhaltig Teams im intersprachlichen Kontext. Die Studierenden lösen zwischenmenschliche sprachliche Probleme bei der Verwendung der Fremdsprache vorausschauend. Die Studierenden übernehmen Verantwortung für ein Team.		
Handlungskompetenz	Die Studierenden wenden grundlegende kommunikative Mittel gezielt an, aktiv wie passiv, produktiv wie rezeptiv, schriftlich wie mündlich.		
Spezielle Kompetenz	Interkulturelle Kompetenz: Die Studierenden haben ein Verständnis für grundlegende Verhaltensregeln im sozialen Kontext und einen Einblick in landeskundliche Besonderheiten in den Gebieten, in denen die Zielsprache gesprochen wird. Sprachkompetenzen:		

Weitere Fremdsprache I - Italienisch

	<p>Die Studierenden verfügen über kommunikative Grundfertigkeiten, verstärkt im mündlichen Bereich, überwiegend für das private Umfeld. Neben allgemeinen Themen wird auf den Einsatz landeskundlicher und berufsbezogener Materialien geachtet.</p> <p>Digitale Kompetenzen: Die Studierenden verwenden digitale Lehrwerke kompetent.</p> <p>Die Studierenden verwenden elektronische Hilfsmittel für die Kommunikation in der Zielsprache.</p>		
Inhalte	<p>Im Modul werden Grundlagen der eigenständigen Sprachverwendung vermittelt und Kenntnisse der Zielkultur(en) ausgebaut.</p> <p>Das Modul besteht aus seminaristischem Unterricht, Praktikum und Seminar</p> <p>An grammatikalischen Erscheinungen werden mindestens durchgenommen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Passato prossimo • Imperfetto • Condizionale Presente • Futuro Semplice • Imperativo (Einführung) • Personal-, Demonstrativ-, Possessiv- und Relativpronomen (Vertiefung) • Verwendung von direkten und indirekten Objekten (Vertiefung), <p>Die inhaltliche Progression erfolgt in Anlehnung an das Lehrwerk (s. angegebene Kapitel).</p>		
Literatur	<p>Italienisch: Universitalia 2.0 A1/A2 Digitalisiertes Kurs- und Arbeitsbuch mit integrierten Audiodateien ISBN 978-3-19-115463-9</p>		
Zulassungsvoraussetzungen gem. SPO	- Keine -	Empfohlene Voraussetzungen	Nachweis über Sprachniveau A1 notwendig
Prüfungsart und Umfang gem. SPO	schriftlicher Leistungsnachweis (schrLN, 60-120 Min.) Klausur, Dauer 90 Minuten		
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Bestehen der Modulprüfung gem. SPO und Studienplan		
Anmerkungen / Hinweise	<p>Eine regelmäßige Teilnahme am persönlichen Präsenzunterricht (mind. 4 x 4 UE im Semester) sowie am live Online-Unterricht (i. d. R. jeweils 1 UE pro Woche per Adobe Connect), ebenso wie das Erledigen</p> <p>der Hausaufgabe online im digitalen Lehrwerk (im Umfang von etwa 2 UE pro Woche per Schooltas) und zusätzliches selbstverantwortliches Üben (per Moodle, nach freier Zeiteinteilung).</p> <p>Das Einbringen sozialer Kompetenzen ist in diesem Kurs unverzichtbar, da regelmäßig Gruppen- und Partnerarbeiten durchgeführt werden.</p> <p>Die Bereitschaft, die eigene Medienkompetenz zu üben und zu erweitern wird erwartet.</p> <p>Sprachkurse finden in Kleingruppen bis maximal 19 Studierenden statt, ab 20 angemeldeten Studierenden werden die Kurse geteilt. Das Modul wird jedes Semester ab einer Mindestteilnehmerzahl von fünf Studierenden angeboten.</p>		

8.2.7. Modul: Weitere Fremdsprache I - Chinesisch

Weitere Fremdsprache I - Chinesisch			
Modul-Nr.	13	SPO	SPO IKM/HSAN-20242
Verwendung des Moduls	Studiengang Interkulturelles Management (B.A.)	Pflichtfach	Modulgruppe (gem. SPO): Sprachen
Moduldauer	1 Semester	Modulangebot	Winter
Modulverantwortlich	Dr. Christian Alexander Gebhard		
Dozierende	Dr. Christian Alexander Gebhard		
Sprache	Chinesisch / Deutsch		
Leistungspunkte	5	SWS	4
Arbeitsaufwand	Kontaktstunden: mind. 30 h Selbststudium: ca. 120 h Gesamtaufwand: ca. 150 h		
Lehrformen (gem. SPO):	<input checked="" type="checkbox"/> e-Learning (eL) <input type="checkbox"/> Exkursion (Ex) <input checked="" type="checkbox"/> Vorlesung (V) <input type="checkbox"/> Praktikum <input checked="" type="checkbox"/> Übung (Ü)		
Kurzbeschreibung	Das Modul vermittelt Sprachfertigkeiten auf dem Niveau A2 (grundlegende, eingeschränkte Sprachverwendung).		
Qualifikationsziele			
Fachkompetenz und Methodenkompetenz	Die Studierenden können häufig gebrauchte Ausdrücke verstehen, die mit Bereichen von ganz unmittelbarer Bedeutung zusammenhängen und sich in einfachen, routinemäßigen Situationen verständigen, in denen es um einen einfachen und direkten Austausch von Informationen über vertraute und geläufige Dinge geht. Die Studierenden verfügen über Grundwissen über sprachliche Strukturen in den Bereichen Lexik, Morphologie, Syntax und Pragmatik. Die Studierenden verfügen über ein breites Spektrum an Methoden zur sprachlichen Bewältigung von Schwierigkeiten in Alltagssituationen auch unter Zuhilfenahme von Hilfsmitteln.		
Persönlichkeitskompetenz und Sozialkompetenz	Die Studierenden reflektieren Ziele für Ihre Fremdsprachenausbildung und gestalten Ihren Lernprozess eigenständig und nachhaltig. Die Studierenden bringen sich verantwortlich und kollegial in Rollenspielen ein. Die Studierenden leiten verantwortlich und nachhaltig Teams im intersprachlichen Kontext. Die Studierenden lösen zwischenmenschliche sprachliche Probleme bei der Verwendung der Fremdsprache vorausschauend. Die Studierenden übernehmen Verantwortung für ein Team.		
Handlungskompetenz	Die Studierenden wenden grundlegende kommunikative Mittel gezielt an, aktiv wie passiv, produktiv wie rezeptiv, schriftlich wie mündlich.		
Spezielle Kompetenz	Interkulturelle Kompetenz: Die Studierenden haben ein Verständnis für grundlegende Verhaltensregeln im sozialen Kontext und einen Einblick in landeskundliche Besonderheiten in den Gebieten, in denen die Zielsprache gesprochen wird. Sprachkompetenzen:		

Weitere Fremdsprache I - Chinesisch

	<p>Die Studierenden verfügen über kommunikative Grundfertigkeiten, verstärkt im mündlichen Bereich, überwiegend für das private Umfeld. Neben allgemeinen Themen wird auf den Einsatz landeskundlicher und berufsbezogener Materialien geachtet.</p> <p>Digitale Kompetenzen: Die Studierenden verwenden digitale Lehrwerke kompetent.</p> <p>Die Studierenden verwenden elektronische Hilfsmittel für die Kommunikation in der Zielsprache.</p>		
Inhalte	<p>Im Modul werden Grundlagen der eigenständigen Sprachverwendung vermittelt und Kenntnisse der Zielkultur(en) ausgebaut.</p> <p>Das Modul besteht aus seminaristischem Unterricht, Praktikum und Seminar</p> <p>An grammatikalischen Erscheinungen werden mindestens durchgenommen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Wortklassenwechsel • Modalverben, Fragearten • Fragepronomen • Ergebniskomplemente • Zählseinheitswörter • Objektkonstruktionen <p>Weitere Kompetenzen werden in folgenden Bereichen aufgebaut:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Erkennen wichtiger Schriftzeichen des täglichen Lebens • Grundlegende kommunikative Verhaltensregeln im sozialen Kontext • Erfolgreicher Umgang mit Hilfsmitteln für das Studium der chinesischen Sprache und der mündlichen und schriftlichen Kommunikation auf Chinesisch (Wörterbuchbenutzung, Schriftzeichen auf elektronischen Endgeräten verwenden, etc.) • Fähigkeit, sich auf der Grundlage von mind. 500 Begriffen in unkomplizierten Situationen verständlich zu machen • Festigung des phonetischen Hörverständnisses • Erfassen einfacher Dialoge und Aufbau des inhaltlichen Hörverständnisses Mind. 50 Zeichen per Hand schreiben <p>Die inhaltliche Progression erfolgt in Anlehnung an das Lehrwerk (s. angegebene Kapitel).</p>		
Literatur	<p>Chinesisch:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Lóng neu A1-A2. Chinesisch für Anfänger. Kursbuch + 2 Audio-CDs ISBN 978-3-12-528960-4 • Lóng neu A1-A2. Übungsbuch ISBN 978-3-12-528961-1 • Lóng neu A1-A2 Extra. Übungen zur chinesischen Schrift ISBN 978-3-12-528854-6 <p>Jeweils Kapitel 7-11.</p>		
Zulassungsvoraussetzungen gem. SPO	- Keine -	Empfohlene Voraussetzungen	Nachweis über Sprachniveau A1 notwendig
Prüfungsart und Umfang gem. SPO	Projektarbeit (PA, 30 Seiten)		



Weitere Fremdsprache I - Chinesisch	
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Bestehen der Modulprüfung gem. SPO und Studienplan
Anmerkungen / Hinweise	<p>Eine regelmäßige Teilnahme am persönlichen Präsenzunterricht (mind. 4 x 4 UE im Semester) sowie am live Online-Unterricht (i. d. R. jeweils 1 UE pro Woche per Adobe Connect), ebenso wie das Erledigen der Hausaufgabe online im digitalen Lehrwerk (im Umfang von etwa 2 UE pro Woche per Schooltas) und zusätzliches selbstverantwortliches Üben (per Moodle, nach freier Zeiteinteilung).</p> <p>Das Einbringen sozialer Kompetenzen ist in diesem Kurs unverzichtbar, da regelmäßig Gruppen- und Partnerarbeiten durchgeführt werden.</p> <p>Die Bereitschaft, die eigene Medienkompetenz zu üben und zu erweitern wird erwartet.</p> <p>Sprachkurse finden in Kleingruppen bis maximal 19 Studierenden statt, ab 20 angemeldeten Studierenden werden die Kurse geteilt. Das Modul wird jedes Semester ab einer Mindestteilnehmerzahl von fünf Studierenden angeboten.</p>

8.2.8. Modul: Weitere Fremdsprache II - Spanisch

Weitere Fremdsprache II - Spanisch			
Modul-Nr.	14	SPO	SPO IKM/HSAN-20242
Verwendung des Moduls	Studiengang Interkulturelles Management (B.A.)	Pflichtfach	Modulgruppe (gem. SPO): Sprachen
Moduldauer	1 Semester	Modulangebot	Sommer
Modulverantwortlich	Dr. Christian Alexander Gebhard		
Dozierende	Ivana Schultheis		
Sprache	Spanisch / Deutsch		
Leistungspunkte	5	SWS	4
Arbeitsaufwand	Kontaktstunden: mind. 30 h Selbststudium: ca. 120 h Gesamtaufwand: ca. 150 h		
Lehrformen (gem. SPO):	<input checked="" type="checkbox"/> e-Learning (eL) <input type="checkbox"/> Exkursion (Ex) <input checked="" type="checkbox"/> Vorlesung (V) <input type="checkbox"/> Praktikum <input checked="" type="checkbox"/> Übung (Ü)		
Kurzbeschreibung	Das Modul vermittelt Sprachfertigkeiten auf dem Niveau B1 (fortgeschrittene, überwiegend selbstständige Sprachverwendung).		
Qualifikationsziele			
Fachkompetenz und Methodenkompetenz	Die Studierenden können die Hauptpunkte verstehen, wenn klare Standardsprache verwendet wird und wenn es um vertraute Dinge aus Arbeit, Schule, Freizeit usw. geht. Kann die meisten Situationen bewältigen, denen man auf Reisen im Sprachgebiet begegnet. Sie können sich einfach und zusammenhängend über vertraute Themen und persönliche Interessengebiete äußern. Sie können über Erfahrungen und Ereignisse berichten, Träume, Hoffnungen und Ziele beschreiben und zu Plänen und Ansichten kurze Begründungen oder Erklärungen geben. Die Studierenden sind vertraut mit den sprachlichen Strukturen in den Bereichen Lexik, Morphologie, Syntax und Pragmatik. Die Studierenden verfügen über ein breites Spektrum an Methoden zur sprachlichen Bewältigung von Schwierigkeiten in Alltagssituationen auch unter Zuhilfenahme von Hilfsmitteln.		
Persönlichkeitskompetenz und Sozialkompetenz	Die Studierenden reflektieren Ziele für Ihre Fremdsprachenausbildung und gestalten Ihren Lernprozess eigenständig und nachhaltig. Die Studierenden bringen sich verantwortlich und kollegial in Rollenspielen ein. Die Studierenden leiten verantwortlich und nachhaltig Teams im intersprachlichen Kontext. Die Studierenden lösen zwischenmenschliche sprachliche Probleme bei der Verwendung der Fremdsprache vorausschauend. Die Studierenden übernehmen Verantwortung für ein Team.		
Handlungskompetenz	Die Studierenden wenden grundlegende kommunikative Mittel situationsadäquat gezielt an, aktiv wie passiv, produktiv wie rezeptiv, schriftlich wie mündlich. Sie handeln kulturell angemessen.		
Spezielle Kompetenz	Interkulturelle Kompetenz:		

Weitere Fremdsprache II - Spanisch

	<p>Die Studierenden haben ein tiefgehendes Verständnis für Verhaltensregeln im sozialen Kontext und ein umfangreiches Wissen über landeskundliche Besonderheiten in den Gebieten, in denen die Zielsprache gesprochen wird.</p> <p>Sprachkompetenzen:</p> <p>Die Studierenden wenden ihre Grundfertigkeiten verstärkt schriftlich, ungeleitet und selbstständig im privaten und semiformalen Umfeld an. Neben allgemeinen Themen wird auf den Einsatz landeskundlicher und berufsbezogener Materialien geachtet.</p> <p>Digitale Kompetenzen:</p> <p>Die Studierenden verwenden digitale Lehrwerke kompetent. Die Studierenden verwenden elektronische Hilfsmittel für die Kommunikation in der Zielsprache.</p>		
Inhalte	<p>Im Modul werden Grundlagen der eigenständigen Sprachverwendung vermittelt und Kenntnisse der Zielkultur(en) ausgebaut.</p> <p>Das Modul besteht aus seminaristischem Unterricht, Praktikum und Seminar</p> <p>An grammatikalischen Erscheinungen werden mindestens durchgenommen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Futuro (vertiefend) • Pluscuamperfecto • Subjuntivo (einführend) • Condicional (vertiefend) • Imperativo (umfassend) <p>Die inhaltliche Progression erfolgt in Anlehnung an das Lehrwerk (s. angegebene Kapitel).</p>		
Literatur	<p>Spanisch: Universo.ele B1 – Digitale Ausgabe Digitalisiertes Kurs- und Arbeitsbuch mit integrierten Audiodateien ISBN 978-3-19-254334-0</p>		
Zulassungsvoraussetzungen gem. SPO	Modul ikm-13 Weitere Fremdsprache I Spanisch oder entsprechende Kenntnisse	Empfohlene Voraussetzungen	s. Zulassungsvoraussetzungen
Prüfungsart und Umfang gem. SPO	Portfolio-Prüfung		
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Bestehen der Modulprüfung gem. SPO und Studienplan		
Anmerkungen / Hinweise	<p>Eine regelmäßige Teilnahme am persönlichen Präsenzunterricht (mind. 4 x 4 UE im Semester) sowie am live Online-Unterricht (i. d. R. jeweils 1 UE pro Woche per Adobe Connect), ebenso wie das Erledigen der Hausaufgabe online im digitalen Lehrwerk (im Umfang von etwa 2 UE pro Woche per Schooltas) und zusätzliches selbstverantwortliches Üben (per Moodle, nach freier Zeiteinteilung).</p> <p>Das Einbringen sozialer Kompetenzen ist in diesem Kurs unverzichtbar, da regelmäßig Gruppen- und Partnerarbeiten durchgeführt werden.</p> <p>Die Bereitschaft, die eigene Medienkompetenz zu üben und zu erweitern wird erwartet.</p>		



Weitere Fremdsprache II - Spanisch	
	Sprachkurse finden in Kleingruppen bis maximal 19 Studierenden statt, ab 20 angemeldeten Studierenden werden die Kurse geteilt. Das Modul wird jedes Semester ab einer Mindestteilnehmerzahl von fünf Studierenden angeboten.

8.2.9. Modul: Weitere Fremdsprache II - Französisch

Weitere Fremdsprache II - Französisch			
Modul-Nr.	14	SPO	SPO IKM/HSAN-20242
Verwendung des Moduls	Studiengang Interkulturelles Management (B.A.)	Pflichtfach	Modulgruppe (gem. SPO): Sprachen
Moduldauer	1 Semester	Modulangebot	Sommer
Modulverantwortlich	Sabine McIntosh		
Dozierende	Sabine Emrich / Lara Pincolini		
Sprache	Französisch / Deutsch		
Leistungspunkte	5	SWS	4
Arbeitsaufwand	Kontaktstunden: mind. 30 h Selbststudium: ca. 120 h Gesamtaufwand: ca. 150 h		
Lehrformen (gem. SPO):	<input checked="" type="checkbox"/> e-Learning (eL) <input type="checkbox"/> Exkursion (Ex) <input checked="" type="checkbox"/> Vorlesung (V) <input type="checkbox"/> Praktikum <input checked="" type="checkbox"/> Übung (Ü)		
Kurzbeschreibung	Das Modul vermittelt Sprachfertigkeiten auf dem Niveau B1 (fortgeschrittene, überwiegend selbstständige Sprachverwendung).		
Qualifikationsziele			
Fachkompetenz und Methodenkompetenz	<p>Die Studierenden können die Hauptpunkte verstehen, wenn klare Standardsprache verwendet wird und wenn es um vertraute Dinge aus Arbeit, Schule, Freizeit usw. geht. Kann die meisten Situationen bewältigen, denen man auf Reisen im Sprachgebiet begegnet. Sie können sich einfach und zusammenhängend über vertraute Themen und persönliche Interessengebiete äußern. Sie können über Erfahrungen und Ereignisse berichten, Träume, Hoffnungen und Ziele beschreiben und zu Plänen und Ansichten kurze Begründungen oder Erklärungen geben.</p> <p>Die Studierenden sind vertraut mit den sprachlichen Strukturen in den Bereichen Lexik, Morphologie, Syntax und Pragmatik.</p> <p>Die Studierenden verfügen über ein breites Spektrum an Methoden zur sprachlichen Bewältigung von Schwierigkeiten in Alltagssituationen auch unter Zuhilfenahme von Hilfsmitteln.</p>		
Persönlichkeitskompetenz und Sozialkompetenz	<p>Die Studierenden reflektieren Ziele für Ihre Fremdsprachenausbildung und gestalten Ihren Lernprozess eigenständig und nachhaltig.</p> <p>Die Studierenden bringen sich verantwortlich und kollegial in Rollenspielen ein. Die Studierenden leiten verantwortlich und nachhaltig Teams im intersprachlichen Kontext.</p> <p>Die Studierenden lösen zwischenmenschliche sprachliche Probleme bei der Verwendung der Fremdsprache vorausschauend.</p> <p>Die Studierenden übernehmen Verantwortung für ein Team.</p>		
Handlungskompetenz	Die Studierenden wenden grundlegende kommunikative Mittel situationsadäquat gezielt an, aktiv wie passiv, produktiv wie rezeptiv, schriftlich wie mündlich. Sie handeln kulturell angemessen.		
Spezielle Kompetenz	Interkulturelle Kompetenz:		

Weitere Fremdsprache II - Französisch

	<p>Die Studierenden haben ein tiefgehendes Verständnis für Verhaltensregeln im sozialen Kontext und ein umfangreiches Wissen über landeskundliche Besonderheiten in den Gebieten, in denen die Zielsprache gesprochen wird.</p> <p>Sprachkompetenzen: Die Studierenden wenden ihre Grundfertigkeiten verstärkt schriftlich, ungeleitet und selbstständig im privaten und semiformalen Umfeld an. Neben allgemeinen Themen wird auf den Einsatz landeskundlicher und berufsbezogener Materialien geachtet.</p> <p>Digitale Kompetenzen: Die Studierenden verwenden digitale Lehrwerke kompetent. Die Studierenden verwenden elektronische Hilfsmittel für die Kommunikation in der Zielsprache.</p>		
Inhalte	<p>Im Modul werden Grundlagen der eigenständigen Sprachverwendung vermittelt und Kenntnisse der Zielkultur(en) ausgebaut.</p> <p>Das Modul besteht aus seminaristischem Unterricht, Praktikum und Seminar</p> <p>An grammatikalischen Erscheinungen werden mindestens durchgenommen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Plus-que-parfait • Subjonctif Present • Passé Simple • Si – Sätze (1, 2, 3) • Gérondif • Passiv • Imperativ (Vertiefung) <p>Die inhaltliche Progression erfolgt in Anlehnung an das Lehrwerk (s. angegebene Kapitel).</p>		
Literatur	<p>Französisch: On y va ! B1 – Aktualisierte Ausgabe – Digitale Ausgabe Digitalisiertes Kurs- und Arbeitsbuch mit integrierten Audiodateien ISBN 978-3-19-713354-6</p>		
Zulassungsvoraussetzungen gem. SPO	Modul ikm-13 Weitere Fremdsprache I - Französisch oder entsprechende Kenntnisse	Empfohlene Voraussetzungen	s. Zulassungsvoraussetzungen
Prüfungsart und Umfang gem. SPO	schriftlicher Leistungsnachweis (schrLN, 60-120 Min.): Klausur, Dauer 60 Minuten		
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Bestehen der Modulprüfung gem. SPO und Studienplan		
Anmerkungen / Hinweise	<p>Eine regelmäßige Teilnahme am persönlichen Präsenzunterricht (mind. 4 x 4 UE im Semester) sowie am live Online-Unterricht (i. d. R. jeweils 1 UE pro Woche per Adobe Connect), ebenso wie das Erledigen der Hausaufgabe online im digitalen Lehrwerk (im Umfang von etwa 2 UE pro Woche per Schoooltas) und zusätzliches selbstverantwortliches Üben (per Moodle, nach freier Zeiteinteilung).</p> <p>Das Einbringen sozialer Kompetenzen ist in diesem Kurs unverzichtbar, da regelmäßig Gruppen- und Partnerarbeiten durchgeführt werden.</p>		



Weitere Fremdsprache II - Französisch

Die Bereitschaft, die eigene Medienkompetenz zu üben und zu erweitern wird erwartet.

Sprachkurse finden in Kleingruppen bis maximal 19 Studierenden statt, ab 20 angemeldeten Studierenden werden die Kurse geteilt. Das Modul wird jedes Semester ab einer Mindestteilnehmerzahl von fünf Studierenden angeboten.

8.2.10. Modul: Weitere Fremdsprache II - Italienisch

Weitere Fremdsprache II - Italienisch			
Modul-Nr.	14	SPO	SPO IKM/HSAN-20242
Verwendung des Moduls	Studiengang Interkulturelles Management (B.A.)	Pflichtfach	Modulgruppe (gem. SPO): Sprachen
Moduldauer	1 Semester	Modulangebot	Sommer
Modulverantwortlich	Sabine McIntosh		
Dozierende	Ariana Giliberto		
Sprache	Italienisch / Deutsch		
Leistungspunkte	5	SWS	4
Arbeitsaufwand	Kontaktstunden: mind. 30 h Selbststudium: ca. 120 h Gesamtaufwand: ca. 150 h		
Lehrformen (gem. SPO):	<input checked="" type="checkbox"/> e-Learning (eL) <input type="checkbox"/> Exkursion (Ex) <input checked="" type="checkbox"/> Vorlesung (V) <input type="checkbox"/> Praktikum <input checked="" type="checkbox"/> Übung (Ü)		
Kurzbeschreibung	Das Modul vermittelt Sprachfertigkeiten auf dem Niveau B1 (fortgeschrittene, überwiegend selbstständige Sprachverwendung).		
Qualifikationsziele			
Fachkompetenz und Methodenkompetenz	<p>Die Studierenden können die Hauptpunkte verstehen, wenn klare Standardsprache verwendet wird und wenn es um vertraute Dinge aus Arbeit, Schule, Freizeit usw. geht. Kann die meisten Situationen bewältigen, denen man auf Reisen im Sprachgebiet begegnet. Sie können sich einfach und zusammenhängend über vertraute Themen und persönliche Interessengebiete äußern. Sie können über Erfahrungen und Ereignisse berichten, Träume, Hoffnungen und Ziele beschreiben und zu Plänen und Ansichten kurze Begründungen oder Erklärungen geben.</p> <p>Die Studierenden sind vertraut mit den sprachlichen Strukturen in den Bereichen Lexik, Morphologie, Syntax und Pragmatik.</p> <p>Die Studierenden verfügen über ein breites Spektrum an Methoden zur sprachlichen Bewältigung von Schwierigkeiten in Alltagssituationen auch unter Zuhilfenahme von Hilfsmitteln.</p>		
Persönlichkeitskompetenz und Sozialkompetenz	<p>Die Studierenden reflektieren Ziele für Ihre Fremdsprachenausbildung und gestalten Ihren Lernprozess eigenständig und nachhaltig.</p> <p>Die Studierenden bringen sich verantwortlich und kollegial in Rollenspielen ein. Die Studierenden leiten verantwortlich und nachhaltig Teams im intersprachlichen Kontext.</p> <p>Die Studierenden lösen zwischenmenschliche sprachliche Probleme bei der Verwendung der Fremdsprache vorausschauend.</p> <p>Die Studierenden übernehmen Verantwortung für ein Team.</p>		
Handlungskompetenz	Die Studierenden wenden grundlegende kommunikative Mittel situationsadäquat gezielt an, aktiv wie passiv, produktiv wie rezeptiv, schriftlich wie mündlich. Sie handeln kulturell angemessen.		
Spezielle Kompetenz	Interkulturelle Kompetenz:		

Weitere Fremdsprache II - Italienisch

	<p>Die Studierenden haben ein tiefgehendes Verständnis für Verhaltensregeln im sozialen Kontext und ein umfangreiches Wissen über landeskundliche Besonderheiten in den Gebieten, in denen die Zielsprache gesprochen wird.</p> <p>Sprachkompetenzen:</p> <p>Die Studierenden wenden ihre Grundfertigkeiten verstärkt schriftlich, ungeleitet und selbstständig im privaten und semiformalen Umfeld an. Neben allgemeinen Themen wird auf den Einsatz landeskundlicher und berufsbezogener Materialien geachtet.</p> <p>Digitale Kompetenzen:</p> <p>Die Studierenden verwenden digitale Lehrwerke kompetent. Die Studierenden verwenden elektronische Hilfsmittel für die Kommunikation in der Zielsprache.</p>		
Inhalte	<p>Im Modul werden Grundlagen der eigenständigen Sprachverwendung vermittelt und Kenntnisse der Zielkultur(en) ausgebaut.</p> <p>Das Modul besteht aus seminaristischem Unterricht, Praktikum und Seminar</p> <p>An grammatikalischen Erscheinungen werden mindestens durchgenommen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Futur Semplice e Anteriore • Trapassato Prossimo • Congiuntivo Presente • Imperativo (Vertiefung) • Gerundio Presente • Periodo Ipotetico della realtà <p>Die inhaltliche Progression erfolgt in Anlehnung an das Lehrwerk (s. angegebene Kapitel).</p>		
Literatur	<p>Italienisch: Universitalia 2.0 B1/B2 Digitalisiertes Kurs- und Arbeitsbuch mit integrierten Audiodateien ISBN 978-3-19-115464-6 Kapitel 1-4</p>		
Zulassungsvoraussetzungen gem. SPO	Modul ikm-13 Weitere Fremdsprache I - Italienisch oder entsprechende Kenntnisse	Empfohlene Voraussetzungen	s. Zulassungsvoraussetzungen
Prüfungsart und Umfang gem. SPO	schriftlicher Leistungsnachweis (schrLN, 60-120 Min.): Klausur, Dauer 60 Minuten		
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Bestehen der Modulprüfung gem. SPO und Studienplan		
Anmerkungen / Hinweise	<p>Eine regelmäßige Teilnahme am persönlichen Präsenzunterricht (mind. 4 x 4 UE im Semester) sowie am live Online-Unterricht (i. d. R. jeweils 1 UE pro Woche per Adobe Connect), ebenso wie das Erledigen der Hausaufgabe online im digitalen Lehrwerk (im Umfang von etwa 2 UE pro Woche per Schoooltas) und zusätzliches selbstverantwortliches Üben (per Moodle, nach freier Zeiteinteilung).</p>		



Weitere Fremdsprache II - Italienisch

Das Einbringen sozialer Kompetenzen ist in diesem Kurs unverzichtbar, da regelmäßig Gruppen- und Partnerarbeiten durchgeführt werden.

Die Bereitschaft, die eigene Medienkompetenz zu üben und zu erweitern wird erwartet.

Sprachkurse finden in Kleingruppen bis maximal 19 Studierenden statt, ab 20 angemeldeten Studierenden werden die Kurse geteilt. Das Modul wird jedes Semester ab einer Mindestteilnehmerzahl von fünf Studierenden angeboten.

8.2.11. Modul: Weitere Fremdsprache II - Chinesisch

Weitere Fremdsprache II - Chinesisch			
Modul-Nr.	14	SPO	SPO IKM/HSAN-20242
Verwendung des Moduls	Studiengang Interkulturelles Management (B.A.)	Pflichtfach	Modulgruppe (gem. SPO): Sprachen
Moduldauer	1 Semester	Modulangebot	Sommer
Modulverantwortlich	Dr. Christian Alexander Gebhard		
Dozierende	Dr. Christian Alexander Gebhard		
Sprache	Chinesisch / Deutsch		
Leistungspunkte	5	SWS	4
Arbeitsaufwand	Kontaktstunden: mind. 30 h Selbststudium: ca. 120 h Gesamtaufwand: ca. 150 h		
Lehrformen (gem. SPO):	<input checked="" type="checkbox"/> e-Learning (eL) <input type="checkbox"/> Exkursion (Ex) <input checked="" type="checkbox"/> Vorlesung (V) <input type="checkbox"/> Praktikum <input checked="" type="checkbox"/> Übung (Ü)		
Kurzbeschreibung	Das Modul vermittelt Sprachfertigkeiten auf dem Niveau B1 (fortgeschrittene, überwiegend selbstständige Sprachverwendung).		
Qualifikationsziele			
Fachkompetenz und Methodenkompetenz	Die Studierenden können die Hauptpunkte verstehen, wenn klare Standardsprache verwendet wird und wenn es um vertraute Dinge aus Arbeit, Schule, Freizeit usw. geht. Kann die meisten Situationen bewältigen, denen man auf Reisen im Sprachgebiet begegnet. Sie können sich einfach und zusammenhängend über vertraute Themen und persönliche Interessengebiete äußern. Sie können über Erfahrungen und Ereignisse berichten, Träume, Hoffnungen und Ziele beschreiben und zu Plänen und Ansichten kurze Begründungen oder Erklärungen geben. Die Studierenden sind vertraut mit den sprachlichen Strukturen in den Bereichen Lexik, Morphologie, Syntax und Pragmatik. Die Studierenden verfügen über ein breites Spektrum an Methoden zur sprachlichen Bewältigung von Schwierigkeiten in Alltagssituationen auch unter Zuhilfenahme von Hilfsmitteln.		
Persönlichkeitskompetenz und Sozialkompetenz	Die Studierenden reflektieren Ziele für Ihre Fremdsprachenausbildung und gestalten Ihren Lernprozess eigenständig und nachhaltig. Die Studierenden bringen sich verantwortlich und kollegial in Rollenspielen ein. Die Studierenden leiten verantwortlich und nachhaltig Teams im intersprachlichen Kontext. Die Studierenden lösen zwischenmenschliche sprachliche Probleme bei der Verwendung der Fremdsprache vorausschauend. Die Studierenden übernehmen Verantwortung für ein Team.		
Handlungskompetenz	Die Studierenden wenden grundlegende kommunikative Mittel situationsadäquat gezielt an, aktiv wie passiv, produktiv wie rezeptiv, schriftlich wie mündlich. Sie handeln kulturell angemessen.		
Spezielle Kompetenz	Interkulturelle Kompetenz:		

Weitere Fremdsprache II - Chinesisch

	<p>Die Studierenden haben ein tiefgehendes Verständnis für Verhaltensregeln im sozialen Kontext und ein umfangreiches Wissen über landeskundliche Besonderheiten in den Gebieten, in denen die Zielsprache gesprochen wird.</p> <p>Sprachkompetenzen:</p> <p>Die Studierenden wenden ihre Grundfertigkeiten verstärkt schriftlich, ungeleitet und selbstständig im privaten und semiformalen Umfeld an. Neben allgemeinen Themen wird auf den Einsatz landeskundlicher und berufsbezogener Materialien geachtet.</p> <p>Digitale Kompetenzen:</p> <p>Die Studierenden verwenden digitale Lehrwerke kompetent. Die Studierenden verwenden elektronische Hilfsmittel für die Kommunikation in der Zielsprache.</p>		
Inhalte	<p>Im Modul werden Grundlagen der eigenständigen Sprachverwendung vermittelt und Kenntnisse der Zielkultur(en) ausgebaut.</p> <p>Das Modul besteht aus seminaristischem Unterricht, Praktikum und Seminar</p> <p>An grammatikalischen Erscheinungen werden mindestens durchgenommen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Vergleiche • Thema-Rhema-Topic • Veränderungen der Satzstellung • Modalpartikel • Aspektpartikel • Strukturpartikel (de) • Komplemente <p>Die inhaltliche Progression erfolgt in Anlehnung an das Lehrwerk (s. angegebene Kapitel).</p> <p>Es wird eine mit Hilfsmitteln gestützte Kommunikationsfähigkeit (schriftlich wie mündlich, passiv wie aktiv) angestrebt.</p>		
Literatur	<p>Für Chinesisch:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Lóng neu A1-A2. Chinesisch für Anfänger. Kursbuch + 2 Audio-CDs ISBN 978-3-12-528960-4 • Lóng neu A1-A2. Übungsbuch ISBN 978-3-12-528961-1 • Lóng neu A1-A2 Extra. Übungen zur chinesischen Schrift ISBN 978-3-12-528854-6 <p>Jeweils Kapitel 12-16.</p>		
Zulassungsvoraussetzungen gem. SPO	Modul ikm-13 Weitere Fremdsprache I – Chinesisch oder entsprechende Kenntnisse	Empfohlene Voraussetzungen	s. Zulassungsvoraussetzungen
Prüfungsart und Umfang gem. SPO	Portfolio-Prüfung		
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Bestehen der Modulprüfung gem. SPO und Studienplan		
Anmerkungen / Hinweise	Eine regelmäßige Teilnahme am persönlichen Präsenzunterricht (mind. 4 x 4 UE im Semester) sowie am live Online-Unterricht (i. d. R. jeweils 1 UE pro Woche per Adobe Connect), ebenso wie das Erledigen der Hausaufgabe		



Weitere Fremdsprache II - Chinesisch

online im digitalen Lehrwerk (im Umfang von etwa 2 UE pro Woche per Schooltas) und **zusätzliches selbstverantwortliches Üben** (per Moodle, nach freier Zeiteinteilung).

Das Einbringen sozialer Kompetenzen ist in diesem Kurs unverzichtbar, da regelmäßig Gruppen- und Partnerarbeiten durchgeführt werden.

Die Bereitschaft, die eigene Medienkompetenz zu üben und zu erweitern wird erwartet.

Sprachkurse finden in Kleingruppen bis maximal 19 Studierenden statt, ab 20 angemeldeten Studierenden werden die Kurse geteilt. Das Modul wird jedes Semester ab einer Mindestteilnehmerzahl von fünf Studierenden angeboten.

8.2.12. Modul: Weitere Fremdsprache: Berufliche Kommunikation - Spanisch

Weitere Fremdsprache: Berufliche Kommunikation - Spanisch			
Modul-Nr.	15	SPO	SPO IKM/HSAN-20242
Verwendung des Moduls	Studiengang Interkulturelles Management (B.A.)	Pflichtfach	Modulgruppe (gem. SPO): Sprachen
Moduldauer	1 Semester	Modulangebot	Winter
Modulverantwortlich	Dr. Christian Alexander Gebhard		
Dozierende	Ivana Schultheis		
Sprache	Spanisch / Deutsch		
Leistungspunkte	5	SWS	4
Arbeitsaufwand	Kontaktstunden: mind. 30 h Selbststudium: ca. 120 h Gesamtaufwand: ca. 150 h		
Lehrformen (gem. SPO):	<input checked="" type="checkbox"/> e-Learning (eL) <input type="checkbox"/> Exkursion (Ex) <input checked="" type="checkbox"/> Vorlesung (V) <input type="checkbox"/> Praktikum <input checked="" type="checkbox"/> Übung (Ü)		
Kurzbeschreibung	Das Modul vermittelt Sprachfertigkeiten auf dem Niveau B2 (selbstständige Sprachverwendung).		
Qualifikationsziele			
Fachkompetenz und Methodenkompetenz	Die Studierenden können im Berufsleben flüssig interagieren im schriftlichen und mündlichen Bereich, mit einer Spezialisierung auf die Fachgebiete Handel und Dienstleistung oder Tourismus und Gastronomie. Die Studierenden sind vertraut mit den kommunikativen Gepflogenheiten in formalen Situationen. Die Studierenden verfügen über ein breites Spektrum an Methoden zur sprachlichen Bewältigung von Schwierigkeiten in Alltagssituationen auch unter Zuhilfenahme von Hilfsmitteln.		
Persönlichkeitskompetenz und Sozialkompetenz	Die Studierenden reflektieren ihre Berufsziele in Zusammenhang mit ihren Fremdsprachenkenntnissen. Die Studierenden bringen sich verantwortlich und kollegial in Rollenspielen ein. Die Studierenden leiten verantwortlich und nachhaltig Teams im intersprachlichen Kontext. Die Studierenden lösen zwischenmenschliche sprachliche Probleme bei der Verwendung der Fremdsprache vorausschauend. Die Studierenden übernehmen Verantwortung für ein Team.		
Handlungskompetenz	Die Studierenden wenden grundlegende kommunikative Mittel im beruflichen Kontext gezielt an, aktiv wie passiv, produktiv wie rezeptiv, schriftlich wie mündlich. Sie handeln kulturell angemessen.		
Spezielle Kompetenz	Interkulturelle Kompetenz: Die Studierenden haben ein tiefgehendes Verständnis für Verhaltensregeln im beruflichen Kontext und ein umfangreiches Wissen über die für ihren Studienschwerpunkt relevanten gesellschaftspolitischen Besonderheiten in den Gebieten, in denen die Zielsprache gesprochen wird.		

Weitere Fremdsprache: Berufliche Kommunikation - Spanisch

	<p>Sprachkompetenzen: Die Studierenden beherrschen registeradäquate Kommunikationsmittel und wenden diese angemessen bei der Interaktion mit höher, gleich und niedriger gestellten Personen an.</p> <p>Digitale Kompetenzen: Die Studierenden verwenden digitale Lehrwerke kompetent. Die Studierenden verwenden elektronische Hilfsmittel für die Kommunikation in der Zielsprache.</p>		
Inhalte	<p>Im Modul werden Kompetenzen der eigenständigen Sprachverwendung im Fachsprachenbereich vermittelt und Kenntnisse der Zielkultur(en) ausgebaut. Das Modul besteht aus seminaristischem Unterricht, Praktikum und Seminar</p> <p>An grammatikalischen Erscheinungen werden mindestens durchgenommen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Festigung der Verwendung der Vergangenheiten, • Festigung der Verwendung der Pronomen auch in Kombination, • Festigung und Ausbau der Verwendung des Subjuntivo auch in den Vergangenheiten, • Bedingungssätze, • Verbalperiphrasen. <p>Die inhaltliche Progression erfolgt in Anlehnung an das Lehrwerk</p>		
Literatur	<p>Skript Tano, Marcelo (2009): Expertos. Curso avanzado de español orientado al mundo del trabajo. Difusión/Klett. Libro del alumno + Audio-CD + DVD: 978-3-12-515595-4 (3-12-515595-9), Cuaderno de ejercicios + Audio-CD: 978-3-12-515596-1 Als digitale Ausgabe über Campus Difusión erhältlich.</p>		
Zulassungsvoraussetzungen gem. SPO	- Keine -	Empfohlene Voraussetzungen	Modul Fremdsprache II - Spanisch oder entsprechende Kenntnisse
Prüfungsart und Umfang gem. SPO	Projektarbeit (PA, 10-20 Seiten)		
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Bestehen der Modulprüfung gem. SPO und Studienplan		
Anmerkungen / Hinweise	<p>Eine regelmäßige Teilnahme am persönlichen Präsenzunterricht (mind. 3 x 4 UE im Semester) sowie am live Online-Unterricht (i. d. R. jeweils 1 UE pro Woche per Adobe Connect), ebenso wie das Erledigen der Hausaufgabe online im digitalen Lehrwerk (im Umfang von etwa 2 UE pro Woche per Schoooltas) und zusätzliches selbstverantwortliches Üben (per Moodle, nach freier Zeiteinteilung).</p> <p>Das Einbringen sozialer Kompetenzen ist in diesem Kurs unverzichtbar, da regelmäßig Gruppen- und Partnerarbeiten durchgeführt werden.</p> <p>Die Bereitschaft, die eigene Medienkompetenz zu üben und zu erweitern wird erwartet.</p> <p>Sprachkurse finden in Kleingruppen bis maximal 19 Studierenden statt, ab 20 angemeldeten Studierenden werden die Kurse geteilt. Das Modul wird jedes Semester ab einer Mindestteilnehmerzahl von fünf Studierenden angeboten.</p>		

Weitere Fremdsprache: Berufliche Kommunikation – Französisch

	<p>Die Studierenden beherrschen registeradäquate Kommunikationsmittel und wenden diese angemessen bei der Interaktion mit höher, gleich und niedriger gestellten Personen an.</p> <p>Digitale Kompetenzen: Die Studierenden verwenden digitale Lehrwerke kompetent. Die Studierenden verwenden elektronische Hilfsmittel für die Kommunikation in der Zielsprache.</p>		
Inhalte	<p>Im Modul werden Kompetenzen der eigenständigen Sprachverwendung im Fachsprachenbereich vermittelt und Kenntnisse der Zielkultur(en) ausgebaut. Das Modul besteht aus seminaristischem Unterricht, Praktikum und Seminar</p> <p>An grammatikalischen Erscheinungen werden mindestens durchgenommen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Discours indirect • Subjonctif (Vertiefung) • Relativsätze • Conditionnel Passé • Passé Antérieur • Connecteurs logiques <p>Die inhaltliche Progression erfolgt in Anlehnung an das Lehrwerk.</p>		
Literatur	<p>Französisch: Jöckel, Sabine (2001): Training Wirtschaftsfranzösisch. Oldenburg De Gruyter. ISBN: 3486257533 Commerce pro: Handelskorrespondenz Französisch. Buch mit Multimedia-CD (Dateisammlung und Audio). ISBN: 978-3-12-524491-7 sowie aktuelles Material der Dozenten.</p>		
Zulassungsvoraussetzungen gem. SPO	- Keine -	Empfohlene Voraussetzungen	Modul Französisch entsprechende Kenntnisse
Prüfungsart und Umfang gem. SPO	Projektarbeit (PA, 10-20 Seiten)		
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Bestehen der Modulprüfung gem. SPO und Studienplan		
Anmerkungen / Hinweise	<p>Eine regelmäßige Teilnahme am persönlichen Präsenzunterricht (mind. 3 x 4 UE im Semester) sowie am live Online-Unterricht (i. d. R. jeweils 1 UE pro Woche per Adobe Connect), ebenso wie das Erledigen der Hausaufgabe online im digitalen Lehrwerk (im Umfang von etwa 2 UE pro Woche per Schoooltas) und zusätzliches selbstverantwortliches Üben (per Moodle, nach freier Zeiteinteilung).</p> <p>Das Einbringen sozialer Kompetenzen ist in diesem Kurs unverzichtbar, da regelmäßig Gruppen- und Partnerarbeiten durchgeführt werden.</p> <p>Die Bereitschaft, die eigene Medienkompetenz zu üben und zu erweitern wird erwartet.</p> <p>Sprachkurse finden in Kleingruppen bis maximal 19 Studierenden statt, ab 20 angemeldeten Studierenden werden die Kurse geteilt. Das Modul wird jedes Semester ab einer Mindestteilnehmerzahl von fünf Studierenden angeboten.</p>		

Weitere Fremdsprache: Berufliche Kommunikation – Italienisch

	<p>Die Studierenden beherrschen registeradäquate Kommunikationsmittel und wenden diese angemessen bei der Interaktion mit höher, gleich und niedriger gestellten Personen an.</p> <p>Digitale Kompetenzen: Die Studierenden verwenden digitale Lehrwerke kompetent. Die Studierenden verwenden elektronische Hilfsmittel für die Kommunikation in der Zielsprache.</p>		
Inhalte	<p>Im Modul werden Kompetenzen der eigenständigen Sprachverwendung im Fachsprachenbereich vermittelt und Kenntnisse der Zielkultur(en) ausgebaut. Das Modul besteht aus seminaristischem Unterricht, Praktikum und Seminar</p> <p>An grammatikalischen Erscheinungen werden mindestens durchgenommen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Condizionale Composto e Passato • Passivo • Passato Remoto • Congiuntivo Passato, Imperfetto e Trapassato • Gerundio Presente e Passato • Periodo ipotetico della possibilità e dell'irrealità <p>Die inhaltliche Progression erfolgt in Anlehnung an das Lehrwerk.</p>		
Literatur	<p>Italienisch: Giovanna Pelizza, Marco Mezzadri - Un vero affare!, A2+/B2, Loescher Editore, ISBN 978-3-12-525919-5 Universitalia 2.0 – Band 2: Kurs- und Arbeitsbuch mit zwei Audio-CDs, Hueber Verlag, ISBN: 978-3-19-415421-6 L'italiano dell'economia: Anna Luisa Haring-Bruzzichini, De Gruyter Oldenbourg, ISBN: 3486597272</p>		
Zulassungsvoraussetzungen gem. SPO	- Keine -	Empfohlene Voraussetzungen	Modul Fremdsprache II – Italienisch entsprechende Kenntnisse Weiterer oder
Prüfungsart und Umfang gem. SPO	Projektarbeit (PA, 10-20 Seiten)		
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Bestehen der Modulprüfung gem. SPO und Studienplan		
Anmerkungen / Hinweise	<p>Eine regelmäßige Teilnahme am persönlichen Präsenzunterricht (mind. 3 x 4 UE im Semester) sowie am live Online-Unterricht (i. d. R. jeweils 1 UE pro Woche per Adobe Connect), ebenso wie das Erledigen der Hausaufgabe online im digitalen Lehrwerk (im Umfang von etwa 2 UE pro Woche per Schooltas) und zusätzliches selbstverantwortliches Üben (per Moodle, nach freier Zeiteinteilung).</p> <p>Das Einbringen sozialer Kompetenzen ist in diesem Kurs unverzichtbar, da regelmäßig Gruppen- und Partnerarbeiten durchgeführt werden.</p> <p>Die Bereitschaft, die eigene Medienkompetenz zu üben und zu erweitern wird erwartet.</p> <p>Sprachkurse finden in Kleingruppen bis maximal 19 Studierenden statt, ab 20 angemeldeten Studierenden werden die Kurse geteilt. Das Modul wird jedes Semester ab einer Mindestteilnehmerzahl von fünf Studierenden angeboten.</p>		

8.2.15. Modul: Weitere Fremdsprache: Berufliche Kommunikation - Chinesisch

Weitere Fremdsprache: Berufliche Kommunikation – Chinesisch			
Modul-Nr.	15	SPO	SPO IKM/HSAN-20242
Verwendung des Moduls	Studiengang Interkulturelles Management (B.A.)	Pflichtfach	Modulgruppe (gem. SPO): Sprachen
Moduldauer	1 Semester	Modulangebot	Winter
Modulverantwortlich	Dr. Christian Gebhard		
Dozierende	Dr. Christian Gebhard		
Sprache	Chinesisch / Deutsch		
Leistungspunkte	5	SWS	4
Arbeitsaufwand	Kontaktstunden: mind. 30 h Selbststudium: ca. 120 h Gesamtaufwand: ca. 150 h		
Lehrformen (gem. SPO):	<input checked="" type="checkbox"/> e-Learning (eL) <input type="checkbox"/> Exkursion (Ex) <input checked="" type="checkbox"/> Vorlesung (V) <input type="checkbox"/> Praktikum <input checked="" type="checkbox"/> Übung (Ü)		
Kurzbeschreibung	Das Modul vermittelt Sprachfertigkeiten auf dem Niveau B2 (selbstständige Sprachverwendung).		
Qualifikationsziele			
Fachkompetenz und Methodenkompetenz	Die Studierenden können im Berufsleben flüssig interagieren im schriftlichen und mündlichen Bereich, mit einer Spezialisierung auf die Fachgebiete Handel und Dienstleistung oder Tourismus und Gastronomie. Die Studierenden sind vertraut mit den kommunikativen Gepflogenheiten in formalen Situationen. Die Studierenden verfügen über ein breites Spektrum an Methoden zur sprachlichen Bewältigung von Schwierigkeiten in Alltagssituationen auch unter Zuhilfenahme von Hilfsmitteln.		
Persönlichkeitskompetenz und Sozialkompetenz	Die Studierenden reflektieren ihre Berufsziele in Zusammenhang mit ihren Fremdsprachenkenntnissen. Die Studierenden bringen sich verantwortlich und kollegial in Rollenspielen ein. Die Studierenden leiten verantwortlich und nachhaltig Teams im intersprachlichen Kontext. Die Studierenden lösen zwischenmenschliche sprachliche Probleme bei der Verwendung der Fremdsprache vorausschauend. Die Studierenden übernehmen Verantwortung für ein Team.		
Handlungskompetenz	Die Studierenden wenden grundlegende kommunikative Mittel im beruflichen Kontext gezielt an, aktiv wie passiv, produktiv wie rezeptiv, schriftlich wie mündlich. Sie handeln kulturell angemessen.		
Spezielle Kompetenz	Interkulturelle Kompetenz: Die Studierenden haben ein tiefgehendes Verständnis für Verhaltensregeln im beruflichen Kontext und ein umfangreiches Wissen über die für ihren Studienschwerpunkt relevanten gesellschaftspolitischen Besonderheiten in den Gebieten, in denen die Zielsprache gesprochen wird. Sprachkompetenzen:		

Weitere Fremdsprache: Berufliche Kommunikation – Chinesisch

	<p>Die Studierenden beherrschen registeradäquate Kommunikationsmittel und wenden diese angemessen bei der Interaktion mit höher, gleich und niedriger gestellten Personen an.</p> <p>Digitale Kompetenzen: Die Studierenden verwenden digitale Lehrwerke kompetent. Die Studierenden verwenden elektronische Hilfsmittel für die Kommunikation in der Zielsprache.</p>		
Inhalte	<p>Im Modul werden Kompetenzen der eigenständigen Sprachverwendung im Fachsprachenbereich vermittelt und Kenntnisse der Zielkultur(en) ausgebaut. Das Modul besteht aus seminaristischem Unterricht, Praktikum und Seminar</p> <p>An grammatikalischen Erscheinungen werden mindestens durchgenommen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Komplexe Satzstellungen • Relativsätze • Bedingungssätze • Konjunktionen und strukturierende lexikale Mittel • Die inhaltliche Progression erfolgt in Anlehnung an das Lehrwerk. <p>Es wird eine mit Hilfsmitteln gestützte freie Sprachverwendung (schriftlich wie mündlich, passiv wie aktiv) angestrebt.</p>		
Literatur	<p>Chinesisch: Zhang, Mingming / Gebhard, Christian (2018): Wirtschaftskorrespondenz Chinesisch: zielsicher formulieren – erfolgreich handeln. Chinabooks.ch. ISBN: 9783905816716 Zhang, Hong (2006): Chinesisch Erleben: Berufskommunikation in China. Higher Education Press. ISBN-13: 978-7040203240</p>		
Zulassungsvoraussetzungen gem. SPO	- Keine -	Empfohlene Voraussetzungen	Modul Fremdsprache II - Chinesisch oder entsprechende Kenntnisse
Prüfungsart und Umfang gem. SPO	Projektarbeit (PA, 30 Seiten)		
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Bestehen der Modulprüfung gem. SPO und Studienplan		
Anmerkungen / Hinweise	<p>Eine regelmäßige Teilnahme am persönlichen Präsenzunterricht (mind. 3 x 4 UE im Semester) sowie am live Online-Unterricht (i. d. R. jeweils 1 UE pro Woche per Adobe Connect), ebenso wie das Erledigen der Hausaufgabe online im digitalen Lehrwerk (im Umfang von etwa 2 UE pro Woche per Schoooltas) und zusätzliches selbstverantwortliches Üben (per Moodle, nach freier Zeiteinteilung).</p> <p>Das Einbringen sozialer Kompetenzen ist in diesem Kurs unverzichtbar, da regelmäßig Gruppen- und Partnerarbeiten durchgeführt werden.</p> <p>Die Bereitschaft, die eigene Medienkompetenz zu üben und zu erweitern wird erwartet.</p> <p>Sprachkurse finden in Kleingruppen bis maximal 19 Studierenden statt, ab 20 angemeldeten Studierenden werden die Kurse geteilt. Das Modul wird jedes Semester ab einer Mindestteilnehmerzahl von fünf Studierenden angeboten.</p>		

8.3. Modulbeschreibungen: Modulgruppe Betriebswirtschaftliche Kompetenzen

Die folgenden Modulbeschreibungen gehören alle in die Modulgruppe Betriebswirtschaftliche Kompetenzen. Tabelle 3 gibt Ihnen einen Überblick über die hier enthaltenen Module, die einen weiteren Kernbereich unseres Studiengangs Interkulturelles Management ausmachen, um sich im betrieblich-organisatorischen Umfeld als Führungskraft etablieren zu können.

Modul-Nr.	Modul
16	Wissenschaftliches Arbeiten
17	Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre
18	Wirtschaftsmathematik
19	Investition und Finanzierung
20	Internationales Personalmanagement
21	Bürgerliches Recht
22	Grundlagen der Volkswirtschaftslehre
23	Unternehmensplanspiel

Tabelle 3 - Modulgruppe Betriebswirtschaftliche Kompetenzen



Wissenschaftliches Arbeiten	
Spezielle Kompetenz	Forschungskompetenz, Argumentationskompetenz, Informations- und Quellenkompetenz, Schreibkompetenz, Methodenkompetenz, Ethik- und Plagiatspräventionskompetenz.
Inhalte	<ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen wissenschaftlichen Arbeitens und wissenschaftlicher Argumentation • Abgrenzung von Alltagswissen und wissenschaftlichem Wissen • Themenfindung, Eingrenzung und Entwicklung von Forschungsfragen • Systematische Literaturrecherche und Bewertung wissenschaftlicher Quellen • Dokumentation der Recherche und Umgang mit Literaturverwaltungsprogrammen • Zitierweisen, korrektes Zitieren und Vermeidung von Plagiaten • Aufbau, Struktur und Gliederung wissenschaftlicher Arbeiten • Methodische Grundlagen qualitativer, quantitativer und kombinierter Forschungsansätze • Planung des Schreibprozesses und wissenschaftlicher Schreibstil • Präsentation wissenschaftlicher Ergebnisse • Bewertungskriterien, Feedback und Reflexion wissenschaftlicher Arbeiten
Literatur	<p>Bänsch, A. (2020). Wissenschaftliches Arbeiten. Berlin.</p> <p>Bänsch, A., & Alewell, D. (2020). Wissenschaftliches Arbeiten. De Gruyter Oldenbourg.</p> <p>Berger-Grabner, D. (2022). Wissenschaftliches Arbeiten in den Wirtschafts- und Sozialwissenschaften (3., aktualisierte Auflage). Wiesbaden: Springer Gabler.</p> <p>Chalmers, A. (2007). Wege der Wissenschaft. Berlin.</p> <p>Esselborn-Krumbiegel, H. (2010). Richtig wissenschaftlich schreiben. Paderborn.</p> <p>Esselborn-Krumbiegel, H. (2019). Die erste Hausarbeit – FAQ. Paderborn.</p> <p>Kipman, U. (2018). Wissenschaftliches Arbeiten 4.0. Berlin.</p> <p>Kollenberg, A., & Kollenberg, W. (2024). Wissenschaftlich Arbeiten – heute. Berlin/Heidelberg: Springer Spektrum.</p> <p>Kornmeier, M. (2018). Wissenschaftlich schreiben leicht gemacht. Bern.</p> <p>Prexl, L. (2016). Mit digitalen Quellen arbeiten. Paderborn.</p> <p>UTB (2023). Wissenschaftlich Arbeiten (leicht verständlich!). Stuttgart.</p>
Zulassungsvoraussetzungen gem. SPO	- Keine -
Prüfungsart und Umfang gem. SPO	Portfolio-Prüfung
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Bestehen der Modulprüfung gem. SPO und Studienplan
Anmerkungen / Hinweise	



Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre			
	<p>II.) Konstitutive Entscheidungen für Unternehmen a. Rechtsformen/ Mitbestimmung b. Standortwahl / Grundlagen der Internationalisierung c. Unternehmensverbindungen d. Organisation</p> <p>III.) Unternehmensziele und Unternehmensführung a. Zielfindung/ Zielinhalte/ Zielbewertung b. Strategischer Management Prozess - Marktorientiert - Ressourcenorientiert - Umweltorientiert - SWOT</p>		
Literatur	<p>Camphausen, B. (Hrsg.) et al. (2011): Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre- Bachelor Kompaktwissen, München. <neueste Auflage> Olfert, K./ Rahn, H. (2013): Einführung in die Betriebswirtschaftslehre, 11. Auflage, Herne. <neueste Auflage> Schierenbeck, H./ Wöhle, C. (2012): Grundzüge der Betriebswirtschaftslehre, 18. Auflage, München. <neueste Auflage> Straub, T. (2011): Einführung in die allgemeine Betriebswirtschaftslehre, München. <neueste Auflage> Wöhe, G./ Döring, U. (2013): Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, 25. Auflage, München. <neueste Auflage> Wöhe, G./ Kaiser, H./ Döring, U. (2013): Übungsbuch zur Allgemeinen Betriebswirtschaftslehre, München. <neueste Auflage></p>		
Zulassungsvoraussetzungen gem. SPO	<table border="1"> <tr> <td>- Keine -</td> <td>Empfohlene Voraussetzungen</td> </tr> </table>	- Keine -	Empfohlene Voraussetzungen
- Keine -	Empfohlene Voraussetzungen		
Prüfungsart und Umfang gem. SPO	schriftlicher Leistungsnachweis (schrLN, 60-120 Min.): Klausur, Dauer 90 Minuten		
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Bestehen der Modulprüfung gem. SPO und Studienplan		
Anmerkungen / Hinweise			



Wirtschaftsmathematik			
	<ul style="list-style-type: none"> • Differentiation und ihre ökonomische Anwendung bei Funktion mit einer und mehreren unabhängigen Variablen (Differentiationsregeln, Kurvendiskussion, partielle Ableitung auch höherer Ordnung, Extremwertbestimmung unter Nebenbedingungen, Lagrange-Ansatz) • Grundregeln der Integralrechnung • Überblick über die finanzmathematischen Methoden als Hilfsmittel für Investitions- und Finanzierungsentscheidungen in kleinen und mittleren Unternehmen (KMU). Einfache Zinsrechnung, Zinseszinsrechnung und stetige Verzinsung, Renten- und Tilgungsrechnung, Kapitalwert und interner Zinsfuß, Effektivzinsbestimmung nach ICMA und 360-Tage-Methode. <p>Die erlernten mathematischen Konzepte gelten weltweit und sind im In- und Ausland die Grundlage sowohl für ein erfolgreiches Studium wie auch das Arbeiten in der Praxis.</p>		
Literatur	<p>Auer, Benjamin; Seitz, Franz: Grundkurs Wirtschaftsmathematik Sydsaeter, Knut; Hammond, Peter: Mathematik für Wirtschaftswissenschaftler Preuß, Wolfgang; Wenisch, Günter: Lehr- und Übungsbuch Mathematik in Wirtschaft und Finanzwesen Schwenkert, Rainer; Stry, Yvonne: Finanzmathematik kompakt Tietze, Jürgen: Einführung in die angewandte Wirtschaftsmathematik Foliensätze und Übungsaufgaben</p>		
Zulassungsvoraussetzungen gem. SPO	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 50%; text-align: center;">- Keine -</td> <td style="width: 50%; text-align: center;">Empfohlene Voraussetzungen</td> </tr> </table>	- Keine -	Empfohlene Voraussetzungen
- Keine -	Empfohlene Voraussetzungen		
Prüfungsart und Umfang gem. SPO	schriftlicher Leistungsnachweis (schrLN, 60-120 Min.): Klausur, Dauer 120 Minuten		
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Bestehen der Modulprüfung gem. SPO und Studienplan		
Anmerkungen / Hinweise	<p>Das Modul wird im Rahmen der Kooperation regioBWL von der TH Aschaffenburg durchgeführt.</p> <p>Quelle: Modulbeschreibung TH Aschaffenburg</p>		



Investition und Finanzierung			
Inhalte	<p>Im Modul Investition und Finanzierung werden die Grundlagen dieser beiden Themengebiete vermittelt. Das Modul besteht aus seminaristischem Unterricht sowie e-learning-Einheiten und umfasst die folgenden Themengebiete:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) (Bilanzielle) Grundlagen Investition und Finanzierung 2) Beurteilung von Sachinvestitionen: Statische Methoden 3) Beurteilung von Sachinvestitionen: Dynamische Methoden 4) Beurteilung von Finanzinvestitionen: Unternehmensbewertung 5) Beurteilung von Finanzinvestitionen: Anleihen 6) Grundlagen der Finanzierung 7) Beteiligungsfinanzierung 8) Fremdfinanzierung 9) Innenfinanzierung 		
Literatur	<p>Becker, H.P./ Peppmeier, A (2018): Investition und Finanzierung, 8. Auflage Wöhe, G./ Döring, U./Brösel, G (2016): Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, 26. Auflage</p>		
Zulassungsvoraussetzungen gem. SPO	<table border="1" style="width: 100%;"> <tr> <td style="text-align: center;">- Keine -</td> <td style="text-align: center;">Empfohlene Voraussetzungen</td> </tr> </table>	- Keine -	Empfohlene Voraussetzungen
- Keine -	Empfohlene Voraussetzungen		
Prüfungsart und Umfang gem. SPO	schriftlicher Leistungsnachweis (schrLN, 60-120 Min.): Klausur, Dauer 90 Minuten		
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Bestehen der Modulprüfung gem. SPO und Studienplan		
Anmerkungen / Hinweise			

8.3.5. Modul: Internationales Personalmanagement

Internationales Personalmanagement			
Modul-Nr.	20	SPO	SPO IKM/HSAN-20242
Verwendung des Moduls	Studiengang Interkulturelles Management (B.A.)	Pflichtfach	Modulgruppe (gem. SPO): Betriebswirtschaftliche Kompetenzen
Moduldauer	1 Semester	Modulangebot	Sommer
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Ritam Garg		
Dozierende	Prof. Dr. Ritam Garg		
Sprache	Englisch		
Leistungspunkte	5	SWS	4
Arbeitsaufwand	Kontaktstunden: 28 h Selbststudium: 122 h Gesamtaufwand: 150 h		
Lehrformen (gem. SPO):	<input checked="" type="checkbox"/> e-Learning (eL) <input type="checkbox"/> Exkursion (Ex) <input checked="" type="checkbox"/> Vorlesung (V) <input type="checkbox"/> Praktikum <input checked="" type="checkbox"/> Übung (Ü)		
Kurzbeschreibung	<p>Das Modul befasst sich nicht nur mit den grundlegenden Konzepten des alltäglichen Personalmanagements, sondern umfasst auch internationale Aspekte des globalen Talentmanagements.</p> <p>Am Campus Rothenburg bieten wir zusätzlich einen Workshop „Talent Management“ an, der sich mit der internationalen Suche nach Talenten beschäftigt.</p>		
Qualifikationsziele			
Fachkompetenz und Methodenkompetenz	Zahlreiche Umfragen unter Managern und CEOs zeigen, dass Unternehmen in der heutigen globalisierten Geschäftswelt menschliches, organisatorisches und soziales Kapital kultivieren und akkumulieren, um sich nachhaltige Wettbewerbsvorteile zu verschaffen und auf die kritischen geschäftlichen Herausforderungen zu reagieren, denen sie gegenüberstehen. Dieser Kurs dient als Einführung in ausgewählte Aspekte des menschlichen Verhaltens in Organisationen und ist so konzipiert, dass er sich auf zwei Hauptthemen konzentriert: Führung und Talentmanagement in Organisationen sowohl auf nationaler als auch auf internationaler Ebene.		
Persönlichkeitskompetenz und Sozialkompetenz	Die Studierenden werden ihre eigene Rolle als potenzielle Führungskraft reflektieren und ihre Stärken entsprechend einsetzen.		
Handlungskompetenz	Dieser Kurs umfasst auch Kernaspekte wie die Gewinnung, Akquisition und Beibehaltung von Talenten in Organisationen. Der Schwerpunkt des Moduls liegt auf der Ausrichtung des Talentmanagementprozesses auf die Unternehmensstrategie, die Kultur und die Mitarbeitenden. Darüber hinaus werden auch Aspekte des Expat-Managements behandelt, um ein ganzheitliches Bild zu vermitteln.		
Spezielle Kompetenz	Betriebswirtschaftliche Kompetenzen:		



Internationales Personalmanagement	
	Die Studierenden kennen ausgewählte Instrumente des modernen Personalmanagements und sind in der Lage, diese im Berufsalltag erfolgreich einzusetzen.
Inhalte	<ul style="list-style-type: none"> • Kritisches und integratives Denken: Die Studierenden werden befähigt, strategische Instrumente für das Talentmanagement zu entwickeln, um einen innovativen Ansatz für das Humankapitalmanagement in ihren jeweiligen Organisationen zu fördern. • Führung durch zwischenmenschliches Bewusstsein und Arbeit in Teams: Die Studierenden sollen zeigen, dass sie fähig sind, effektiv in einem Team zu arbeiten und dabei die Bedeutung der einzelnen Rollen und Aufgaben zu verstehen sowie Konflikte zu bewältigen und Kompromisse zu schließen, damit die Teamziele erreicht werden. <p>Workshop Talentmanagement:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Internationale Rekrutierung • Die Rolle der Kultur • Implementierung von Talentmanagement in Organisationen
Literatur	<p>Primärquelle: Der Dozent wird verschiedene Quellen durch Folien/Präsentationen im Unterricht, Artikel, Fallstudien und Simulationen bereitstellen, um die Studierenden aktiv einzubinden.</p> <p>Empfohlene Literatur: Global Talent Management, 2nd edition by David G. Collings, Hugh Scullion, and Paula M. Caligiuri. 2019. Routledge. International Human Resource Management, 5th edition by B. Sebastian Reiche. 2018. Sage Publications Ltd. International Human Resource Management, 4th edition by Christopher Brewster, Elizabeth Houldsworth, Paul Sparrow, Guy Vernon. 2016. Kogan Page Publishers. Essentials of International Human Resource Management, by David C. Thomas, and Mila B. Lazarova. 2013. SAGE Publications Ltd.</p> <p>Sekundäre Literatur: Mehrere aktuelle Artikel sind in akademischen und Wirtschaftszeitschriften zu finden, darunter: Academy of Management Journal International Journal of Human Resource Management Journal of Management Journal of International Business Studies Journal of Global Mobility usw.</p> <p>Zusätzlich finden sich zahlreiche Artikel in praxisorientierten Fachzeitschriften wie der Harvard Business Review.</p>
Zulassungsvoraussetzungen gem. SPO	- Keine - Empfohlene Voraussetzungen
Prüfungsart und Umfang gem. SPO	schriftlicher Leistungsnachweis (schrLN, 60-120 Min.): Klausur, Dauer 90 Minuten
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Bestehen der Modulprüfung gem. SPO und Studienplan
Anmerkungen / Hinweise	



Bürgerliches Recht			
Literatur	Gesetzessammlung zum Wirtschaftsrecht Führich, Wirtschaftsprivatrecht, Vahlen Verlag		
Zulassungsvoraussetzungen gem. SPO	- Keine -	Empfohlene Voraussetzungen	
Prüfungsart und Umfang gem. SPO	Projektarbeit (PA, 10-20 Seiten)		
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Bestehen der Modulprüfung gem. SPO und Studienplan		
Anmerkungen / Hinweise	Das Modul wird im Rahmen der Kooperation regioBWL von der TH Aschaffenburg durchgeführt. Quelle: Modulbeschreibung TH Aschaffenburg (Stand 10/2019)		

Grundlagen der Volkswirtschaftslehre			
		Sie erwerben die Befähigung, Konsequenzen wirtschaftspolitischer Entscheidungen für das unternehmerische Handeln zu erkennen und problemadäquate Lösungen zu formulieren.	
Inhalte	<ul style="list-style-type: none"> • Einführung in die Mikroökonomie • Angebot und Nachfrage – Wie funktionieren Märkte? • Grundlagen der Haushaltstheorie und der Theorie der Unternehmung • Wohlfahrtstheorie • Arbeitsteilung und Handel • Die Ökonomik des öffentlichen Sektors • Externe Effekte 		
Literatur	Mankiw, G./Taylor, R.: Grundzüge der Volkswirtschaftslehre (neueste Auflage) Folien zu einzelnen Themen / e-lectures Übungsaufgaben		
Zulassungsvoraussetzungen gem. SPO	- Keine -	Empfohlene Voraussetzungen	
Prüfungsart und Umfang gem. SPO	schriftlicher Leistungsnachweis (schrLN, 60-120 Min.): Klausur, Dauer 120 Minuten		
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Bestehen der Modulprüfung gem. SPO und Studienplan		
Anmerkungen / Hinweise	Das Modul wird im Rahmen der Kooperation regioBWL von der TH Aschaffenburg durchgeführt. Quelle: Modulbeschreibung TH Aschaffenburg (Stand 10/2019)		

8.3.8. Modul: Unternehmensplanspiel

Unternehmensplanspiel			
Modul-Nr.	23	SPO	SPO IKM/HSAN-20242
Verwendung des Moduls	Studiengang Interkulturelles Management (B.A.)	Pflichtfach	Modulgruppe (gem. SPO): Betriebswirtschaftliche Kompetenzen
Moduldauer	1 Semester	Modulangebot	Winter und Sommer
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Markus Skripek		
Dozierende	Prof. Dr. Markus Skripek		
Sprache	Deutsch		
Leistungspunkte	5	SWS	4
Arbeitsaufwand	Kontaktstunden:		60 h
	Selbststudium:		90 h
	Gesamtaufwand:		150 h
Lehrformen (gem. SPO):	<input checked="" type="checkbox"/> e-Learning (eL) <input type="checkbox"/> Exkursion (Ex)		
	<input checked="" type="checkbox"/> Vorlesung (V) <input type="checkbox"/> Praktikum		
	<input checked="" type="checkbox"/> Übung (Ü)		
Kurzbeschreibung			
Qualifikationsziele			
Fachkompetenz und Methodenkompetenz	<p>Kenntnis der unterschiedlichen Aspekte des strategischen Managements und dessen direkte operative Umsetzung in abgestimmte Managemententscheidungen im Rahmen einer Unternehmens-simulation. Dabei wird ein Überblick über die verschiedenen Funktionen im Management sowie das Zusammenspiel von Märkten und Unternehmen erworben. Zur Sicherung des nachhaltigen Erfolgs des eigenen Unternehmens müssen geeignete Maßnahmen in allen Unternehmensbereichen erarbeitet werden. Dazu bedarf es insbesondere der Fähigkeit, Daten und Fakten aus verschiedenen Bereichen des Managements in komplexen Situationen, oft unter Zeitdruck, zu kombinieren.</p>		
Persönlichkeitskompetenz und Sozialkompetenz	<p>Permanentes Treffen von Entscheidungen in heterogenen Teams in einer komplexen Umwelt unter Zeitdruck. Diskursfähigkeit (Einzel und im Team) strategischer Fragestellungen im Zuge des Unternehmensplanspieles. Transformation komplexer Sachverhalte in vermittelbare Entscheidungsvorlagen sowie Entscheidung unter Unsicherheit. Vermittlung, Präsentation und Verteidigung komplexer Sachverhalte z.B. im Zuge der Hauptversammlung. Erarbeiten und Zusammenführen unabhängiger Projekte zu einer Gesamtstrategie z.B. für die Durchführung einer wettbewerbsfähigen Marktstrategie.</p>		
Handlungskompetenz	<p>Die Studierenden wenden erlernte Problem-Lösungskompetenz in unterschiedlichen Managementdisziplinen an, um eine wettbewerbsfähige Strategie zu entwickeln. Dazu nutzen sie klassische Controlling- und Planungsinstrumente ebenso wie Techniken zur Strukturierung und Analyse komplexer Daten, um daraus sowohl strategische als auch operative Initiativen auf Grundlage des Unternehmensplanspieles zu entwickeln.</p>		
Spezielle Kompetenz	Betriebswirtschaftliche Kompetenzen:		

Unternehmensplanspiel			
	<p>Die Studierenden wenden erlernte Problem-Lösungskompetenz in unterschiedlichen Managementdisziplinen an, um eine wettbewerbsfähige Strategie zu entwickeln. Dazu nutzen sie klassische Controlling- und Planungsinstrumente ebenso wie Techniken zur Strukturierung und Analyse komplexer Daten, um daraus sowohl strategische als auch operative Initiativen auf Grundlage des Unternehmensplanspieles zu entwickeln.</p> <p>Digitale Kompetenzen: Die Studierenden verwenden unterschiedliche Controlling-Tools als Grundlage eines betrieblichen Entscheidungsprozesses.</p>		
Inhalte	<p>Das Modul beruht auf einem Unternehmensplanspiel, welches die Studierenden zu ganzheitlich betriebswirtschaftlichem Denken und Handeln anhalten soll. Im besonderen Fokus stehen die Grundprinzipien des „strategischen-“ und des „value-based Management“. In der Zusammenarbeit in Teams planen die Teilnehmer die Unternehmensstrategie und müssen gemeinschaftliche Entscheidungen treffen. Dabei erhalten die Studierenden permanentes Feedback und somit Transparenz über die Konsequenzen der getroffenen Entscheidungen, beispielsweise durch Markt- und Wettbewerbsberichte sowie die Performance des eigenen Unternehmens.</p> <p>Beispielhaft sind Entscheidungen zu einer Auswahl der folgenden Themenkomplexen zu treffen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Interpretation von Geschäftsberichten und die Ableitung einer weiteren Strategie • Anwendung von Controlling und Bilanzanalyseinstrumenten • Erarbeitung eines Marketing Mix • Präsentation der Unternehmensstrategie sowie Präsentation der Unternehmensergebnisse (Hauptversammlung) • „Learning business by doing business“ 		
Literatur	Handbuch TOPSIM General Management II, TATA Interactive Systems, Tübingen, Auflage 12.2.		
Zulassungsvoraussetzungen gem. SPO	<table border="1"> <tr> <td>Modul ikm-17 Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre</td> <td>Empfohlene Voraussetzungen</td> </tr> </table>	Modul ikm-17 Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre	Empfohlene Voraussetzungen
Modul ikm-17 Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre	Empfohlene Voraussetzungen		
Prüfungsart und Umfang gem. SPO	Präsentation (Präs., 15-20 Min.)		
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Bestehen der Modulprüfung gem. SPO und Studienplan		
Anmerkungen / Hinweise			



8.4. Modulbeschreibungen: Modulgruppe Digitale Kompetenzen

Die folgenden Modulbeschreibungen gehören alle in die Modulgruppe Digitale Kompetenzen. Tabelle 4 gibt Ihnen einen Überblick über die hier enthaltenen Module, die einen weiteren Kernbereich unseres Studiengangs Interkulturelles Management ausmachen, um aktuellen Anforderungen digitaler Zusammenarbeit im Geschäftsleben professionell zu begegnen.

Modul-Nr.	Modul
24	Digitales Marketing
25	Innovationsmanagement und Digitalisierung
26	Marktforschung & Datenanalyse
27	Medien und Kommunikation

Tabelle 4 - Modulgruppe Digitale Kompetenzen

8.4.1. Modul: Digitales Marketing

Digitales Marketing			
Modul-Nr.	24	SPO	SPO IKM/HSAN-20242
Verwendung des Moduls	Studiengang Interkulturelles Management (B.A.)	Pflichtfach	Modulgruppe (gem. SPO): Digitale Kompetenzen
Moduldauer	1 Semester	Modulangebot	Sommer
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Carolin Durst		
Dozierende	Prof. Dr. Carolin Durst		
Sprache	Deutsch		
Leistungspunkte	5	SWS	4
Arbeitsaufwand	Kontaktstunden:		30 h
	Selbststudium:		120 h
	Gesamtaufwand:		150 h
Lehrformen (gem. SPO):	<input checked="" type="checkbox"/> e-Learning (eL) <input type="checkbox"/> Exkursion (Ex) <input checked="" type="checkbox"/> Vorlesung (V) <input type="checkbox"/> Praktikum <input checked="" type="checkbox"/> Übung (Ü)		
Kurzbeschreibung	Marketing ist heute digital. Aus diesem Grund ist neben Kenntnissen klassischer Marketingtheorie, die Kenntnis digitalen Marketings und seiner Methoden eine Schlüsselqualifikation für den erfolgreichen Berufseinstieg. Das Modul vermittelt grundlegende digitale Kompetenzen im Bereich Marketing.		
Qualifikationsziele			
Fachkompetenz und Methodenkompetenz	Die Studierenden verfügen über breites und integriertes wissenschaftliches Wissen einschließlich aktueller Grundlagen in dem Bereich „Digitales Marketing“. Durch das vermittelte breite Spektrum an digitalen Marketinginstrumenten und -methoden sind Sie in der Lage, eigenständig digitale Marketingkampagnen methodengeleitet durchzuführen.		
Persönlichkeitskompetenz und Sozialkompetenz	Die Studierenden haben die Fähigkeit, eigenständig Marketingprojekte zu planen und fundierte Entscheidungen im jeweiligen Unternehmenskontext zu treffen. Im Team lösen Sie praktische Probleme eigenverantwortlich und kollegial. Die Studierenden erläutern komplexe Inhalte vor Fachleuten verständlich und korrekt und vertreten ihren Standpunkt argumentativ.		
Handlungskompetenz	Die Studierenden gestalten digitale Marketingkampagnen im Organisationskontext zielorientiert und effizient unter Berücksichtigung der zu Verfügung stehenden finanziellen und personellen Ressourcen.		
Spezielle Kompetenz	Interkulturelle Kompetenzen: Studierende lernen in der Gruppenarbeit individuelle und kulturelle Stärken und Schwächen der einzelnen Gruppenmitglieder zielgerichtet für den Projekterfolg einzusetzen. Sprachkompetenzen: Die Studierenden können Marketingbotschaften und –texte entsprechend der zugrundeliegenden Zielgruppe formulieren. Betriebswirtschaftliche Kompetenzen: Die Studierenden sind in der Lage die Ressourcen für Marketingkampagnen abzuschätzen und die Kampagne an den jeweiligen Unternehmenskontext anzupassen.		

Digitales Marketing			
		Digitale Kompetenzen: Die Studierenden verstehen die Funktionsweise und Wirksamkeit digitaler Marketinginstrumente und können diese im Rahmen von digitalen Marketingkampagnen anwenden.	
Inhalte	<p>Im Modul „Digitales Marketing“ werden Grundlagen des modernen Marketings erläutert und Kenntnisse in folgenden Bereichen vermittelt:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen des Marketingverständnisses • Veränderung der Mediennutzung und Kommunikation • Inbound vs. Outbound Marketing • Content Marketing • Zielgruppenanalyse – Buyer Personas und Customer Journey • Marketinginstrumente <ul style="list-style-type: none"> ○ E-Mail-Marketing ○ SEO/SEA ○ Rating- und Review Management ○ Influencer Marketing • Digitale Marketingkampagnen 		
Literatur	<p>Kreutzer und Land (2017). Digitale Markenführung – Digital Branding im Zeitalter des digitalen Darwinismus, Springer Gabler. Sens (2019). Das Online-Marketing-Cockpit: 8 Phasen einer erfolgreichen Online-Marketing-Strategie. Springer Gabler. Kreutzer (2014). Praxisorientiertes Online-Marketing – Konzepte, Instrumente, Checklisten, Springer Gabler.</p>		
Zulassungsvoraussetzungen gem. SPO	- Keine -	Empfohlene Voraussetzungen	Erfolgreiche Teilnahme am IKM-Modul „Medien und Kommunikation“
Prüfungsart und Umfang gem. SPO	Projektarbeit mit Präsentation: mündliche Prüfung, 15 Minuten, online (vstl. an 2 Veranstaltungstagen)		
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Bestehen der Modulprüfung gem. SPO und Studienplan		
Anmerkungen / Hinweise			

8.4.2. Modul: Innovationsmanagement und Digitalisierung

Innovationsmanagement und Digitalisierung			
Modul-Nr.	25	SPO	SPO IKM/HSAN-20242
Verwendung des Moduls	Studiengang Interkulturelles Management (B.A.)	Pflichtfach	Modulgruppe (gem. SPO): Digitale Kompetenzen
Moduldauer	1 Semester	Modulangebot	Winter
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Carolin Durst		
Dozierende	Maximilian May, MBA M.Sc. PMM		
Sprache	Deutsch		
Leistungspunkte	5	SWS	4
Arbeitsaufwand	Kontaktstunden:		40 h
	Selbststudium:		110 h
	Gesamtaufwand:		150 h
Lehrformen (gem. SPO):	<input checked="" type="checkbox"/> e-Learning (eL) <input type="checkbox"/> Exkursion (Ex)		
	<input checked="" type="checkbox"/> Vorlesung (V) <input type="checkbox"/> Praktikum		
	<input checked="" type="checkbox"/> Übung (Ü)		
Kurzbeschreibung	<p>Für Organisationen ist Innovation ein zentrales strategisches Erfolgskriterium, das gezielt zu fördern und zu steuern ist.</p> <p>Grundlegende Arten der Innovation sowie Innovationsfähigkeit sind ebenso wesentlich wie die organisationale Einbindung von Innovation (Innovationsmanagement). Im Modul beschäftigen sich die Studierenden mit diesen Grundlagen ausgiebig und beleuchten die Themenfelder Technologiemanagement und Digitalisierung.</p> <p>Darüber hinaus erlernen sie praktische Fähigkeiten wie die Durchführung eines Workshops als Moderator sowie systematisches Vorgehen für innovative Lösungsfindungen beispielsweise in Design- Thinking-Workshops und mit Kreativmethoden.</p>		
Qualifikationsziele			
Fachkompetenz und Methodenkompetenz	<p>Die Studierenden verfügen über breites und integriertes Wissen über grundlegende Arten und Wirkungsmechanismen der Innovation. Sie bewerten die Innovationsfähigkeit von Organisationen auf Basis von Verständnis und bekannter Anwendung der wesentlichen Bestimmungsmechanismen von Innovation sowie der wesentlichen Ansatzpunkte zu deren Beeinflussung.</p> <p>Die Studierenden unterscheiden unterschiedliche Positionen im Technologiemanagement und bewerten Digitalisierungsansätze für Organisationen unterschiedlichen Reifegrads.</p> <p>Die Studierenden kennen Vorgehensweisen und Methoden zur Moderation von Workshops und DesignThinking-Veranstaltungen.</p> <p>Ergänzend sind die Studierenden im Umgang mit Literaturrecherche und Einsatz im Rahmen des Hochschulstudiums vertraut.</p>		

Innovationsmanagement und Digitalisierung

<p>Persönlichkeitskompetenz und Sozialkompetenz</p>	<p>Die Studierenden kennen ihre eigenen Möglichkeiten, kreativ tätig zu werden und die kreativen Ideen zu realisieren. Sie kennen die spezifische neutrale, allparteiliche Haltung eines Moderators und setzen diese im Rahmen von Moderationsprozessen ein. Die Studierenden entwickeln kreative Ideen in Zusammenarbeit mit anderen, sie ermöglichen die unterschiedlichen Phasen von Kreativprozessen in Teams.</p>
<p>Handlungskompetenz</p>	<p>Die Studierenden gestalten Innovationsmanagement als grundlegende organisationale Einbindung von Innovation in Organisationen auf Basis der Kenntnis von Methoden und Abläufen des Innovationsmanagements. Sie moderieren kleine, partizipative Workshops eigenständig unter Einsatz von Moderationsmethoden und -medien. Sie differenzieren die verschiedenen Schritte und Herangehensweisen strukturierter Problemlösungs- und Ideenfindungsherangehensweisen und kennen aktuelle Trendthemen.</p>
<p>Spezielle Kompetenz</p>	<p>Interkulturelle Kompetenzen: Die Studierenden kennen die Einflüsse interkultureller Diversität auf Ideenfindungsprozesse und Innovationsvorhaben. Betriebswirtschaftliche Kompetenzen: Die Studierenden gestalten Innovationsmanagement als grundlegende organisationale Einbindung von Innovation in Organisationen. Digitale Kompetenzen: Die Studierenden bewerten Digitalisierungsansätze für Organisationen und gestalten deren Umsetzung.</p>
<p>Inhalte</p>	<p>Das Modul besteht aus seminaristischem Unterricht und e-learning-Sequenzen.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Innovationsökonomik: Definition, Bedeutung von Innovation, Rahmenbedingungen für Innovation, Innovationsprozess im Gesamten • Innovationsmanagement: Innovationsprozess im betrieblichen Umfeld, Innovationsstrategie, Organisation und Menschen, DesignThinking (Prozess, Methoden) • Technologiemanagement: Technologiezyklen • Moderation: Haltung des Moderators, Moderationsprozess, Methoden der Moderation in allen Phasen des Moderationsprozesses • Digitalisierung: Ziele, Vorgehen, Umsetzung
<p>Literatur</p>	<p>Tidd, J. und Bessant, J (2015): Managing Innovation: Integrating Technological, Market and Organizational Change. 5. Auflage. Wiley, Hoboken.</p> <p>Hartschen et al. (2009): Innovationsmanagement. Die 6 Phasen von der Idee bis zur Umsetzung. 3. Auflage. Gabal, Weinheim</p> <p>Christensen, C.M. (2000): The Innovator's Dilemma: When New Technologies Cause Great Firms to Fail. Harvard Business Review Press, Watertown</p> <p>Seifert, J.W. (2015): Visualisieren, Präsentieren, Moderieren. 35. Auflage. Gabal, Weinheim</p> <p>Vahs, D. und Brem, A. (2013): Innovationsmanagement. 4. Auflage. Schäffer-Poeschel, Stuttgart</p> <p>Hauschildt, J. et al. (2016) Innovationsmanagement. 6. Auflage. Vahlen, München</p> <p>Titelnot, C. et al. (1999): Innovationsmanagement. Springer, Heidelberg.</p> <p>Gassmann, O. und Sutter, P. (2008): Praxiswissen Innovationsmanagement. Von der Idee zum Markterfolg. Hanser, München</p> <p>Cassens, M. und Meyer, W. (2010): Abenteuer Innovation. Von der zündenden Idee zum erfolgreichen Produkt. Eichborn, Frankfurt.</p>



Innovationsmanagement und Digitalisierung			
	<p>Koltze, K. und Souckov, V. (2011): Systematische Innovation. TRIZ-Anwendung in der Produkt- und Prozessentwicklung. Hanser, München.</p> <p>Dahm, M und Thode, S. (2019): Strategie und Transformation im digitalen Zeitalter. Inspirationen für Management und Leadership. Wiesbaden, Springer Gabler</p> <p>Rowles, D und Brown, T. (2017): Building Digital Culture. A practical guide to successful digital transformation. London: Kogan Page</p>		
Zulassungsvoraussetzungen gem. SPO	- Keine -	Empfohlene Voraussetzungen	Empfehlenswert ist eine vorherige Beschäftigung mit wesentlichen Innovationen von erfolgreichen Organisationen.
Prüfungsart und Umfang gem. SPO	Projektarbeit (PA, 10-20 Seiten): Seminararbeit ca. 15 Seiten gem. im Modul veröffentlichter Aufgabenstellung		
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Bestehen der Modulprüfung gem. SPO und Studienplan		
Anmerkungen / Hinweise			

8.4.3. Modul: Marktforschung & Datenanalyse

Marktforschung & Datenanalyse			
Modul-Nr.	26	SPO	SPO IKM/HSAN-20242
Verwendung des Moduls	Studiengang Interkulturelles Management (B.A.)	Pflichtfach	Modulgruppe (gem. SPO): Digitale Kompetenzen
Moduldauer	1 Semester	Modulangebot	Winter
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Alexander Piazza		
Dozierende	Prof. Dr. Alexander Piazza		
Sprache	Deutsch		
Leistungspunkte	5	SWS	4
Arbeitsaufwand	Kontaktstunden:		30 h
	Selbststudium:		120 h
	Gesamtaufwand:		150 h
Lehrformen (gem. SPO):	<input checked="" type="checkbox"/> e-Learning (eL) <input type="checkbox"/> Exkursion (Ex)		
	<input checked="" type="checkbox"/> Vorlesung (V) <input type="checkbox"/> Praktikum		
	<input checked="" type="checkbox"/> Übung (Ü)		
Kurzbeschreibung	Die Studierenden kennen in der Praxis relevante Konzepte, Methoden und Anwendungsfelder der Marktforschung. Mithilfe der Datenanalyse-Software KNIME und der Tabellenkalkulation Excel können quantitative und qualitative Daten ausgewertet werden.		
Qualifikationsziele			
Fachkompetenz und Methodenkompetenz	Die Studierenden kennen in der Praxis relevante Konzepte, Methoden und Anwendungsfelder der Marktforschung und der Datenanalyse. Sie haben einen Überblick über die Methoden der empirischen Forschung. Die Studierenden erlernen dabei den Weg von der Erstellung eines Fragebogens bis hin zur Auswertung und Kommunikation der Ergebnisse. Bei der Datenanalyse können die Studierenden die gesammelten Daten anhand der Datenanalyse-Software KNIME und R aufbereiten, transformieren, modellieren und visualisieren.		
Persönlichkeits-kompetenz und Sozialkompetenz	Die Studierenden kommunizieren professionell im Rahmen quantitativer Marktforschungsvorhaben über alle Phasen hinweg.		
Handlungskompetenz	Die Studierenden führen selbstständig ein Marktforschungsvorhaben von der Konzeption der Studie bis zur Datenanalyse und Ergebnispräsentation durch. Dabei wenden sie zur Fragebogenauswertung die Datenanalyse-Software KNIME und R an.		
Spezielle Kompetenz	Betriebswirtschaftliche Kompetenzen: Die Studierenden bewerten unterschiedliche Methoden der Marktforschung und der angewandten Datenanalyse bezüglich einer vorgegebenen Fragestellung und führen eigenständige Marktforschungsvorhaben durch. Dabei verfügen sie über Verständnis der Verfahren der Marktforschung, interpretieren Kennzahlen und erkennen signifikante Unterschiede. Digitale Kompetenzen:		

Marktforschung & Datenanalyse		
		Die Studierenden wenden die Fragebogensoftware SoSci Survey sowie KNIME und R als Auswertungssoftware eigenständig an.
Inhalte		<p>Im Modul Marktforschung werden Kenntnisse und Fertigkeiten in den folgenden Bereichen vermittelt:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Rolle der Marktforschung im Unternehmen • Methoden der Marktforschung • Fragebogenkonstruktion • Statische Grundlagen der Datenanalyse • Daten Transformation, Modellierung und Visualisierung mit der Datenanalyse-Software KNIME und R
Literatur		<p>Backhaus, K./Erichson, B./Gensler, S./Weiber, R. & Weiber, T. (2021), Multivariate Analysemethoden – Eine anwendungsorientierte Einführung, 16. Auflage, Springer-Gabler</p> <p>Brell, C. / Brell, J. & Kirsch, S. (2016), Statistik von Null auf Hundert – Mit Kochrezepten schnell zum Statistik-Grundwissen (2. Aufl.), Springer Spektrum</p> <p>Döring, N. & Bortz, J. (2016): Forschungsmethoden und Evaluation in den Sozial- und Humanwissenschaften (5. Aufl.). Springer</p> <p>Hayasaka, S. & Silipo, R. (2020): KNIME Beginner's Luck, KNIME Press Homburg, C. (2020), Marketingmanagement: Strategie – Instrumente – Unternehmensführung, 7. Auflage. Springer Gabler</p> <p>Homburg, C. (2020), Grundlagen des Marketingmanagements: Einführung in Strategie, Instrumente, Umsetzung und Unternehmensführung (6. Auflage). Springer Gabler</p> <p>Koch, J. & Riedmüller, F. (2021): Marktforschung, Grundlagen und praktische Anwendung (8. Aufl), De Gruyter</p> <p>Koch, J. / Gebhardt, P. & Riedmüller, F. (2015): Marktforschung, Grundlagen und praktische Anwendung (8. Aufl), De Gruyter</p> <p>Sauer, S. (2019): Moderne Datenanalyse mit R: Daten einlesen, aufbereiten, visualisieren, modellieren und kommunizieren. Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH</p> <p>Wickham, H. / Grolemond, G. (2016): R for Data Science: Import, Transform, Visualize, and Model Data. O'Reilly Media</p>
Zulassungsvoraussetzungen gem. SPO	- Keine -	Empfohlene Voraussetzungen
Prüfungsart und Umfang gem. SPO	Präsentation (Präs., 15-20 Min.): Seminararbeit, 10-15 Seiten	
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Bestehen der Modulprüfung gem. SPO und Studienplan	
Anmerkungen / Hinweise		

Medien und Kommunikation

<p>Persönlichkeitskompetenz und Sozialkompetenz</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Grundwissen über die Medienlandschaft und Medientypen wiedergeben • Medienangebote kritisch reflektieren und analysieren • Anwendungsfelder von Medienkompetenz in Unternehmen beschreiben • Erwerb von praktischen Kompetenzen in den Bereichen Fotografie, Video, Presse- und Öffentlichkeitsarbeit und Webseitenerstellung • Digitale Medien zur Informationsrecherche, virtuellen Kommunikation und (kooperativen) Erstellung von Inhalten adäquat und zielführend einsetzen <p>Fach- und Methodenkompetenz:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Die Studierenden verfügen ein breites Grundwissen über die Medienlandschaft. • Die Studierenden erlangen eingehende Kenntnisse über grundlegende Medien- und Kommunikationsmodelle. • Die Studierenden erwerben ein breites und integriertes Wissen über verschiedene Medientypen. • Die Studierenden verfügen über grundlegende praktische Kenntnisse auf den Gebieten Fotografie, Videodreh und Homepageerstellung. • Die Studierenden können professionell mit digitalen Präsentationsformaten umgehen. • Die Studierenden erlangen ein breites und integriertes Wissen über Problematiken moderner Medienwelten und können sich kritisch und lösungsorientiert mit diesen auseinandersetzen. • Die Studierenden werden für den kritischen Umgang mit stereotypen Darstellungen in Medienkulturen sensibilisiert.
<p>Handlungskompetenz</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Die Studierenden können Texte im Anwendungsfeld der internen und externen Unternehmenskommunikation zielführend verfassen und beantworten. • Die Studierenden können fachliche Inhalte zielführend produzieren und multimedial präsentieren. • Die Studierenden können virtuelle Gesprächsrunden unter zielgerichtetem Medieneinsatz anleiten. • Die Studierenden können mediengestützt im Internet mit anderen Personen zusammenarbeiten. • Die Studierenden erwerben einen kritischen und reflexiven Umgang in der Mediennutzung und Quellenbeurteilung.
<p>Spezielle Kompetenz</p>	<p>Betriebswirtschaftliche Kompetenzen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Die Studierenden kooperieren und kollaborieren verantwortlich und kollegial in virtuellen Arbeitsgruppen • Die Studierenden lernen, Verantwortung für ihr Team zu übernehmen • Die Studierenden lernen, fachliche Inhalte verständlich aufzubereiten und professionelle zu präsentieren <p>Digitale Kompetenzen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Die Studierenden erwerben ein breites Wissen über digitale Fotografie und Bildbearbeitung sowie Bildaufbau und fotografische Technik. • Die Studierenden erwerben Techniken und Methoden für einen integrativen, sicheren und professionellen Umgang mit digitalen Medien im Berufsalltag. • Die Studierenden erwerben Fähigkeiten auf dem Gebiet des Videodrehes und –schnitts. • Die Studierenden lernen, sich kritisch und reflektierend mit kontemporären Medienphänomenen, (wie Fake News und Stereotype in den Medien oder den Auswirkungen der Smartphone-Nutzung) auseinanderzusetzen und diese zu analysieren
<p>Inhalte</p>	<p>1. Medienkunde</p>



Medien und Kommunikation			
	2. Medienarbeit und PR in Unternehmen 3. Grundlagen der Fotografie 4. Videodreh und -schnitt mit dem Smartphone 5. Professionelle Fotografie 6. Praxisübung Fotografie und Videodreh 7. Mediengestaltung I: How to PowerPoint 8. Mediengestaltung II: Schrift, Farbwirkung und Layout 9. Fake News, Social Media & Social Bots 10. Medien und Stereotype		
Literatur	Beck, K. (2017). Kommunikationswissenschaft. Stuttgart: utb. Bonfadelli, H.; Jarren, O.; Siegert, G. (2010): Einführung in die Publizistikwissenschaft (3. Aufl.). Bern, Stuttgart, Wien: Haupt Verlag. Böhringer, J.; Bühler, P.; Schlaich, P. (2013). Präsentieren für Schule, Studium und Beruf. Wiesbaden: Springer. Connell, R. (2013). Gender. Wiesbaden: Springer VS. Deg, R. (2017). Basiswissen Public Relations. Professionelle Presse- und Öffentlichkeitsarbeit. Wiesbaden: Springer VS. Femers, S. (2007). Die ergrauende Werbung. Altersbilder und werbesprachliche Inszenierungen von Alter und Altern. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften. Grittmann, E.; Lobinger, K.; Neverla, I.; Pater, M. (2018). Körperbilder – Körperpraktiken. Visualisierung und Vergeschlechtlichung von Körpern in Medienkulturen. Köln: Herbert von Halem. Holtz-Bacha, C. (2011). Stereotype? Frauen und Männer in der Werbung. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften. Hoffmann, D. (2018). Mediensoziologie. Handbuch für Wissenschaft und Studium. Nomos: Baden-Baden. Janich, N. (2019). Stereotype in Marketing und Werbung. Interdisziplinäre Perspektiven auf kulturspezifische Wissensrepräsentationen. Wiesbaden: Springer VS. Sachs-Hombach, K., Zywietz, B. (2018). Fake News, Hashtags & Social Bots. Neue Methoden populistischer Propaganda. Wiesbaden: Springer VS Verlag für Sozialwissenschaften. Röttger, U. (2018). Grundlagen der Public Relations. Eine kommunikationswissenschaftliche Einführung. Wiesbaden: Springer VS. Schulz von Thun, F. (2014). Miteinander reden (Band 1-4). Hamburg: Rowohlt. Seifert, J. (2011). Visualisieren. Präsentieren. Moderieren. Offenbach: Gabal. Watzlawick, P. (2016): Menschliche Kommunikation. Formen, Störungen, Paradoxien. Bern: Hogrefe.		
Zulassungsvoraussetzungen gem. SPO	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 50%; text-align: center;">- Keine -</td> <td style="width: 50%; text-align: center;">Empfohlene Voraussetzungen</td> </tr> </table>	- Keine -	Empfohlene Voraussetzungen
- Keine -	Empfohlene Voraussetzungen		
Prüfungsart und Umfang gem. SPO	Präsentation (Präs., 15-20 Min.): Seminararbeit, 10-15 Seiten nach Instruktion		
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Bestehen der Modulprüfung gem. SPO und Studienplan		
Anmerkungen / Hinweise			



8.5. Modulbeschreibungen: Modulgruppe Studienschwerpunkte

Im Studiengang Interkulturelles Management wählen Sie im Studienverlauf einen Studienschwerpunkt aus den folgenden Feldern aus:

- Gastronomie und Tourismus
- Handel und Dienstleistungen

Dementsprechend belegen Sie die dazugehörigen Module des jeweiligen Studienschwerpunkts. Zur Orientierung finden Sie hier alle Modulbeschreibungen.

Beachten Sie: Die Studien- und Prüfungsordnung nennt hier jeweils die Module I – III. Zur inhaltlichen Orientierung haben wir die Module hier mit dem Klartext benannt und die Verwendbarkeit auf die Module beschrieben.



8.5.1. Modulgruppe Studienschwerpunkt Gastronomie und Tourismus

Im Studienschwerpunkt Gastronomie und Tourismus absolvieren Sie drei Schwerpunktpflichtmodule.

Modul-Nr.	Modul
28.1	Gastronomie und Tourismus I
28.2	Gastronomie und Tourismus II
28.3	Gastronomie und Tourismus III

Tabelle 5 - Modulgruppe Studienschwerpunkt Gastronomie und Tourismus

Die folgenden Module können Sie für diese drei Schwerpunktmodule belegen, die zugehörigen Modulbeschreibungen finden Sie nachfolgend:

- Hospitality Management
- Eventmanagement
- Digital Tourism

8.5.1.1. Modul: Hospitality Management

Hospitality Management			
Modul-Nr.	28.1	SPO	SPO IKM/HSAN-20242
Verwendung des Moduls	Studiengang Interkulturelles Management (B.A.) Studienschwerpunkt Gastronomie und Tourismus I	Pflichtfach	Modulgruppe (gem. SPO): Studienschwerpunkt Gastronomie und Tourismus
Moduldauer	1 Semester	Modulangebot	Sommer
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Ritam Garg		
Dozierende	Anton Leiner/ vhb		
Sprache	Deutsch		
Leistungspunkte	5	SWS	4
Arbeitsaufwand	Kontaktstunden:		34 h
	Selbststudium:		26 h
	Gesamtaufwand:		60 h
Lehrformen (gem. SPO):	<input checked="" type="checkbox"/> e-Learning (eL) <input type="checkbox"/> Exkursion (Ex) <input checked="" type="checkbox"/> Vorlesung (V) <input type="checkbox"/> Praktikum <input checked="" type="checkbox"/> Übung (Ü)		
Kurzbeschreibung	Im Modul werden die Grundlagen der Hospitality Industrie, des Hotel Managements sowie der Distribution und des Vertriebs in der Hotellerie erläutert. Das Modul findet in Kooperation mit der Vhb statt.		
Qualifikationsziele			
Fachkompetenz und Methodenkompetenz	<p>Die Studierenden kennen und verstehen grundlegende Erscheinungsformen von Hotels, deren Leistungsangebote, Organisations- und Vertragsformen, Strukturen, Standards und Prozesse. Sie sind vertraut mit den aktuellen und besonderen Herausforderungen der Branche.</p> <p>Sie lernen die wichtigsten Abteilungen und Bereiche im Detail kennen, deren Aufgaben, Ziele und überbereichliche Zusammenhänge.</p> <p>Moderne Distribution, Vertrieb und Yield Management mit ihren Eigenschaften sind bekannt, entsprechende Vorgehensweisen und Tools wurden erklärt.</p> <p>Die Studierenden lernen die Anwendung von Ist-Analysen, das Erheben, Verstehen und Auswerten von Kennzahlen, die Analyse und Einordnung von Qualität von Produkt und Dienstleistung, sowie den Umgang mit externen Bewertungen. Sie lernen auf der Basis des festgestellten Status Quo entsprechende Wege, Ziele und Strategien für den analysierten Betrieb zu entwickeln.</p> <p>Nachhaltigkeit ist bereits heute eines der Hauptthemen im Fokus der Kunden.</p> <p>Die Studierenden werden in der Lage sein, strategisches Vorgehen von der Analyse bis zur nachhaltigen Umsetzung anzuwenden. Sie lernen dabei verschiedene Tools und Vorlagen zur Unterstützung kennen.</p>		

Hospitality Management		
Persönlichkeits-kompetenz und Sozialkompetenz	Die Studierenden lernen die Wichtigkeit von Teamfähigkeit, motivierendem Führungsverhalten, flachen Hierarchien, Entscheidungsbeteiligung und Kreativität im Dienstleistungsbereich und im Besonderen im Tourismus kennen. Nachhaltigkeit im Handeln wird zum Grundprinzip	
Handlungskompetenz	Nachdem die Studierenden die allgemeinen Zusammenhänge und Prozesse verstanden haben, lernen Sie diese anhand einer begleitenden "Case Study" anzuwenden.	
Spezielle Kompetenz	Unternehmerisches, betriebswirtschaftliches Denken und Handeln	
Inhalte	Die Studierenden erhalten einen Einblick in die Hotellerie, die allgemeinen Zusammenhänge, die wichtigsten operativen Abteilungen und die Schwerpunkte des Managements, zunächst als Überblick über die Branche im Allgemeinen, dann in die konkrete Vorgehensweise bezogen auf ein individuelles Hotel. Die begleitende Case Study führt die Studierenden praxisnah durch die Strukturen und Prozesse.	
Literatur	Marco A. Gardini: Grundlagen der Hotellerie und des Hotel- Managements U. Karla Henschel, Axel Gruner, Burkhard von Freyberg: Hotel-Management Barbara Senses: Revenue Management	
Zulassungsvoraussetzungen gem. SPO	- Keine -	Empfohlene Voraussetzungen Interesse für Tourismus, Gastronomie
Prüfungsart und Umfang gem. SPO	schriftlicher Leistungsnachweis (schrLN, 60-120 Min.): Klausur, Dauer 90 Minuten	
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Bestehen der Modulprüfung gem. SPO und Studienplan	
Anmerkungen / Hinweise		



Eventmanagement		
		Veranstaltung und der zuvor gesetzten Ziele.
	Handlungskompetenz	Fähigkeit zur Anwendung von Methoden und Tools aus dem Eventmanagement auf übliche Problem- und Fragestellungen für die erfolgreiche praktische Umsetzung von Veranstaltungskonzepten.
	Spezielle Kompetenz	<p>Sprachkompetenzen: insbesondere im Rahmen der Präsentation von Veranstaltungskonzepten und der klaren Kommunikation im Team</p> <p>Betriebswirtschaftliche Kompetenzen: Koordination und Terminierung unterschiedlicher Aufgabenbereiche</p> <p>Digitale Kompetenzen: Anwendung digitaler Medien und Marketinginstrumente zur gezielten Kommunikation von Veranstaltungen über verschiedene Kanäle</p> <p>Die Studierenden bringen sich verantwortlich und kollegial in Expertenteams zu Kultur- und Wertebeschreibung ein.</p>
	Inhalte	<p>Das Modul unterteilt sich in eine Theorie- und Praxisphase. In der Theoriephase erlernen die Studierenden die Grundlagen des Eventmanagements. In der Praxisphase wenden die Studierenden das erlernte Wissen durch die Konzeption einer Veranstaltung an. Die praktische Arbeit erfolgt selbstständig in kleinen Projektgruppen.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen des Eventmanagements • Veranstaltungsarten und Kommunikationsziele • Eventwirtschaft – Organisationen und Institutionen in der Eventbranche • Eventplanung und -konzeption • Veranstaltungsdramaturgie & Storytelling • Maßnahmen im Eventmarketing • Eventcontrolling, Finanzierung und Sponsoring • Crowdmanagement und Sicherheit bei öffentlichen Veranstaltungen • Konzeption eines Events in Teilprojektteams
	Literatur	<p>Eisermann, Winnen & Wrobel (2014). Praxisorientiertes Eventmanagement, Springer Gabler</p> <p>Knoll (2017). Veranstaltungen 4.0 - Konferenzen, Messen und Events im digitalen Wandel, Springer Gabler</p> <p>Schmitt (2012). Praxishandbuch Event Management, Springer Gabler</p>
	Zulassungsvoraussetzungen gem. SPO	- Keine -
		Empfohlene Voraussetzungen
	Prüfungsart und Umfang gem. SPO	Präsentation (Präs., 15-20 Min.): 15 Min.
	Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Bestehen der Modulprüfung gem. SPO und Studienplan
	Anmerkungen / Hinweise	

8.5.1.3. Modul: Digital Tourism

Digital Tourism			
Modul-Nr.	28.3	SPO	SPO IKM/HSAN-20242
Verwendung des Moduls	Studiengang Interkulturelles Management (B.A.) Studienschwerpunkt Gastronomie und Tourismus III	Pflichtfach	Modulgruppe (gem. SPO): Studienschwerpunkt Gastronomie und Tourismus
Moduldauer	1 Semester	Modulangebot	Winter und Sommer
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Carolin Durst		
Dozierende	Robert Goecke		
Sprache	Deutsch		
Leistungspunkte	5	SWS	4
Arbeitsaufwand	Kontaktstunden:		58 h
	Selbststudium:		92 h
	Gesamtaufwand:		150 h
Lehrformen (gem. SPO):	<input checked="" type="checkbox"/> e-Learning (eL) <input type="checkbox"/> Exkursion (Ex) <input checked="" type="checkbox"/> Vorlesung (V) <input type="checkbox"/> Praktikum <input checked="" type="checkbox"/> Übung (Ü)		
Kurzbeschreibung			
Qualifikationsziele			
Fachkompetenz und Methodenkompetenz	Fähigkeit sich selbständig und diszipliniert digitale papierlose Lerninhalte zur Digitalisierung im Tourismus zu strukturieren und anzueignen. Kompetent Fragen in Online-Foren zu stellen und an Online-Diskussionen zu komplexen Fragestellungen teilzunehmen.		
Persönlichkeitskompetenz und Sozialkompetenz	Kenntnis der Internet-/Web-Anwendungen im Tourismus und ihrer Wirkungen auf die Digitalisierung der Tourismus-Wertschöpfungskette.		
Handlungskompetenz	Fähigkeit zur Modellierung, Visualisierung, Simulation und Optimierung typischer Tourismus-Geschäftsmodelle mit EXCEL - Kenntnis computergestützter Optimierungsverfahren und ihrer Anwendung im EXCEL-Solver		
Spezielle Kompetenz	Kenntnis digitaler Distributions- und Werbekanäle im Tourismus und der Grundlagen des Multi-Channel-Revenue Managements		
Inhalte	<p>Die Digitalisierung im Tourismus wird als Transformationsprozess durch Konvergenz der Wertschöpfungsketten des Tourismus mit der Informations- und Kommunikationstechnik sowie der Medienbranche nachgezeichnet. Es werden wichtige Internet- und Web-Technologien sowie Tourismus-Web-Anwendungen und ihr Zusammenspiel vorgestellt.</p> <p>Die Digitalisierung im Tourismus hat nicht nur zu neuen Geschäftsmodellen, sondern auch zu neuen Möglichkeiten der Geschäftsmodellsimulation und -optimierung insbesondere durch Revenue Management geführt. Anhand von EXCEL-Beispielen werden Tourismus-Geschäftsmodelle auf der Basis einer Kombination von Break-Even- und Markt-Modellen erstellt, simuliert und optimiert.</p>		



Digital Tourism	
	<p>Dies ist Grundlage für einen praxisorientierten Kurzüberblick in die Methoden des Revenue bzw. Yield Managements als computergestütztes Preis- und Kapazitätsmanagement zur Ertragsoptimierung im Tourismus. Das Revenue Management von Airlines, als Optimierungsproblem eingeführt. Auch Multi-Channel Distribution und Revenue Management zur optimalen Steuerung der zahlreichen alten und neuen Distributions- und Advertising-Kanäle des Online-Marketings werden vorgestellt. Exkurse skizzieren die den Beispielen zugrundeliegenden numerischen Optimierungsverfahren im Excel-Solver. Eine kritische Analyse der Effekte und Herausforderungen der Digitalisierung im Tourismus für die Arbeitswelt schließen den Kurs ab.</p>
Literatur	s. vhb
Zulassungsvoraussetzungen gem. SPO	- Keine -
	Empfohlene Voraussetzungen
Prüfungsart und Umfang gem. SPO	schriftlicher Leistungsnachweis (schrLN, 60-120 Min.): Klausur, Dauer 90 Minuten
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Bestehen der Modulprüfung gem. SPO und Studienplan
Anmerkungen / Hinweise	

8.5.2. Modulgruppe Studienschwerpunkt Handel und Dienstleistungen

Im Studienschwerpunkt Handel und Dienstleistungen absolvieren Sie drei Schwerpunktpflichtmodule.

Modul-Nr.	Modul
29.1	Handel und Dienstleistungen I
29.2	Handel und Dienstleistungen II
29.3	Handel und Dienstleistungen III

Tabelle 6 - Modulgruppe Studienschwerpunkt Handel und Dienstleistungen

Die folgenden Module können Sie für diese drei Schwerpunktmodule belegen, die zugehörigen Modulbeschreibungen finden Sie nachfolgend:

- International Business and Strategy
- Digitale Arbeitswelten
- Frugal Sustainability

International Business and Strategy			
Spezielle Kompetenz	Erkennung und Anpassung an kulturelle Unterschiede in Geschäftspraktiken, Kommunikationsstilen, Verhandlungsstrategien und Führungsansätzen, um effektive kulturübergreifende Interaktionen zu ermöglichen.		
Inhalte	<ul style="list-style-type: none"> • Der Kurs International Business Strategy befasst sich mit den komplexen Zusammenhängen des globalen Geschäftslebens und deckt die Bereiche internationales Geschäft, Strategie und Logistik ab. • Interaktive Diskussionen, praktische Aktivitäten und Gruppenprojekte sind integraler Bestandteil des Kurses und ermöglichen es den Studenten, die erlernten Konzepte effektiv anzuwenden. • Die Studierenden führen eine umfassende Analyse eines multinationalen Unternehmens durch und entwickeln Strategien für einen nachhaltigen Wettbewerbsvorteil und eine Steigerung des Shareholder Value. • Grundlegende Konzepte multinationaler Organisationen, einschließlich des Einflusses der Kultur auf das Geschäft, werden hervorgehoben. • Prinzipien aus den Bereichen Management, Marketing, Rechnungswesen, Finanzen und Wirtschaft leiten die Studierenden bei der strategischen Analyse und Formulierung zur Optimierung der Unternehmensleistung an. • Die Prinzipien der internationalen Logistik werden integriert und bieten Einblicke in grenzüberschreitende Bewegungen und Wettbewerbsvorteile. • Der Kurs wird von einer Professorin aus den Vereinigten Staaten (die ursprünglich aus Jamaika stammt) unterrichtet und legt den Schwerpunkt auf die praktische Anwendung von Konzepten aus den Bereichen International Business, Strategie und Logistik. 		
Literatur	<p>Cateora, P., Gilly, M., & Graham, J. (2020). International Marketing, 18th edition, McGraw Hill</p> <p>David, Fred R. (2011). Strategic management: concepts and cases, 13th edition, Pearson Education Inc.</p> <p>Hill, C. (2022). Global Business Today, 12th Edition, McGraw Hill</p> <p>Hill, C. (2023). International Business: Competing in the Global Marketplace, 14th edition, McGraw Hill</p> <p>Geringer, M International Business, 3rd edition, McGraw Hill</p>		
Zulassungsvoraussetzungen gem. SPO	<table border="1"> <tr> <td>- Keine -</td> <td>Empfohlene Voraussetzungen</td> </tr> </table>	- Keine -	Empfohlene Voraussetzungen
- Keine -	Empfohlene Voraussetzungen		
Prüfungsart und Umfang gem. SPO	Projektarbeit (PA, 10-20 Seiten) Präsentation (Präs., 15-20 Min.)		
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Die Bewertung des Kurses basiert auf individuellen Aufgaben (Quiz, Berichte von Gastrednern, Diskussionsfragen), Gruppenaufgaben (Fallstudien und Semesterprojekte, die beide mündliche Präsentationen erfordern) und der Teilnahme am Unterricht.		
Anmerkungen / Hinweise	Die Studienarbeit wird im Plenum präsentiert.		

Digitale Arbeitswelten

	<p>auseinanderzusetzen und zu verständigen sowie die Arbeits- und Lebenswelt mitgestalten. Die Studierenden bringen sich verantwortlich und kollegial in Expertenteams zur inhaltlichen Recherche und Präsentation der Ergebnisse ein. Die Studierenden lösen Probleme im Team vorausschauend. Die Studierenden erläutern komplexe Themen vor Fachleuten verständlich und korrekt, vertreten ihren Standpunkt argumentativ und entwickeln diesen gemeinsam weiter.</p>
Handlungskompetenz	<p>Die Studierenden gestalten Prozesse innerhalb der Teamarbeit bei Recherche und Ergebnispräsentation zielorientiert und effizient unter Berücksichtigung der wissenschaftlichen Leitfragen, Teamkonstellation sowie der Terminvorgaben des Kurses.</p>
Spezielle Kompetenz	<p>Interkulturelle Kompetenzen: Die Themen des Moduls überschreiten Landes- und Sprachgrenzen. Die Digitalisierung lässt auch in der Arbeitswelt die Kulturen immer enger zusammenrücken.</p> <p>Betriebswirtschaftliche Kompetenzen: Disruptive Innovationen, neue Wettbewerber und bisher undenkbare Kooperationspartner mit z.T. branchenfremden Unternehmensstrategien fordern den Ausbau und die Transformation betriebswirtschaftlicher Sichtweisen.</p> <p>Digitale Kompetenzen: Das Thema des Moduls kreist sehr eng um die technischen Veränderungen, die die Digitalisierung mit sich bringt. Diese zu kennen ist von grundlegender Bedeutung, um ihre Auswirkungen und den Umgang damit abzuschätzen.</p>
Inhalte	<p>Im Modul „Digitalisierung der Arbeitswelt“ wird ein umfassender, 360° Blick auf die verschiedenen Perspektiven unserer beruflichen Welt geworfen. Das Modul besteht aus seminaristischem Unterricht, Selbstlernphasen mit Ergebnispräsentation. Auswirkungen der Digitalisierung für Gesellschaft, Unternehmen, Mensch und Politik!</p> <p>Leitfragen sind:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Welche veränderten/verschwundenen Berufsbilder kennen/erwarten Sie? • Wie hat/wird sich die Veränderung im Laufe der Zeit entwickelt/n? • Warum haben/werden sich die Berufsbilder bzw. Branchen verändert/n? • Was waren/sind die ALLGEMEINEN Treiber/Hemmer der Veränderung? <p>Workshop Einschätzung der Chancen und Risiken in der öffentlichen Diskussion Dazu führen und verschriftlichen Sie bitte drei Straßeninterviews mit Berufstätigen, die Sie befragen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Wovor haben Sie - mit Blick auf Ihre berufliche Zukunft - am meisten Angst infolge der Digitalisierung? • Worauf hoffen Sie am meisten? • Wie machen Sie sich fit für die Anforderungen der nächsten fünf bis zehn Jahre? <p>Die Rolle der Politik Dazu analysieren Sie bitte die Parteiprogramme und Verlautbarungen der CDU/CSU, SPD, Die Linke, Die Grünen, AfD speziell unter den Gesichtspunkten</p> <ul style="list-style-type: none"> • Wirtschaftspolitik (Arbeitsmarkt, Internationale Wettbewerbsfähigkeit) • Bildungspolitik • Infrastrukturelle Maßnahmen • Ethische Fragen



Digitale Arbeitswelten	
	<p>Die Aufgaben der Unternehmen Dazu recherchieren Sie zu den Fragen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Warum ist die Digitale Transformation für alle Unternehmen weltweit relevant? (Kosten, Invest, ROI, Mitarbeiter, Steuern, Standortfaktoren...) • Was bedeutet der digitale Wandel für die Facilities, Teams (Agilität, Scrum, weltweite Zusammenarbeit), Firmen-Kooperation (Wettbewerber oder Partner, Silo-Denke, StartUps), Produktentwicklung, Geschäftsprozesse (Bezahlung), Kennzahlen? <p>Führung in der digitalen Arbeitswelt (Recherchieren Sie online, was Führungskräfte zukünftig leisten müssen.), Versetzen Sie sich in die Rolle des Arbeitnehmers und stellen Sie zusammen, worauf er sich einstellen muss.</p> <p>Wie und was sollte man lernen? Dazu recherchieren Sie zu den Themen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Lebenslanges Lernen • Geforderte Kompetenzen • Werkzeuge, Lehrer, Youtube • Blended Learning • Gamification • Remote Hands, AR, VR <p>Auswirkungen der Digitalisierung auf das persönliche Wohlbefinden Vermuten Sie Veränderungen der generellen Leistungsfähigkeit und -bereitschaft mit Blick auf</p> <ul style="list-style-type: none"> • Beschleunigung • 24/7 • Menschliche Kontakte • Maschinelle Erleichterungen • Überwachung
Literatur	<p>Umfangreiche online-Recherche (vgl. Linklisten bei allen Selbstlern-phasen) Schluss mit dem täglichen Weltuntergang: Wie wir uns gegen die digitale Vermüllung unserer Gehirne wehren, Dr. Maren Urner, Verlag: Droemer HC; Auflage: 5. (3. Juni 2019), ISBN-10: 342627776X</p> <p>Die Kunst des digitalen Lebens: Wie Sie auf News verzichten und die Informationsflut meistern Gebundenes Buch, Rolf Dobelli, Verlag: Piper; Auflage: 4. (2. September 2019), ISBN-10: 3492058434</p> <p>33 Werkzeuge für die digitale Welt Taschenbuch, Leila Summa und Christine Kirbach, Verlag: Redline Verlag (20. März 2019), ISBN-10: 3868817387</p> <p>Digital Offroad: Erfolgsstrategien für die digitale Transformation, Ulf Bosch + Stefan Hentschel + Steffen Kramer, Verlag: Haufe Lexware; Auflage: 1. Auflage 2018, ISBN-10: 9783648109311</p> <p>Digitalisierung oder Digitalität: Die Bedeutung der Digitalisierung für den Mittelstand und Digitalisierungsstrategien zum digitalen Wandel deines Unternehmens - einfach erklärt, Beate Roth, Verlag: Independently published; Auflage: 1. (5. August 2019), ISBN-10: 1079235418</p> <p>Digital denken statt Umsatz verschenken: Online-Strategien für den Mittelstand und im B2B Geschäft, Christian Spancken, Verlag: Econ; Auflage: 2. (23. Februar 2018), ISBN-10: 3430202426</p> <p>Toolbox Digitalisierung: Vorsprung durch Vernetzung!, Roman Stöger, Verlag: Schäffer-Poeschel; Auflage: 1. Auflage 2017 (20. Juni 2017), ISBN-10: 3791040081</p>



Digitale Arbeitswelten			
	<p>The Four: Die geheime DNA von Amazon, Apple, Facebook und Google, Scott Galloway, Verlag: Plassen Verlag; Auflage: 1 (20. November 2017), ISBN-10: 3864704871</p> <p>Was Google wirklich will: Wie der einflussreichste Konzern der Welt unsere Zukunft verändert - Ein SPIEGEL-Buch, Thomas Schulz, Verlag: Penguin Verlag; Auflage: Erstmals im TB (10. Juli 2017), ISBN-10: 9783328101437</p> <p>Der Circle, Dave Eggers, Verlag: KiWi-Taschenbuch (8. Oktober 2015), ISBN-10: 3462048546</p> <p>Digitalisierung im Vertrieb: Strategien zum Einsatz neuer Technologien in Vertriebsorganisationen, Lars Binckebanck + Rainer Elste, Verlag: Springer Gabler; Auflage: 1. Aufl. 2016 (3. Dezember 2015), ISBN-10: 3658050535</p> <p>Digital Business Leadership: Digitale Transformation – Geschäftsmodell-Innovation – agile Organisation – Change-Management, Ralf T. T. Kreuzer, Verlag: Springer Gabler; Auflage: 1. Aufl. 2017 (26. September 2016), ISBN-10: 3658119136</p>		
Zulassungsvoraussetzungen gem. SPO	- Keine -	Empfohlene Voraussetzungen	Grundkenntnisse zur digitalen Transformation, Betriebswirtschaft in Unternehmen und politischer Rahmenbedingungen.
Prüfungsart und Umfang gem. SPO	Projektarbeit (PA, 10-20 Seiten): (1 Interview, 10 Quellen, 3.000 Worte / 10 Seiten).		
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Bestehen der Modulprüfung gem. SPO und Studienplan		
Anmerkungen / Hinweise			

8.5.2.3. Modul: Frugal Sustainability

Frugal Sustainability			
Modul-Nr.	29. 3	SPO	SPO IKM/HSAN-20242
Verwendung des Moduls	Studiengang Interkulturelles Management (B.A.) Studienschwerpunkt Handel und Dienstleistungen III	Pflichtfach	Modulgruppe (gem. SPO): Studienschwerpunkt Handel und Dienstleistungen
Moduldauer	1 Semester	Modulangebot	Winter
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Ritam Garg		
Dozierende	Prof. Dr. Ritam Garg		
Sprache	Englisch		
Leistungspunkte	5	SWS	4
Arbeitsaufwand	Kontaktstunden:		28 h
	Selbststudium:		122 h
	Gesamtaufwand:		150 h
Lehrformen (gem. SPO):	<input checked="" type="checkbox"/> e-Learning (eL) <input type="checkbox"/> Exkursion (Ex)		<input checked="" type="checkbox"/> Vorlesung (V) <input type="checkbox"/> Praktikum
	<input checked="" type="checkbox"/> Übung (Ü)		
Kurzbeschreibung	<p>Immer mehr Unternehmen engagieren sich zunehmend im globalen Geschäftsumfeld, und trotz der Möglichkeit für die Unternehmen, ihr Portfolio zu diversifizieren, konzentrieren sich viele dieser Unternehmen auf Produkt- und Dienstleistungsinnovationen, die auf die Bedürfnisse der Bezieher hoher Einkommen ausgerichtet sind. Die Bedürfnisse von Geringverdienern wurden jedoch völlig vernachlässigt oder nicht gebührend berücksichtigt, insbesondere wenn sie in Entwicklungs- oder Schwellenländern tätig sind. Dieser Umstand in Verbindung mit dem Mangel an Ressourcen hat zu sparsamen Innovationen geführt. Dies hat nicht nur zu einer Verbesserung des Lebensstandards geführt, sondern auch zu einer nachhaltigen Entwicklung und zu Beschäftigungsmöglichkeiten. Dieser Kurs richtet sich daher an diejenigen, die mehr über sparsame Innovationen, Reverse-Innovationen und Geschäftsmodelle wissen möchten, die dazu beigetragen haben, die Ziele der globalen Nachhaltigkeitsziele zu erreichen. Darüber hinaus würde die Erforschung dieses Aspekts unser Gesamtverständnis von Wirtschaft und Management in den Entwicklungs- und Schwellenländern weiter verbessern.</p>		
Qualifikationsziele			
Fachkompetenz und Methodenkompetenz	Das spezifische Ziel dieses Kurses ist es, den Teilnehmenden zu helfen, ihr Wissen über die Konzepte der frugalen Innovationen, der Reverse-Innovationen und deren Potenzial für die Verwirklichung der Ziele im Kontext der Nachhaltigkeit zu verstehen, weiterzuentwickeln und zu verbessern.		
Persönlichkeitskompetenz und Sozialkompetenz			
Handlungskompetenz			
Spezielle Kompetenz	Betriebswirtschaftliche Kompetenzen:		



Frugal Sustainability		
	Die Studierenden werden in der Lage sein, nicht nur die Konzepte frugaler Innovationen zu verstehen, sondern auch Strategien zu berücksichtigen, die in diesem Zusammenhang relevant sind.	
Inhalte	<ul style="list-style-type: none"> • Bottom of the Pyramid: Boden der Pyramide • Frugal innovations: Frugale Innovationen • Reverse innovations: Umgekehrte Innovationen • Corporate Social Responsibility: Unternehmerische Sozialverantwortung • Frugal Sustainability: Frugale Nachhaltigkeit 	
Literatur	<p>Primärliteratur: Der Dozent wird verschiedene Quellen durch Folien/Präsentationen im Unterricht, Artikel, Fallstudien und Simulationen bereitstellen, um die Studierenden aktiv einzubinden.</p> <p>Empfohlene Literatur: Es gibt kein bestimmtes Lehrbuch für diesen Kurs. Der Dozent wird die Lektüre per E-Mail und/oder in Form von Handouts zur Verfügung stellen. Es wird jedoch empfohlen, dass die Studierenden zusätzliche Bücher, Fachartikel, Zeitschriften und zugelassene Online-Quellen nutzen, um die gestellten Aufgaben zu erledigen:</p> <p>Prahalad, C.K. 2004. The Fortune at the Bottom of the Pyramid: Eradicating Poverty Through Profits. Wharton School Publishing. Krishnan, R.T. 2010. From Jugaad To Systematic Innovation: The Challenge For India. Utpreraka Foundation. Govindarajan, V. & Trimble, C. 2012. Reverse Innovation: Create Far From Home, Win Everywhere. Harvard Business Review Press. Prabhu, J. Radjou, R. & Ahuja, S. 2012. Jugaad Innovation: A Frugal and Flexible Approach to Innovation for the 21st Century. Random House.</p>	
Zulassungsvoraussetzungen gem. SPO	- Keine -	Empfohlene Voraussetzungen
Prüfungsart und Umfang gem. SPO	Portfolio-Prüfung	
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Bestehen der Modulprüfung gem. SPO und Studienplan	
Anmerkungen / Hinweise		



8.6. Modulbeschreibungen: Modulgruppe Wahlpflichtmodule

Ergänzend zum Studienschwerpunkt absolvieren Sie drei Wahlpflichtmodule.

Modul-Nr.	Modul
30.1	Wahlpflichtmodul I
30.2	Wahlpflichtmodul II
30.3	Wahlpflichtmodul III

Tabelle 7 - Modulgruppe Wahlpflichtmodule

Wir entwickeln unser Angebot an Wahlpflichtmodulen¹ ständig weiter, so dass sie passend zu ihrer Studienvertiefung die Wahlpflichtmodule auswählen können.

Die Modulbeschreibungen der aktuell angebotenen Module finden Sie nachfolgend, alphabetisch sortiert – wie in Tabelle 8 dargestellt.

Modul	Angebot im
Digitale Arbeitswelten	Winter
Digital Tourism	Winter und Sommer
International Business and Strategy	Sommer
Eventmanagement	Winter
Hackathon	Winter
Hospitality Management	Sommer
Management in East Asia	Sommer
Medienpsychologie	Sommer
Sozialpsychologie	Winter
How to Start-up	Sommer
Frugal Sustainability	Winter
International Sales Management	Winter
Unternehmensgründung	Winter
Werbepsychologie	Sommer
Supply Chain Management	Winter
Wahlpflichtmodul: »Let's talk about racism«: Rassismus in Migrationsgesellschaft, Arbeitswelt und Medien	Winter

Tabelle 8 - Angebotene Wahlpflichtmodule

¹ Wahlpflichtmodule kommen in aller Regel ab einer Teilnehmerzahl von 10 Personen zustande.

Digitale Arbeitswelten

	<p>auseinanderzusetzen und zu verständigen sowie die Arbeits- und Lebenswelt mitgestalten. Die Studierenden bringen sich verantwortlich und kollegial in Expertenteams zur inhaltlichen Recherche und Präsentation der Ergebnisse ein. Die Studierenden lösen Probleme im Team vorausschauend. Die Studierenden erläutern komplexe Themen vor Fachleuten verständlich und korrekt, vertreten ihren Standpunkt argumentativ und entwickeln diesen gemeinsam weiter.</p>
Handlungskompetenz	<p>Die Studierenden gestalten Prozesse innerhalb der Teamarbeit bei Recherche und Ergebnispräsentation zielorientiert und effizient unter Berücksichtigung der wissenschaftlichen Leitfragen, Teamkonstellation sowie der Terminvorgaben des Kurses.</p>
Spezielle Kompetenz	<p>Interkulturelle Kompetenzen: Die Themen des Moduls überschreiten Landes- und Sprachgrenzen. Die Digitalisierung lässt auch in der Arbeitswelt die Kulturen immer enger zusammenrücken.</p> <p>Betriebswirtschaftliche Kompetenzen: Disruptive Innovationen, neue Wettbewerber und bisher undenkbare Kooperationspartner mit z.T. branchenfremden Unternehmensstrategien fordern den Ausbau und die Transformation betriebswirtschaftlicher Sichtweisen.</p> <p>Digitale Kompetenzen: Das Thema des Moduls kreist sehr eng um die technischen Veränderungen, die die Digitalisierung mit sich bringt. Diese zu kennen ist von grundlegender Bedeutung, um ihre Auswirkungen und den Umgang damit abzuschätzen.</p>
Inhalte	<p>Im Modul „Digitalisierung der Arbeitswelt“ wird ein umfassender, 360° Blick auf die verschiedenen Perspektiven unserer beruflichen Welt geworfen. Das Modul besteht aus seminaristischem Unterricht, Selbstlernphasen mit Ergebnispräsentation. Auswirkungen der Digitalisierung für Gesellschaft, Unternehmen, Mensch und Politik!</p> <p>Leitfragen sind:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Welche veränderten/verschwundenen Berufsbilder kennen/erwarten Sie? • Wie hat/wird sich die Veränderung im Laufe der Zeit entwickelt/n? • Warum haben/werden sich die Berufsbilder bzw. Branchen verändert/n? • Was waren/sind die ALLGEMEINEN Treiber/Hemmer der Veränderung? <p>Workshop</p> <p>Einschätzung der Chancen und Risiken in der öffentlichen Diskussion Dazu führen und verschriftlichen Sie bitte drei Straßeninterviews mit Berufstätigen, die Sie befragen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Wovor haben Sie - mit Blick auf Ihre berufliche Zukunft - am meisten Angst infolge der Digitalisierung? • Worauf hoffen Sie am meisten? • Wie machen Sie sich fit für die Anforderungen der nächsten fünf bis zehn Jahre? <p>Die Rolle der Politik Dazu analysieren Sie bitte die Parteiprogramme und Verlautbarungen der CDU/CSU, SPD, Die Linke, Die Grünen, AfD speziell unter den Gesichtspunkten</p> <ul style="list-style-type: none"> • Wirtschaftspolitik (Arbeitsmarkt, Internationale Wettbewerbsfähigkeit) • Bildungspolitik • Infrastrukturelle Maßnahmen • Ethische Fragen <p>Die Aufgaben der Unternehmen Dazu recherchieren Sie zu den Fragen:</p>

Digitale Arbeitswelten

- Warum ist die Digitale Transformation für alle Unternehmen weltweit relevant? (Kosten, Invest, ROI, Mitarbeiter, Steuern, Standortfaktoren...)
- Was bedeutet der digitale Wandel für die Facilities, Teams (Agilität, Scrum, weltweite Zusammenarbeit), Firmen-Kooperation (Wettbewerber oder Partner, Silo-Denke, StartUps), Produktentwicklung, Geschäftsprozesse (Bezahlung), Kennzahlen?

Führung in der digitalen Arbeitswelt (Recherchieren Sie online, was Führungskräfte zukünftig leisten müssen.), Versetzen Sie sich in die Rolle des Arbeitnehmers und stellen Sie zusammen, worauf er sich einstellen muss.

Wie und was sollte man lernen?

Dazu recherchieren Sie zu den Themen

- Lebenslanges Lernen
- Geforderte Kompetenzen
- Werkzeuge, Lehrer, Youtube
- Blended Learning
- Gamification
- Remote Hands, AR, VR

Auswirkungen der Digitalisierung auf das persönliche Wohlbefinden
Vermuten Sie Veränderungen der generellen Leistungsfähigkeit und -bereitschaft mit Blick auf

- Beschleunigung
- 24/7
- Menschliche Kontakte
- Maschinelle Erleichterungen
- Überwachung

Literatur

Umfangreiche online-Recherche (vgl. Linklisten bei allen Selbstlern-phasen)
Schluss mit dem täglichen Weltuntergang: Wie wir uns gegen die digitale Vermüllung unserer Gehirne wehren, Dr. Maren Urner, Verlag: Droemer HC; Auflage: 5. (3. Juni 2019), ISBN-10: 342627776X
Die Kunst des digitalen Lebens: Wie Sie auf News verzichten und die Informationsflut meistern Gebundenes Buch, Rolf Dobelli, Verlag: Piper; Auflage: 4. (2. September 2019), ISBN-10: 3492058434
33 Werkzeuge für die digitale Welt Taschenbuch, Leila Summa und Christine Kirbach, Verlag: Redline Verlag (20. März 2019), ISBN-10: 3868817387
Digital Offroad: Erfolgsstrategien für die digitale Transformation, Ulf Bosch + Stefan Hentschel + Steffen Kramer, Verlag: Haufe Lexware; Auflage: 1. Auflage 2018, ISBN-10: 9783648109311
Digitalisierung oder Digitalität: Die Bedeutung der Digitalisierung für den Mittelstand und Digitalisierungsstrategien zum digitalen Wandel deines Unternehmens - einfach erklärt, Beate Roth, Verlag: Independently published; Auflage: 1. (5. August 2019), ISBN-10: 1079235418
Digital denken statt Umsatz verschenken: Online-Strategien für den Mittelstand und im B2B Geschäft, Christian Spancken, Verlag: Econ; Auflage: 2. (23. Februar 2018), ISBN-10: 3430202426
Toolbox Digitalisierung: Vorsprung durch Vernetzung!, Roman Stöger, Verlag: Schäffer-Poeschel; Auflage: 1. Auflage 2017 (20. Juni 2017), ISBN-10: 3791040081
The Four: Die geheime DNA von Amazon, Apple, Facebook und Google, Scott Galloway, Verlag: Plassen Verlag; Auflage: 1 (20. November 2017), ISBN-10: 3864704871



Digitale Arbeitswelten			
	<p>Was Google wirklich will: Wie der einflussreichste Konzern der Welt unsere Zukunft verändert - Ein SPIEGEL-Buch, Thomas Schulz, Verlag: Penguin Verlag; Auflage: Erstmals im TB (10. Juli 2017), ISBN-10: 9783328101437</p> <p>Der Circle, Dave Eggers, Verlag: KiWi-Taschenbuch (8. Oktober 2015), ISBN-10: 3462048546</p> <p>Digitalisierung im Vertrieb: Strategien zum Einsatz neuer Technologien in Vertriebsorganisationen, Lars Binckebanck + Rainer Elste, Verlag: Springer Gabler; Auflage: 1. Aufl. 2016 (3. Dezember 2015), ISBN-10: 3658050535</p> <p>Digital Business Leadership: Digitale Transformation – Geschäftsmodell-Innovation – agile Organisation – Change-Management, Ralf T. T. Kreuzer, Verlag: Springer Gabler; Auflage: 1. Aufl. 2017 (26. September 2016), ISBN-10: 3658119136</p>		
Zulassungsvoraussetzungen gem. SPO	- Keine -	Empfohlene Voraussetzungen	Grundkenntnisse zur digitalen Transformation, Betriebswirtschaft in Unternehmen und politischer Rahmenbedingungen.
Prüfungsart und Umfang gem. SPO	Projektarbeit (PA, 10-20 Seiten): (1 Interview, 10 Quellen, 3.000 Worte / 10 Seiten).		
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Bestehen der Modulprüfung gem. SPO und Studienplan		
Anmerkungen / Hinweise			



International Business and Strategy			
Inhalte	<ul style="list-style-type: none"> • The International Business Strategy course delves into the complexities of global business, covering international business, strategy, and logistics. • Interactive discussions, hands-on activities, and group projects are integral to the course, enabling students to apply learned concepts effectively. • Students conduct a comprehensive analysis of a multinational corporation, devising strategies for sustainable competitive advantage and enhanced shareholder value. • Fundamental concepts of multinational organizations, including the influence of culture on business, are emphasized. • Principles from management, marketing, accounting, finance, and economics guide students in strategic analysis and formulation to optimize organizational performance. • International Logistics principles are integrated, offering insights into cross-border movement and competitive leverage. • Taught by a professor from the United States (originally from Jamaica), the course emphasizes practical application of International Business, Strategy, and Logistics concepts. 		
Literatur	<p>Cateora, P., Gilly, M., & Graham, J. (2020). International Marketing, 18th edition, McGraw Hill</p> <p>David, Fred R. (2011). Strategic management: concepts and cases, 13th edition, Pearson Education Inc.</p> <p>Hill, C. (2022). Global Business Today, 12th Edition, McGraw Hill</p> <p>Hill, C. (2023). International Business: Competing in the Global Marketplace, 14th edition, McGraw Hill</p> <p>Geringer, M International Business, 3rd edition, McGraw Hill</p>		
Zulassungsvoraussetzungen gem. SPO	- Keine -	Empfohlene Voraussetzungen	<p>Sehr gute Englischkenntnisse.</p> <p>Idealerweise Englischmodule aus dem Pflichtbereich bereits abgelegt.</p>
Prüfungsart und Umfang gem. SPO	Projektarbeit (PA, 10-20 Seiten) Präsentation (Präs., 15-20 Min.)		
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	The course grading is based on individual assignments (quizzes, guest speaker reports, discussion questions), group assignments (case studies and term projects, both requiring oral presentations), and in-class participation.		

8.6.3. Modul: Eventmanagement

Eventmanagement			
Modul-Nr.	30.1/.2/.3	SPO	SPO IKM/HSAN-20242
Verwendung des Moduls	Studiengang Interkulturelles Management (B.A.) Wahlpflichtfach I, II, III	Wahlpflichtfach	Modulgruppe (gem. SPO): Wahlpflichtfach
Moduldauer	1 Semester	Modulangebot	Winter
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Carolin Durst		
Dozierende	Tbd.		
Sprache	Deutsch		
Leistungspunkte	5	SWS	4
Arbeitsaufwand	Kontaktstunden:		58 h
	Selbststudium:		92 h
	Gesamtaufwand:		150 h
Lehrformen (gem. SPO):	<input checked="" type="checkbox"/> e-Learning (eL) <input type="checkbox"/> Exkursion (Ex) <input checked="" type="checkbox"/> Vorlesung (V) <input type="checkbox"/> Praktikum <input checked="" type="checkbox"/> Übung (Ü)		
Kurzbeschreibung	<p>Ob in der Tourismusbranche oder in der Freizeitwirtschaft, bei Ausstellungen, Konferenzen, Messeauftritten, Kundenevents oder bei öffentlichen Kultur- und Sportveranstaltungen, die Ausrichtungen von Events sind vielfältig.</p> <p>Event-Manager/innen planen und organisieren Veranstaltungen aller Art - konzipieren diese selbst oder handeln im Auftrag von Kunden. Stehen der gewünschte Ablauf und Inhalt der Veranstaltung fest, beginnen sie mit den konkreten Vorbereitungen. Die nötigen Tools, betriebswirtschaftliche Kenntnisse und branchenspezifisches Fachwissen um Veranstaltungen jeglicher Art nach wirtschaftlichen Gesichtspunkten planen.</p>		
Fachkompetenz und Methodenkompetenz	<p>Die Studierenden kennen die Grundlagen des Eventmanagements, erarbeiten eigenständig ein Konzept für die Durchführung eines Events aus, holen Angebote ein, vergleichen diese und setzen den Eventplan selbstständig um.</p> <p>Kenntnis grundlegender Methoden und Tools, die zur Planung, Organisation und Durchführung von Veranstaltungen benötigt werden.</p>		
Persönlichkeitskompetenz und Sozialkompetenz	<p>Aufbau relevanter sozialer Kompetenzen zur Organisation und Umsetzung einer Veranstaltung, insbesondere mit Blick auf professionelle Präsentation und Konzepterstellung</p> <p>Problemlösung im Team und Einbringen der eigenen Ideen und Vorstellungen in Expertenteams.</p> <p>Reflexion und Evaluierung des eigenen Einsatzes und der Gesamtleistung des Teams im Rahmen der Organisation einer Veranstaltung und der zuvor gesetzten Ziele.</p>		
Handlungskompetenz	<p>Fähigkeit zur Anwendung von Methoden und Tools aus dem Eventmanagement auf übliche Problem- und Fragestellungen für die erfolgreiche praktische Umsetzung von Veranstaltungskonzepten.</p>		



Eventmanagement			
Spezielle Kompetenz	<p>Sprachkompetenzen: insbesondere im Rahmen der Präsentation von Veranstaltungskonzepten und der klaren Kommunikation im Team</p> <p>Betriebswirtschaftliche Kompetenzen: Koordination und Terminierung unterschiedlicher Aufgabenbereiche</p> <p>Digitale Kompetenzen: Anwendung digitaler Medien und Marketinginstrumente zur gezielten Kommunikation von Veranstaltungen über verschiedene Kanäle</p> <p>Die Studierenden bringen sich verantwortlich und kollegial in Expertenteams zu Kultur- und Wertebeschreibung ein.</p>		
Inhalte	<p>Das Modul unterteilt sich in eine Theorie- und Praxisphase. In der Theoriephase erlernen die Studierenden die Grundlagen des Eventmanagements. In der Praxisphase wenden die Studierenden das erlernte Wissen durch die Konzeption einer Veranstaltung an. Die praktische Arbeit erfolgt selbstständig in kleinen Projektgruppen.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen des Eventmanagements • Veranstaltungsarten und Kommunikationsziele • Eventwirtschaft – Organisationen und Institutionen in der Eventbranche • Eventplanung und -konzeption • Veranstaltungsdramaturgie & Storytelling • Maßnahmen im Eventmarketing • Eventcontrolling, Finanzierung und Sponsoring • Crowdmanagement und Sicherheit bei öffentlichen Veranstaltungen • Konzeption eines Events in Teilprojektteams 		
Literatur	<p>Eisermann, Winnen & Wrobel (2014). Praxisorientiertes Eventmanagement, Springer Gabler</p> <p>Knoll (2017). Veranstaltungen 4.0 - Konferenzen, Messen und Events im digitalen Wandel, Springer Gabler</p> <p>Schmitt (2012). Praxishandbuch Event Management, Springer Gabler</p>		
Zulassungsvoraussetzungen gem. SPO	<table border="1"> <tr> <td>- Keine -</td> <td>Empfohlene Voraussetzungen</td> </tr> </table>	- Keine -	Empfohlene Voraussetzungen
- Keine -	Empfohlene Voraussetzungen		
Prüfungsart und Umfang gem. SPO	Projektarbeit (PA, 10-20 Seiten): 15 Min.		
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Bestehen der Modulprüfung gem. SPO und Studienplan		
Anmerkungen / Hinweise			

Hackathon			
		<ul style="list-style-type: none"> • Durch den Besuch der Veranstaltung können die Studierenden zudem einen Innovationsprozess einschätzen und selbst in entsprechenden Projektteams durchlaufen. 	
Inhalte		<ul style="list-style-type: none"> • Teambuilding • Problemlösungsstrategien • Ideation • Design Thinking • Business Design • Research & Development • Validation • Prototyping • Pitching 	
Literatur			
Zulassungsvoraussetzungen gem. SPO	- Keine -	Empfohlene Voraussetzungen	- Keine -
Prüfungsart und Umfang gem. SPO	Präsentation (Präs., 15-20 Min.) <ul style="list-style-type: none"> • Für Bachelor-Studierende: Abschlusspräsentation + Schriftliche Beschreibung Geschäftskonzept (Umfang ca. 5 Seiten) • Für Master-Studierende: Abschlusspräsentation + Projektarbeit (Umfang ca. 25 Seiten) 		
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Bestehen der Modulprüfung gem. SPO und Studienplan		
Anmerkungen / Hinweise			

8.6.5. Modul: Hospitality Management

Hospitality Management			
Modul-Nr.	30.1/.2/.3	SPO	SPO IKM/HSAN-20242
Verwendung des Moduls	Studiengang Interkulturelles Management (B.A.) Wahlpflichtfach I, II, III	Wahlpflichtfach	Modulgruppe (gem. SPO): Wahlpflichtfach
Moduldauer	1 Semester	Modulangebot	Sommer
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Ritam Garg		
Dozierende	Anton Leiner/ vhb		
Sprache	Deutsch		
Leistungspunkte	5	SWS	4
Arbeitsaufwand	Kontaktstunden:		34 h
	Selbststudium:		26 h
	Gesamtaufwand:		60 h
Lehrformen (gem. SPO):	<input checked="" type="checkbox"/> e-Learning (eL) <input type="checkbox"/> Exkursion (Ex) <input checked="" type="checkbox"/> Vorlesung (V) <input type="checkbox"/> Praktikum <input checked="" type="checkbox"/> Übung (Ü)		
Kurzbeschreibung	Im Modul werden die Grundlagen der Hospitality Industrie, des Hotel Managements sowie der Distribution und des Vertriebs in der Hotellerie erläutert.		
Qualifikationsziele			
Fachkompetenz und Methodenkompetenz	<p>Die Studierenden kennen und verstehen grundlegende Erscheinungsformen von Hotels, deren Leistungsangebote, Organisations- und Vertragsformen, Strukturen, Standards und Prozesse. Sie sind vertraut mit den aktuellen und besonderen Herausforderungen der Branche.</p> <p>Sie lernen die wichtigsten Abteilungen und Bereiche im Detail kennen, deren Aufgaben, Ziele und überbereichliche Zusammenhänge.</p> <p>Moderne Distribution, Vertrieb und Yield Management mit ihren Eigenschaften sind bekannt, entsprechende Vorgehensweisen und Tools wurden erklärt.</p> <p>Die Studierenden lernen die Anwendung von Ist-Analysen, das Erheben, Verstehen und Auswerten von Kennzahlen, die Analyse und Einordnung von Qualität von Produkt und Dienstleistung, sowie den Umgang mit externen Bewertungen. Sie lernen auf der Basis des festgestellten Status Quo entsprechende Wege, Ziele und Strategien für den analysierten Betrieb zu entwickeln.</p> <p>Nachhaltigkeit ist bereits heute eines der Hauptthemen im Fokus der Kunden.</p> <p>Die Studierenden werden in der Lage sein, strategisches Vorgehen von der Analyse bis zur nachhaltigen Umsetzung anzuwenden. Sie lernen dabei verschiedene Tools und Vorlagen zur Unterstützung kennen.</p>		
Persönlichkeits-kompetenz und Sozialkompetenz	Die Studierenden lernen die Wichtigkeit von Teamfähigkeit, motivierendem Führungsverhalten, flachen Hierarchien, Entscheidungsbeteiligung und		



Hospitality Management		
		Kreativität im Dienstleistungsbereich und im Besonderen im Tourismus kennen. Nachhaltigkeit im Handeln wird zum Grundprinzip
	Handlungskompetenz	Nachdem die Studierenden die allgemeinen Zusammenhänge und Prozesse verstanden haben, lernen Sie diese anhand einer begleitenden "Case Study" anzuwenden.
	Spezielle Kompetenz	Unternehmerisches, betriebswirtschaftliches Denken und Handeln.
Inhalte		Die Studierenden erhalten einen Einblick in die Hotellerie, die allgemeinen Zusammenhänge, die wichtigsten operativen Abteilungen und die Schwerpunkte des Managements, zunächst als Überblick über die Branche im Allgemeinen, dann in die konkrete Vorgehensweise bezogen auf ein individuelles Hotel. Die begleitende Case Study führt die Studierenden praxisnah durch die Strukturen und Prozesse.
Literatur		Marco A. Gardini: Grundlagen der Hotellerie und des Hotel- managements U. Karla Henschel, Axel Gruner, Burkhard von Freyberg: Hotel-Management Barbara Senses: Revenue Management
Zulassungsvoraussetzungen gem. SPO	- Keine -	Empfohlene Voraussetzungen Interesse für Tourismus, Gastronomie
Prüfungsart und Umfang gem. SPO		schriftlicher Leistungsnachweis (schrLN, 60-120 Min.): Klausur, Dauer 90 Minuten
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten		Bestehen der Modulprüfung gem. SPO und Studienplan
Anmerkungen / Hinweise		

8.6.6. Modul: Management in East Asia

Management in East Asia			
Modul-Nr.	30.1/.2/.3	SPO	SPO IKM/HSAN-20242
Verwendung des Moduls	Studiengang Interkulturelles Management (B.A.) Wahlpflichtfach I, II, III	Wahlpflichtfach	Modulgruppe (gem. SPO): Wahlpflichtfach
Moduldauer	1 Semester	Modulangebot	Sommer
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Ritam Garg		
Dozierende	Prof. Dr. Ritam Garg		
Sprache	Englisch		
Leistungspunkte	5	SWS	4
Arbeitsaufwand	Kontaktstunden:		28 h
	Selbststudium:		122 h
	Gesamtaufwand:		150 h
Lehrformen (gem. SPO):	<input checked="" type="checkbox"/> e-Learning (eL) <input type="checkbox"/> Exkursion (Ex) <input checked="" type="checkbox"/> Vorlesung (V) <input type="checkbox"/> Praktikum <input checked="" type="checkbox"/> Übung (Ü)		
Kurzbeschreibung	<p>Dieser Kurs richtet sich an diejenigen, die mehr über die Kultur und die Wirtschaft in den ostasiatischen Ländern, einschließlich Japan, Korea(s), China, Hongkong und Taiwan, erfahren möchten. Das spektakuläre Wirtschaftswachstum der Länder in dieser Region hat ein weitreichendes Interesse daran geweckt, diese Volkswirtschaften besser kennenzulernen. Darüber hinaus würde das Verständnis der Sichtweise von 30 % der Weltbevölkerung unser Gesamtverständnis von Wirtschaft und Management weiter verbessern. Darüber hinaus wirkt sich die aktuelle geopolitische Dynamik in der Region nicht nur auf die internationalen Beziehungen, sondern auch auf die Wertschöpfungskette der globalen Wirtschaft aus. Daher ist es unerlässlich, diese Aspekte zu untersuchen und zu erforschen, um die im internationalen Geschäft benötigten Strategien zu entwickeln.</p>		
Qualifikationsziele			
Fachkompetenz und Methodenkompetenz	Ziel dieses Kurses ist es, den Teilnehmenden zu helfen, ihr Wissen über das Geschäftsumfeld in den ostasiatischen Märkten zu verstehen, weiterzuentwickeln und zu vertiefen, wobei der Schwerpunkt auf den kulturellen Merkmalen, den wirtschaftlichen Trends, dem Marktwachstumspotenzial und dem geopolitischen Szenario in der Region liegt.		
Persönlichkeitskompetenz und Sozialkompetenz			
Handlungskompetenz			
Spezielle Kompetenz	Betriebswirtschaftliche Kompetenzen: Die Studierenden werden in die Lage sein, nicht nur die regionale Dynamik in Ostasien zu verstehen, sondern auch Strategien zu berücksichtigen, die in diesem Zusammenhang relevant sind.		
Inhalte	<ul style="list-style-type: none"> • Kultur als wichtiges Konstrukt für Wirtschaft und Management • Management/ Geschäftspraktiken in Ostasien 		



Management in East Asia		
	<ul style="list-style-type: none"> • Geschichte, politischer und wirtschaftlicher Überblick über die ostasiatische Region 	
Literatur	<p>Primärquelle: Der Dozent wird verschiedene Quellen durch Folien/Präsentationen im Unterricht, Artikel, Fallstudien und Simulationen bereitstellen, um die Studierenden aktiv einzubinden.</p> <p>Empfohlene Literatur: Es gibt kein bestimmtes Lehrbuch für diesen Kurs. Der Dozent wird die Lektüre per E-Mail und/oder in Form von Handouts zur Verfügung stellen. Es wird jedoch empfohlen, dass die Studierenden zusätzliche Bücher, Fachartikel, Zeitschriften und zugelassene Online-Quellen nutzen, um die gestellten Aufgaben zu erledigen:</p> <p>Davis, H. & Schulte, W.D. 1997. National Culture and International Management in East Asia. Cengage Learning EMEA. Holcome, C. 2010. A History of East Asia: From the Origins of Civilization to the Twenty-First Century. Cambridge University Press. Lipman, J.N. 2011. Modern East Asia: An Integrated History. Pearson.</p>	
Zulassungsvoraussetzungen gem. SPO	- Keine -	Empfohlene Voraussetzungen
Prüfungsart und Umfang gem. SPO	Portfolio-Prüfung :	
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Bestehen der Modulprüfung gem. SPO und Studienplan	
Anmerkungen / Hinweise		



Medienpsychologie			
	<ul style="list-style-type: none"> • Grundlegende Begriffe der Medienpsychologie • Mood-Mangement • Sad-Film-Paradoxon • Sensation Seeking • Excitation Transfer • Flow, Presence und Involvement • Parasoziale Interaktionen und parasoziale Beziehungen • Media Equation • Moral Disengagement • Agenda Setting • Cultivation of beliefs • Schweigespirale • Wissenskluft und Digital Divide 		
Literatur	<ul style="list-style-type: none"> • Batinic, B., & Appel, M. (2008). Medienpsychologie. Springer. • Jäckel, M., Fröhlich, G. & Röder, D. (2019). Medienwirkungen kompakt. Springer. • Krämer, N.C., Schwan, S., Unz, D. & Suckfüll M. (2008). Medienpsychologie Schlüsselbegriffe und Konzepte. Kohlhammer. • Schweiger, W. & Fahr, A. (2013.) Handbuch Medienwirkungsforschung. Springer VS. • Six, U., Gleich, U. & Grimmer, R. (2007). Kommunikationspsychologie und Medienpsychologie. Beltz. • Trepte, S., Reinecke, L. & Schäwel, J. (2021). Medienpsychologie (3. Aufl.). Kohlhammer. 		
Zulassungsvoraussetzungen gem. SPO	- Keine -	Empfohlene Voraussetzungen	- Keine -
Prüfungsart und Umfang gem. SPO	Portfolio-Prüfung		
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Bestehen der Modulprüfung gem. SPO und Studienplan		
Anmerkungen / Hinweise			



Sozialpsychologie			
	<ul style="list-style-type: none"> • Methodik der sozialpsychologischen Forschung • Soziale Kognition: Beurteilung der sozialen Welt • Soziale Wahrnehmung & Attribution: Verstehen anderer Menschen • Selbstkonzept: Verständnis des eigenen Selbst • Das Bedürfnis das eigene Verhalten zu rechtfertigen • Einstellung und Einstellungsänderung • Konformität: Die Beeinflussung des Verhaltens • Gruppenprozesse und Soziale Einflussnahme • Konflikt, Kooperation und Aggression • Soziale Dilemmata und die Tragödie der Gemeingüter • Interpersonale Attraktion: Vom ersten Eindruck zur engen Bindung 		
Literatur	<p>Aronson, E. (2023). Sozialpsychologie. Pearson. Fischer, P. Asal, K. & Krueger, J. (2013). Sozialpsychologie für Bachelor. Springer. Greitemeyer, T. (2022). Sozialpsychologie. Verlag W. Kohlhammer. Gollwitzer, M. & Schmitt, M. (2009). Sozialpsychologie: Kompakt. Beltz. Kanning, U. P. (2015). Soziale Kompetenzen fördern. Hogrefe. Ullrich, J., Stroebe, W., Hewstone, M. & Reiss, M. (2023). Sozialpsychologie. Springer.</p>		
Zulassungsvoraussetzungen gem. SPO	- Keine -	Empfohlene Voraussetzungen	- Keine -
Prüfungsart und Umfang gem. SPO	Portfolio-Prüfung		
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Bestehen der Modulprüfung gem. SPO und Studienplan		
Anmerkungen / Hinweise			



How to StartUp meets 5-Euro-Business			
		Durch den Besuch der Veranstaltung können die Studierenden zudem den Prozess der Unternehmensgründung einschätzen und selbst in entsprechenden Gründerteams durchlaufen.	
Inhalte		<ul style="list-style-type: none"> Die Studierenden erlangen durch die Teilnahme am Blended-Learning-Kurs konkretes und praxisrelevantes Fachwissen sowie zeitgemäße Methoden zur Entwicklung und Gründung eines eigenen Startups. Dies umfasst die Kernbereiche Trendidentifikation, Ideengenerierung, Business Design und Go-To-Market. Die Veranstaltung ist als praxisorientiertes Workshop-Format konzipiert, in welchem die TeilnehmerInnen digital vermitteltes Fachwissen (Lernplattform Moodle) direkt auf eigene Projektarbeit im Team anwenden können und sukzessive eine eigene Gründungsidee sowie ein entsprechendes Geschäftskonzept erarbeiten. Ziel der Veranstaltung ist es, dass die TeilnehmerInnen in Gründerteams zu jeweils 3-5 Personen ein eigenes Startup-Konzept entwickeln und dieses vor einer fachkundigen Jury im Rahmen einer Abschlussveranstaltung („Live-Pitch“) präsentieren. <p>Inhalte:</p> <ul style="list-style-type: none"> Teambuilding Trendmanagement Ideation Business Design Research & Development Validation Prototyping Startup Finance Marketing & Communicatiosn Pitching 	
Literatur		<p>Faltin, G. (2017). Kopf schlägt Kapital: Die ganz andere Art, ein Unternehmen zu gründen Von der Lust, ein Entrepreneur zu sein. dtv Verlagsgesellschaft.</p> <p>Freiling, J.; Harima, J. (2019). Entrepreneurship: Gründung und Skalierung von Startups. Springer Fachmeiden Wiesbaden.</p> <p>Kim, W.C.; Mauborgne, R. (2015). Blue Ocean Strategy, Expanded Edition: How to Create Uncontested Market Space and Make the Competition Irrelevant. Harvard Business Review Press.</p> <p>Osterwalder, A.; Pigneur, Y. (2011). Business Model Generation: Ein Handbuch für Visionäre, Spiel- veränderer und Herausforderer. Campus Verlag.</p> <p>Osterwalder, A. et al. (2014). Value Proposition Design: How to create products and services customer want. Wiley.</p> <p>Parker, D. (2021). Trajectory: Startup: Ideation to Product/Market Fit. Matt Holt Books.</p> <p>Ries, E. (2014). The Lean Startup: How Today's Entrepreneurs Use Continuous Innovation to Create Radically Successful Businesses. Redline Verlag.</p> <p>Weiterführende Materialien werden in der Veranstaltung bereitgestellt</p>	
Zulassungsvoraussetzungen gem. SPO	- Keine -	Empfohlene Voraussetzungen	- Keine -
Prüfungsart und Umfang gem. SPO	Portfolio-Prüfung		
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Bestehen der Modulprüfung gem. SPO und Studienplan		
Anmerkungen / Hinweise	Selbstständige Bearbeitung der Selbstlerneinheiten bei Moodle; Abschlusspräsentation (Pitch Deck) + Schriftliche Beschreibung		



How to StartUp meets 5-Euro-Business

Geschäftskonzept (Read Deck, Umfang ca. 30 Seiten je Team). Die Studienarbeit wird im Plenum präsentiert.

8.6.10. Modul: Frugal Sustainability

Frugal Sustainability			
Modul-Nr.	30.1/.2/.3	SPO	SPO IKM/HSAN
Verwendung des Moduls	Studiengang Interkulturelles Management (B.A.) Wahlpflichtfach I, II, III	Wahlpflichtfach	Modulgruppe (gem. SPO): Wahlpflichtfach
Moduldauer	1 Semester	Modulangebot	Winter
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Ritam Garg		
Dozierende	Prof. Dr. Ritam Garg		
Sprache	Englisch		
Leistungspunkte	5	SWS	4
Arbeitsaufwand	Kontaktstunden: 28 h Selbststudium: 122 h Gesamtaufwand: 150 h		
Lehrformen (gem. SPO):	<input checked="" type="checkbox"/> e-Learning (eL) <input type="checkbox"/> Exkursion (Ex) <input checked="" type="checkbox"/> Vorlesung (V) <input type="checkbox"/> Praktikum <input checked="" type="checkbox"/> Übung (Ü)		
Kurzbeschreibung	<p>Immer mehr Unternehmen engagieren sich zunehmend im globalen Geschäftsumfeld, und trotz der Möglichkeit für die Unternehmen, ihr Portfolio zu diversifizieren, konzentrieren sich viele dieser Unternehmen auf Produkt- und Dienstleistungsinnovationen, die auf die Bedürfnisse der Bezieher hoher Einkommen ausgerichtet sind. Die Bedürfnisse von Geringverdienern wurden jedoch völlig vernachlässigt oder nicht gebührend berücksichtigt, insbesondere wenn sie in Entwicklungs- oder Schwellenländern tätig sind. Dieser Umstand in Verbindung mit dem Mangel an Ressourcen hat zu sparsamen Innovationen geführt. Dies hat nicht nur zu einer Verbesserung des Lebensstandards geführt, sondern auch zu einer nachhaltigen Entwicklung und zu Beschäftigungsmöglichkeiten. Dieser Kurs richtet sich daher an diejenigen, die mehr über sparsame Innovationen, Reverse-Innovationen und Geschäftsmodelle wissen möchten, die dazu beigetragen haben, die Ziele der globalen Nachhaltigkeitsziele zu erreichen. Darüber hinaus würde die Erforschung dieses Aspekts unser Gesamtverständnis von Wirtschaft und Management in den Entwicklungs- und Schwellenländern weiter verbessern.</p>		
Qualifikationsziele			
Fachkompetenz und Methodenkompetenz	Das spezifische Ziel dieses Kurses ist es, den Teilnehmenden zu helfen, ihr Wissen über die Konzepte der frugalen Innovationen, der Reverse-Innovationen und deren Potenzial für die Verwirklichung der Ziele im Kontext der Nachhaltigkeit zu verstehen, weiterzuentwickeln und zu verbessern.		
Persönlichkeitskompetenz und Sozialkompetenz			



Frugal Sustainability			
Handlungskompetenz			
Spezielle Kompetenz	<p>Betriebswirtschaftliche Kompetenzen: Die Studierenden werden in der Lage sein, nicht nur die Konzepte frugaler Innovationen zu verstehen, sondern auch Strategien zu berücksichtigen, die in diesem Zusammenhang relevant sind.</p>		
Inhalte	<ul style="list-style-type: none"> • Bottom of the Pyramid: Boden der Pyramide • Frugal innovations: Frugale Innovationen • Reverse innovations: Umgekehrte Innovationen • Corporate Social Responsibility: Unternehmerische Sozialverantwortung • Frugal Sustainability: Frugale Nachhaltigkeit 		
Literatur	<p>Primärliteratur: Der Dozent wird verschiedene Quellen durch Folien/Präsentationen im Unterricht, Artikel, Fallstudien und Simulationen bereitstellen, um die Studierenden aktiv einzubinden.</p> <p>Empfohlene Literatur: Es gibt kein bestimmtes Lehrbuch für diesen Kurs. Der Dozent wird die Lektüre per E-Mail und/oder in Form von Handouts zur Verfügung stellen. Es wird jedoch empfohlen, dass die Studierenden zusätzliche Bücher, Fachartikel, Zeitschriften und zugelassene Online-Quellen nutzen, um die gestellten Aufgaben zu erledigen:</p> <p>Prahalad, C.K. 2004. The Fortune at the Bottom of the Pyramid: Eradicating Poverty Through Profits. Wharton School Publishing. Krishnan, R.T. 2010. From Jugaad To Systematic Innovation: The Challenge For India. Utpreraka Foundation. Govindarajan, V. & Trimble, C. 2012. Reverse Innovation: Create Far From Home, Win Everywhere. Harvard Business Review Press. Prabhu, J. Radjou, R. & Ahuja, S. 2012. Jugaad Innovation: A Frugal and Flexible Approach to Innovation for the 21st Century. Random House.</p>		
Zulassungsvoraussetzungen gem. SPO	<table border="1" style="width: 100%;"> <tr> <td style="text-align: center;">- Keine -</td> <td style="text-align: center;">Empfohlene Voraussetzungen</td> </tr> </table>	- Keine -	Empfohlene Voraussetzungen
- Keine -	Empfohlene Voraussetzungen		
Prüfungsart und Umfang gem. SPO	Portfolio-Prüfung		
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Bestehen der Modulprüfung gem. SPO und Studienplan		
Anmerkungen / Hinweise			



International Sales Management		
Persönlichkeitskompetenz und Sozialkompetenz	<ul style="list-style-type: none"> • Umgang mit Kunden und Partnern. • Fähigkeit zur Selbstreflexion und kontinuierlichen Weiterentwicklung in der Verkaufs- und Managerrolle. • Vertriebssteuerung über angepasste Vergütungssysteme. • Resilienz und Anpassungsfähigkeit in herausfordernden oder unerwarteten Vertriebssituationen. • Stärkung der interkulturellen Kommunikationsfähigkeiten und Empathie. • Fähigkeit zur effektiven Teamarbeit und zur Führung von Verkaufsteams. • Entwicklung von Netzwerkfähigkeiten und Aufbau langfristiger Kundenbeziehungen. 	
Handlungskompetenz	<p>Fähigkeit, das im Kurs erworbene Wissen effektiv in reale Vertriebsszenarien umzusetzen.</p> <p>Lösungsorientiertes Handeln bei Vertriebsherausforderungen und -konflikten.</p> <p>Proaktive Gestaltung und Steuerung von Vertriebsprozessen und -projekten.</p>	
Spezielle Kompetenz	<p>Expertise in spezifischen Branchen oder Marktsegmenten des internationalen Vertriebs.</p> <p>Fähigkeit zur Integration digitaler Tools und Technologien in den Vertriebsprozess.</p> <p>Kenntnisse über rechtliche und ethische Aspekte des internationalen Vertriebs.</p>	
Inhalte	<ul style="list-style-type: none"> • Einführung in das Internationale Vertriebsmanagement • Vertriebskanäle und -strategien im internationalen Kontext • Effektive Verkaufstaktiken und rhetorische Gesprächstechniken • Interkulturelle Kommunikation und Kundenbeziehungsmanagement • Vertriebsprozessoptimierung und Einsatz digitaler Tools • Vertriebssteuerung und Vergütungssysteme • Rechtliche und ethische Aspekte im internationalen Vertrieb • Persönlichkeitsentwicklung und Führung im Vertrieb • Spezialisierung in Branchen und Marktsegmenten 	
Literatur	<p>Albers, S. und Krafft, M. (2022) Vertriebsmanagement: Organisation - Planung - Controlling - Support. 2. Aufl. Springer Gabler.</p> <p>Doering, D. und Zeller, M. (2022) Das strukturierte Verkaufsgespräch: Die wichtigsten Werkzeuge für den Vertrieb und ihre Anwendung in der Praxis. 1. Aufl. Wiesbaden: Springer Gabler.</p> <p>Homburg, C. (2020) Marketingmanagement: Strategie - Instrumente - Umsetzung - Unternehmensführung. 7. Aufl. Wiesbaden: Springer Gabler.</p> <p>Jost, P.-J. (Hrsg.) (2001) Die Prinzipal-Agenten-Theorie in der Betriebswirtschaftslehre. 1. Aufl. Stuttgart: Schäffer-Poeschel.</p> <p>Kieser, H.-P. (2023) Variable Vergütung im Vertrieb: 10 Bausteine für eine motivierende Entlohnung im Außen- und Innendienst. 3. Aufl. Wiesbaden: Springer Gabler.</p> <p>Kreuter, D. (2018) Umsatz extrem: Verkaufen im Grenzbereich. 10 radikale Prinzipien. 2. Aufl. Wien, Österreich: Linde Verlag Ges.m.b.H.</p> <p>Pepels, W. (2023) Grundlagen Des Vertriebs: 4., Erneut Überarbeitete Und Aktualisierte Auflage. 4. Aufl. Duncker & Humblot.</p> <p>Scheid, B. und Scherer, P. (2021) Strategisches Vertriebsmanagement: Methoden für den systematischen B2B-Vertrieb im digitalen Zeitalter. 2. Aufl. Wiesbaden: Springer Gabler. Zeitalter. 2. Aufl. Wiesbaden: Springer Gabler.</p>	
Zulassungsvoraussetzungen gem. SPO	- Keine -	Empfohlene Voraussetzungen
Prüfungsart und Umfang gem. SPO	mündlicher Leistungsnachweis (mdLLN, 15-20 Min.)	



International Sales Management	
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Bestehen der Modulprüfung gem. SPO und Studienplan
Anmerkungen / Hinweise	



Unternehmensgründung	
	<p>unternehmerischen Denkens und Handelns, die Entwicklung von interdisziplinärer Teamfähigkeit und das Erlernen von professionellem Präsentieren. Die Teilnehmenden sollen die Komplexität und das Ineinandergreifen volks- und betriebswirtschaftlicher Zusammenhänge in der Simulation nachempfinden und lernen ihre eigenen unternehmerischen Vorstellungen so aufzuarbeiten und zu präsentieren, dass sie ein professionelles Publikum, wie z.B. Investoren von ihren Ideen überzeugen können.</p>
Inhalte	<p>Existenzgründerplanspiel (CampusCup Bayern) und darauf aufbauend ein Workshop zur Vorstellung eigener Businesspläne: Studien- / Prüfungsleistungen: Die Teilnehmer werden mit den Themen der Existenzgründung und der strategischen Unternehmensführung im Campus-Cup vertraut gemacht. Nach Erstellung eines rudimentären Businessplans erfolgt der Markteintritt. In Planspielsequenzen werden Marktszenarien im Wettbewerb simuliert, in denen die getroffenen Entscheidungen betriebswirtschaftlich das Unternehmen beeinflussen. Begleitet werden die Spielsequenzen durch kurze theoretische Auffrisch- bzw. Einführungsphasen. Eine Abschlusspräsentation im Team mit Rück- und Ausblick rundet das Planspiel ab. Aufbauend auf den Erfahrungen des Planspiels wird der im Planspiel nur in wenigen Eckpunkten festgelegte Businessplan erweitert und vertieft, indem eigene Produktideen basierend auf einer umfassenden Marktanalyse entwickelt werden und diese dann in einem professionellen Businessplan präsentiert werden.</p>
Literatur	
Zulassungsvoraussetzungen gem. SPO	<p>- Keine -</p> <p>Empfohlene Voraussetzungen</p>
Prüfungsart und Umfang gem. SPO	<p>Präsentation (Präs., 15-20 Min.) Projektarbeit (PA, 10-20 Seiten)</p> <p>Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten ist das Bestehen der jeweiligen Modulprüfung gem. SPO bzw. Studienplan.</p>
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	<p>Bestehen der Modulprüfung gem. SPO und Studienplan</p>
Anmerkungen / Hinweise	

8.6.13. Werbepsychologie

Werbepsychologie			
Modul-Nr.	30.1/.2/.3	SPO	SPO IKM/HSAN
Verwendung des Moduls	Studiengang Interkulturelles Management (B.A.) Wahlpflichtfach I, II, III	Wahlpflichtfach	Modulgruppe (gem. SPO): Wahlpflichtfach
Moduldauer	1 Semester	Modulangebot	Winter
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Patrick M. Gröner		
Dozierende	Prof. Dr. Patrick M. Gröner		
Sprache	Deutsch		
Leistungspunkte	5	SWS	4
Arbeitsaufwand	Kontaktstunden: 30 h Selbststudium: 120 h Gesamtaufwand: 150 h		
Lehrformen (gem. SPO):	<input checked="" type="checkbox"/> e-Learning (eL) <input type="checkbox"/> Exkursion (Ex) <input checked="" type="checkbox"/> Vorlesung (V) <input type="checkbox"/> Praktikum <input checked="" type="checkbox"/> Übung (Ü)		
Kurzbeschreibung	Das Modul vermittelt rassistuskritische interkulturelle (soziale) und wissenschaftliche (fachliche) Kompetenzen.		
Qualifikationsziele			
Fachkompetenz und Methodenkompetenz	Die Studierenden lernen, Werbewirkungen auf komplexe Ursachen und Prozesse zurückzuführen. Sie lernen kommunikationswissenschaftliche Methoden im Bereich persuasiver Botschaften kennen.		
Persönlichkeitskompetenz und Sozialkompetenz	Die Studierenden vertiefen ihre Kommunikations- und Teamfähigkeit im Rahmen gemeinschaftlicher Anwendungsbeispiele. Sie können sich artikulieren, auch unter Verwendung kommunikationswissenschaftlichen Fachtermini und festigen die Präsentationsfähigkeit vor einem größeren Teilnehmerkreis.		
Handlungskompetenz	Die Studierenden entwickeln einen systematischen und analytischen Blick auf strategische Werbebotschaften und können werbepsychologische Grundkonzepte und Theorien auf konkrete Medienangebote anwenden.		
Inhalte	Das Modul vermittelt den Studierenden ein fortgeschrittenes Verständnis für die Entstehung und Logik strategischer Kommunikationsprozesse im werblichen Umfeld. Dabei werden grundlegende Konzepte, Theorien und Befunde im Bereich strategischer Kommunikation vermittelt. Ebenso werden ausgewählte Arbeiten im Kontext persuasiver Kommunikation sowie der strategischen Werbe- und Wirtschaftskommunikation analysiert und auf wissenschaftlicher Basis hinterfragt. Die werbepsychologischen Inhalte der Veranstaltung werden im Rahmen von Moodle-Quizen, E-Learning-Einheiten sowie virtuellen Escape-Rooms auf spielerische Weise vertieft und ergänzt (Stichwort Gamification).		

Werbepsychologie		
	<p>Die seminaristische Veranstaltung gibt einen Überblick über folgende Themen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Abgrenzung und Definition von strategischer Werbekommunikation • Entwicklung strategischer Werbekommunikation • Werbewirkung – Medienkontext und Emotionen • Politische Werbung und Negativkampagnen • Werbung und die Wirkung von Sexappeal und Erotik • Furchtappelle – Werbung und die Macht von Angst • Werbung und die Wirkung von Humor • Unterschwellige und subliminale Werbung • Persuasion der Narration • Die Wirkung von Musik in der Werbung • Integrierte Werbung – Brand Placements und deren Wirkung • Sponsoring und andere Sonderwerbeformen • Vernetzt und Interaktiv – Online und virale Werbung • Kindgerechte Werbung – Werbewirkung unter kritischen Gesichtspunkten • Grüne Werbung – Greenwashing • Social Marketing • Verantwortung – Werbung – Ethik – Moral • Influencer Marketing 	
Literatur	Literaturempfehlungen werden jeweils zu Beginn des Kurses bereitgestellt.	
Zulassungsvoraussetzungen gem. SPO	- Keine - <table border="1" style="display: inline-table; vertical-align: middle;"><tr><td style="background-color: #cccccc;">Empfohlene Voraussetzungen</td></tr></table>	Empfohlene Voraussetzungen
Empfohlene Voraussetzungen		
Prüfungsart und Umfang gem. SPO	Portfolio-Prüfung Projektarbeit (PA, 10-20 Seiten) Werbeclip (SPM - Medienkommunikation II)	
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Bestehen der Modulprüfung gem. SPO und Studienplan	
Anmerkungen / Hinweise	<ul style="list-style-type: none"> • Bruhn, M., Esch, F. R. & Langner, T. (2016). <i>Handbuch Strategische Kommunikation: Grundlagen, innovative Ansätze, praktische Umsetzungen</i>. Springer Gabler. • Kloss, I. (2012). <i>Werbung: Handbuch für Studium und Praxis</i> (5. Aufl.). Vahlen. • Kroeber-Riel, W. & Esch, F. R. (2015). <i>Strategie und Technik der Werbung: verhaltens- und neurowissenschaftliche Erkenntnisse</i>. Kohlhammer. • Siegert, G. & Brecheis, D. (2017). <i>Werbung in der Medien- und Informationsgesellschaft. Eine kommunikationswissenschaftliche Einführung</i> (3. Aufl.). Springer VS. 	

8.6.14. Modul: Supply Chain Management

Supply Chain Management			
Modul-Nr.	30.1/.2/.3	SPO	SPO IKM/HSAN-20242
Verwendung des Moduls	Studiengang Interkulturelles Management (B.A.) Wahlpflichtfach I, II, III	Wahlpflichtfach	Modulgruppe (gem. SPO): Wahlpflichtfach
Moduldauer	1 Semester	Modulangebot	Winter
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Carolin Durst		
Dozierende	Dr. Sebastian Huber, Dr. Sven Schwarz		
Sprache	Deutsch		
Leistungspunkte	5	SWS	4
Arbeitsaufwand	Kontaktstunden:		30 h
	Selbststudium:		120 h
	Gesamtaufwand:		150 h
Lehrformen (gem. SPO):	<input checked="" type="checkbox"/> e-Learning (eL) <input type="checkbox"/> Exkursion (Ex) <input checked="" type="checkbox"/> Vorlesung (V) <input type="checkbox"/> Praktikum <input checked="" type="checkbox"/> Übung (Ü)		
Kurzbeschreibung	In diesem Modul werden die theoretischen wie praktischen Grundlagen des Supply Chain Managements vermittelt. Hierbei werden die Zusammenhänge und Abhängigkeiten ebenso betrachtet wie Steuerungsmöglichkeiten von Unternehmen.		
Qualifikationsziele			
Fachkompetenz und Methodenkompetenz	Die Studierenden erlernen wesentliche Fachkompetenzen und Methoden, um für eine Anstellung im Supply Chain Management die wesentlichen Voraussetzungen mitzubringen.		
Persönlichkeitskompetenz und Sozialkompetenz	Fähigkeit zur Argumentation auf Basis von Zahlen, Daten, Fakten		
Handlungskompetenz	Fähigkeit zur Analyse von Supply Chains und Erarbeitung von Konzepten, insbes. auch bei der Digitalisierung von Supply Chains.		
Spezielle Kompetenz	Betriebswirtschaftliche und Digitale Kompetenzen: Fähigkeit zur Analyse von Supply Chains und Erarbeitung von Konzepten, insbes. auch bei der Digitalisierung von Supply Chains.		
Inhalte	<ul style="list-style-type: none"> • Relevanz und Grundlagen SCM • typische Problemstellungen im SCM (Peitscheneffekt, etc.) • SCM entlang der Wertschöpfungskette • aktuelle Themenstellungen (u.a. Sustainability) 		
Literatur	Chopra, S. und P. Meindl (2014) Supply Chain Management - Strategie, Planung und Umsetzung, Pearson Weitere aktuelle Artikel im Modul		
Zulassungsvoraussetzungen gem. SPO	- Keine -	Empfohlene Voraussetzungen	
Prüfungsart und Umfang gem. SPO	schriftlicher Leistungsnachweis (schrLN, 60-120 Min.): Klausur, Dauer 60 Minuten		



Supply Chain Management	
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Bestehen der Modulprüfung gem. SPO und Studienplan
Anmerkungen / Hinweise	

»Let's talk about racism«: Rassismus in Migrationsgesellschaft, Arbeitswelt und Medien

	<p>Differenzen. Hierbei wird insbesondere die Problematisierung von Differenz kritisch reflektiert und auf ihre Funktion für die Gesellschaft untersucht.</p> <p>Wissenschaftliche Kompetenzen: Die Studierenden werden angeleitet, wie komplexe wissenschaftliche Texte verstanden werden können und lernen, Fachbegriffe in ihre Argumentationsweisen einzubauen und sozialwissenschaftliche Konzepte zur Erschließung gesellschaftlicher Phänomene anzuwenden.</p> <p>Digitale Kompetenzen: Die Studierenden lernen mediale Inhalte kritisch zu rezipieren. Sie lernen außerdem, wissenschaftliche Inhalte multimedial aufzuarbeiten und im Plenum vorzustellen.</p>	
Inhalte	<p>Im Modul wird grundlegendes Fachwissen über Rassismus in der Gesellschaft vermittelt. Dabei wird vorrangig auf den Konstruktionscharakter von Rassismus eingegangen und der Begriff inhaltlich von Alternativkonzepten (»Fremdenfeindlichkeit«) abgegrenzt. Die Studierenden erlangen Kenntnis darüber, wer tendenziell rassistisch diskreditiert wird, wie und wo rassistische Prozesse sichtbar werden (Arbeit, Medien, Politik, Alltag) und wie ihnen begegnet werden kann. Der Kurs richtet sich an alle, die am Thema Rassismus, dessen Analyse und kritischer Zurückweisung (auch im eigenen Alltag) interessiert sind. Es wird kein spezifisches Vorwissen benötigt. Der Kurs ist für Studierende aller Studiengänge empfehlenswert.</p>	
Literatur	<p>Literaturempfehlungen werden jeweils zu Beginn des Kurses bereitgestellt.</p>	
Zulassungsvoraussetzungen gem. SPO	- Keine -	Empfohlene Voraussetzungen
Prüfungsart und Umfang gem. SPO	Portfolio-Prüfung	
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Bestehen der Modulprüfung gem. SPO und Studienplan	
Anmerkungen / Hinweise	<p>Eine 100% regelmäßige persönliche Teilnahme am Präsenzunterricht ist unbedingt empfehlenswert.</p> <p>Das Einbringen sozialer Kompetenzen ist unverzichtbar, da im Kurs in Gruppen gearbeitet und diskutiert wird. Die Prüfungsleistung wird in Gruppen angefertigt.</p> <p>Die Bereitschaft, die eigene Medienkompetenz zu üben und zu vertiefen, wird vorausgesetzt.</p> <p>Empathiefähigkeit und selbstständiges Reflektieren der eigenen Wissensbestände und der eigenen Betroffenheit sowie Betroffenheit Anderer im Rahmen von Diskriminierung sind aufgrund der sensiblen Thematik wünschenswert.</p>	



8.7. Modulbeschreibungen: Modulgruppe Praktisches Studiensemester

Mit den Modulen der Modulgruppe Praktisches Studiensemester tauchen Sie tief in die betriebliche Praxis ein, der Schwerpunkt liegt im Praktikum. Tabelle 9 zeigt den Überblick inklusive begleitender Seminare.

Modul-Nr.	Modul
31	Betriebliche Praxis
32	Managementtechniken

Tabelle 9 - Modulgruppe Praktisches Studiensemester



Betriebliche Praxis		
		Digitale Kompetenzen: Die Studierenden wenden erlernte Fähigkeiten im Umgang mit digitalen Systemen im betrieblichen Umfeld an und festigen diese.
Inhalte	Betriebliches Praktikum.	
Literatur		
Zulassungsvoraussetzungen gem. SPO	- Keine -	Empfohlene Voraussetzungen
Prüfungsart und Umfang gem. SPO	Teilnahme (TN): Teilnahme am Praktikum, nachgewiesen durch Praktikumsvertrag, Bescheinigung und Bericht; 20 Wo., 15-25 S.	
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Bestehen der Modulprüfung gem. SPO und Studienplan	
Anmerkungen / Hinweise		

8.7.2. Modul: Managementtechniken

Managementtechniken			
Modul-Nr.	32	SPO	SPO IKM/HSAN-20242
Verwendung des Moduls	Studiengang Interkulturelles Management (B.A.)	Pflichtseminar	Modulgruppe (gem. SPO): Praktisches Studiensemester
Moduldauer	1 Semester	Modulangebot	Winter und Sommer
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Ritam Garg		
Dozierende	Christian Wilkens		
Sprache	Deutsch		
Leistungspunkte	5	SWS	-
Arbeitsaufwand	Kontaktstunden:		42 h
	Selbststudium:		108 h
	Gesamtaufwand:		150 h
Lehrformen (gem. SPO):	<input checked="" type="checkbox"/> e-Learning (eL) <input checked="" type="checkbox"/> Exkursion (Ex)		
	<input checked="" type="checkbox"/> Vorlesung (V) <input type="checkbox"/> Praktikum		
	<input checked="" type="checkbox"/> Übung (Ü)		
Kurzbeschreibung	<p>Inhalt der viertägigen Veranstaltung (zwei + zwei Tage) ist die praxisnahe Vermittlung von "Best in class" Managementtechniken sowie interpersonellen Kommunikationstechniken. Die typischen Anwendungs-Schwerpunkte der Methoden liegen in der Förderung interkultureller Kommunikation sowie</p> <ul style="list-style-type: none"> • im Projektmanagement (Wasserfall und Agil) • im operativen Management (Operational Excellence) • im Qualitätsmanagement • im Veränderungsmanagement 		
Qualifikationsziele			
Fachkompetenz und Methodenkompetenz	<p>Fähigkeit und Bereitschaft, komplexe Aufgaben- und Problemstellungen (als Einzelthema oder im Rahmen größerer Projekte) eigenständig, fachlich angemessen, methodengeleitet im Team zu bearbeiten und das Ergebnis transparent und nachvollziehbar zu dokumentieren.</p> <p>Kenntnis der erfolgskritischen Prozessschritte der jeweiligen "Best- in-class" Managementmethoden sowie Ihrer praktischen Anwendung im typischen Stakeholder-Umfeld von Projekten und Veränderungsprozessen.</p>		
Persönlichkeitskompetenz und Sozialkompetenz	<p>Fähigkeit, komplexe Probleme und Aufgaben durch geeignete methodische Strukturierung bearbeitbar und lösbar zu machen sowie die Lösung eigenständig zu implementieren.</p>		
Handlungskompetenz	<p>Grundlagen des Führens und Gewinnens von Teammitgliedern und Stakeholdern durch Überzeugen. Kenntnis und Vermeidung der methodikspezifischen Widerstände in der Projektarbeit mit unterschiedlichen Stakeholdern. Motivation von Stakeholdern zur konstruktiven Partizipation im Projektteam.</p>		
Spezielle Kompetenz	<p>Interkulturelle Kompetenzen: Einsatz von global bewährten Management Methoden als gemeinsame Sprache in interkulturellen Teams.</p>		



Managementtechniken			
	<ul style="list-style-type: none"> • Grundlegende Motivationstheorie (Herzberg) • Stakeholder Analyse • Grundlegende Kommunikationsprinzipien • Sender/ Empfänger • Aktives Zuhören und Grundlagen der Fragetechnik • Eisberg Modell • 4 Ohren Modell • 5 Ebenen von Konflikten • Situatives Führen (Hershey und Blanchard) • Verhaltensstile (Boulton) einschließlich Selbst- und Fremdbild • Zusammenfassung: Checkliste erfolgreiche Gesprächsführung • Konzept Vermittlung (Teaching): Intensivübung und Präsentation der Teilnehmer • Konfliktbehandlung/Einwandsüberwindung: Intensivübung in kleinen Gruppen • Training, Team Building sowie Anerkennung im Team, Hochleistungsteams • Fördern und Beraten (Coaching und Counseling): Gesprächsübung in Gruppen (Fallbeispiel) • Feedback • Eskalation • Zusammenfassendes Resümee sowie Reflexion eines persönlichen Entwicklungsplans 		
Literatur	<p>PMI (2017): A Guide to the Project Management Body of Knowledge (PMBOK® Guide), 6. Auflage</p> <p>Goodwin, R. und Wright, G. (2014): Decision Analysis for Management Judgement, 5. Auflage, John Wiley and sons</p> <p>James M. Wilson (2003): Gantt charts: A centenary appreciation, European Journal of Operational Research 149</p> <p>Wilkens, Christian: Der Weg zu qualifizierten Projektentscheidungen, Teil 1 und Teil 2, unter: https://www.projektmagazin.de/artikel/der-weg-zu-qualifizierten-projektentscheidungen-teil-1_6778 https://www.projektmagazin.de/artikel/der-weg-zu-qualifizierten-projektentscheidungen-teil-2_6803 (abgerufen am 8.10.2019)</p> <p>Romeike, Frank (2018): Risikomanagement, Springer Gabler</p> <p>Moser, Michaela (2018): Bedeutung von Soft Skills in einer sich wandelnden Unternehmenswelt, Springer Gabler</p>		
Zulassungsvoraussetzungen gem. SPO	<table border="1"> <tr> <td>- Keine -</td> <td>Empfohlene Voraussetzungen</td> </tr> </table>	- Keine -	Empfohlene Voraussetzungen
- Keine -	Empfohlene Voraussetzungen		
Prüfungsart und Umfang gem. SPO	Teilnahme (TN): Präsentation (Präs., 15-20 Min.)		
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Bestehen der Modulprüfung gem. SPO und Studienplan		
Anmerkungen / Hinweise			



8.8. Modulbeschreibungen: Modulgruppe Bachelorarbeit

Mit den Modulen der Modulgruppe Bachelorarbeit beschäftigen Sie sich intensiv mit Ihrer Bachelorarbeit. Tabelle 10 zeigt den Überblick inklusive begleitender Seminare.

Modul-Nr.	Modul
33	Bachelorarbeit
34	Bachelorseminar

Tabelle 10 - Modulgruppe Bachelorarbeit



Bachelorarbeit			
		Die Studierenden erstellen eine wissenschaftliche Arbeit mit den notwendigen technischen Hilfsmitteln.	
Inhalte	Eigenständige Erstellung der Bachelorarbeit		
Literatur	<p>Bänsch, A. (2013): Wissenschaftliches Arbeiten. Berlin Kornmeier, M. (2018): Wissenschaftlich schreiben leicht gemacht. Bern Manschwetus, U. (2017): Ratgeber wissenschaftliches Arbeiten. Lüneburg Sandberg, B. (2017): Wissenschaftliches Arbeiten von Abbildung bis Zitat. Berlin Theisen, M.-R. (2017): Wissenschaftliches Arbeiten. München</p>		
Zulassungsvoraussetzungen gem. SPO	- Keine -	Empfohlene Voraussetzungen	Erfolgreicher Abschluss des Moduls Wissenschaftliches Arbeiten
Prüfungsart und Umfang gem. SPO	Bachelorarbeit (BA, 30-40 Seiten): Bachelorarbeit		
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Bestehen der Modulprüfung gem. SPO und Studienplan		
Anmerkungen / Hinweise	Die Erstellung der Bachelorarbeit erfolgt nach Anmeldung des Themas innerhalb von drei Monaten.		



Bachelorseminar			
Zulassungsvoraussetzungen gem. SPO	- Keine -	Empfohlene Voraussetzungen	Erfolgreicher Abschluss des Moduls Wissenschaftliches Arbeiten
Prüfungsart und Umfang gem. SPO	Teilnahme (TN): und Präsentation des Arbeitsstandes der Bachelorarbeit		
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Bestehen der Modulprüfung gem. SPO und Studienplan		
Anmerkungen / Hinweise			



9. Modulbeschreibungen SPO IKM/HSAN 20162

Für die Studierenden der alten Studien- und Prüfungsordnung hatten wir die Regelungen in Kapitel **Fehler! Verweisquelle konnte nicht gefunden werden.** aufgezeigt. Hier sehen Sie in Tabelle 11 in einen Überblick über Module der alten Studien- und Prüfungsordnung (SPO IKM/HSAN 20162), zu denen die Modulbeschreibungen folgen.

Modul-Nr.	Modul
01	Angewandtes Projektmanagement I
02	Angewandtes Projektmanagement II

Tabelle 11 - Module nach der alten SPO IKM/HSAN 20162

Folgende Module haben wir, wie bereits aufgezeigt, in andere Module integriert:

- Medienkompetenz Social Media: Hier besuchen Sie zukünftig einfach Digital Marketing, dort sind die Inhalte integriert. Einige Inhalte finden sich ergänzend im neuen Modul Marktforschung.
- Selbstmanagement im Studium: Hier besuchen sie zukünftig einfach das Modul Wissenschaftliche Arbeitsweisen, dort sind die Inhalte integriert.

9.1. Modul: Angewandtes Projektmanagement I

Angewandtes Projektmanagement I			
Modul-Nr.		SPO	SPO IKM/HSAN 20162
Verwendung des Moduls	Studiengang Interkulturelles Management (B.A.)	Pflichtfach	Modulgruppe (gem. SPO):
Moduldauer	1 Semester	Modulangebot	Winter und Sommer
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Ritam Garg		
Dozierende	Maximilian May, MBA M.Sc. PMM		
Sprache	Deutsch		
Leistungspunkte	5	SWS	4
Arbeitsaufwand	Kontaktstunden:		45 h
	Selbststudium:		105 h
	Gesamtaufwand:		150 h
Lehrformen (gem. SPO):	<input checked="" type="checkbox"/> e-Learning (eL) <input type="checkbox"/> Exkursion (Ex) <input checked="" type="checkbox"/> Vorlesung (V) <input type="checkbox"/> Praktikum <input checked="" type="checkbox"/> Übung (Ü)		
Kurzbeschreibung	<p>Projektarbeit nimmt im internationalen Kontext immer stärker an Bedeutung zu und leistet einen zunehmenden Beitrag zur Wertschöpfung.</p> <p>Das Modul befasst sich sowohl mit dem Managementansatz Projektmanagement und seinen prozessualen und methodischen Elementen aus dem klassischen Projektmanagement wie auch mit dem Kollaborationsansatz des Projektmanagements.</p> <p>Die überaus praktische Fachdisziplin Projektmanagement wird im Modul auf Basis internationaler Standards und Erkenntnisse vermittelt und in Form von Praxisprojekten verständlich gemacht.</p>		
Qualifikationsziele			
Fachkompetenz und Methodenkompetenz	Die Studierenden unterscheiden die wesentlichen Projektmanagement-Ansätze des klassischen und agilen Projektmanagements und kennen die jeweiligen Stärken und Einsatzgebiete. Sie beschreiben wesentliche Projektmanagement-Methoden auf Basis internationaler Standards im klassischen Projektmanagement (bspw. IPMA, ISO, PMI, PRINCE2) und setzen ausgewählte Projektmanagement-Methoden zur Bearbeitung kleiner, betrieblicher Projekte über alle Projektlebensphasen (Initialisierung und Definition, Planung, Steuerung, Abschluss).		
Persönlichkeitskompetenz und Sozialkompetenz	Die Studierenden bringen sich verantwortlich und kollegial in Projektteams ein. Sie kennen gruppensdynamische Prozesse, wie sie in interkulturellen Projektteams auftreten, und steuern diese aktiv in der Projektarbeit. Die Studierenden kennen die Bedeutung von Projektarbeit für die eigene berufliche Entwicklung. Sie können persönliche Zielkonflikte erkennen und beseitigen. Die Studierenden kennen die Notwendigkeit zuverlässiger Aufgabenbearbeitung und von Verlässlichkeit in Projekten.		
Handlungskompetenz	Die Studierenden wenden Projektmanagement-Methoden in betrieblichen Projekten an. Sie übernehmen eigenständig Arbeitspakete oder kleine Teilprojekte in betrieblichen Projekten.		

Angewandtes Projektmanagement I

<p>Spezielle Kompetenz</p>	<p>Interkulturelle Kompetenzen: Die Studierenden berücksichtigen die Diversität in organisations- und länderübergreifenden Projektteams und deren Hintergründe und finden lösungsorientierte Wege der Zusammenarbeit in Projekten.</p> <p>Betriebswirtschaftliche Kompetenzen: Die Studierenden kennen den Stellenwert der Projektarbeit in der betrieblichen Praxis. Sie wenden Methoden der Projektplanung und -steuerung in Projekten an.</p> <p>Digitale Kompetenzen: Die Studierenden nutzen grundlegende Standard-Software zur Unterstützung der Projektplanung und Steuerung für nicht-komplexe Projekte mit klassischem Planungsansatz.</p>
<p>Inhalte</p>	<p>Das Modul Angewandtes Projektmanagement I vermittelt den Stellenwert der Projektarbeit in Organisationen und geht auf die unterschiedlichen Projektmanagement-Ansätze ein.</p> <p>Im Rahmen des seminaristischen Unterrichts sowie der dazwischengelegenen Recherche- und Praxisphasen beschäftigen sich die Studierenden mit den wesentlichen Inhalten:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Stellenwert der Projektarbeit in Organisationen • Projektmanagement-Ansätze: klassisches, agiles, hybrides Projektmanagement • Überblick über internationale Standards im Projektmanagement: IPMA, ISO, PMI, TSO/PRINCE2, Scrum • Projektmanagement-Elemente aus der Organisationsperspektive, methodischen Perspektive und sozial-persönlichen Perspektive entlang der ICB – damit Projektmanagement-Methoden über alle Projektlebensphasen • Einsatz von PM-Standard-Software: Planung und Steuerung mit MS-Project, Einbindung in betriebliche Umgebungen • Praxisprojekt: Beleuchtung eines betrieblichen Praxisprojektes unter ausgewählten Projektmanagement-Aspekten
<p>Literatur</p>	<p>Deutsche Gesellschaft für Projektmanagement e.V. GPM (Hrsg.) (2019): Kompetenzbasiertes Projektmanagement (PM4). Handbuch für Praxis und Weiterbildung im Projektmanagement. 1. Auflage, GPM, Nürnberg</p> <p>GPM / Gessler, M. (Hrsg.) (2016): Kompetenzbasiertes Projektmanagement (PM3). Handbuch für die Projektarbeit, Qualifizierung und Zertifizierung. 8. Auflage, GPM, Nürnberg</p> <p>Motzel, E. und Möller, T. (2017): Projektmanagement Lexikon: Referenzwerk zu den aktuellen nationalen und internationalen Standards. 3. Auflage. Wiley, Hoboken</p> <p>Jenny, B. (2017): Projektmanagement. Das Wissen für eine erfolgreiche Karriere. 6. Auflage. v/d/f, Zürich.</p> <p>Jenny, B. (2014): Projektmanagement. Das Wissen für den Profi. 2. Auflage. v/d/f, Zürich.</p> <p>Timming, H. (2017): Modernes Projektmanagement. Wiley, Hoboken</p> <p>Kerzner, H. (2017): Project Management: A Systems Approach to Planning, Scheduling and Controlling. 12th edition. Wiley, Hoboken</p> <p>Schwaber, K (2007): Agiles Projektmanagement mit Scrum. Heidelberg, Microsoft Press</p> <p>Schelle, H. und Linsen, O. (2018): Projekte zum Erfolg führen. Projektmanagement systematisch und kompakt. 8. Auflage. Beck, München</p> <p>Hoffmann, H.-E., Fitzsimons, C., Schoper, Y. (2004): Internationales Projektmanagement. Interkulturelle Zusammenarbeit in der Praxis. München, dtv.</p>



Angewandtes Projektmanagement I			
Zulassungsvoraussetzungen gem. SPO	- Keine -	Empfohlene Voraussetzungen	
Prüfungsart und Umfang gem. SPO	Projektarbeit (PA, 10-20 Seiten): Seminararbeit über ein aktuelles Projektmanagement-Thema in einer betrieblichen Fragstellung, ca. 10-15 Seiten		
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Bestehen der Modulprüfung gem. SPO und Studienplan		
Anmerkungen / Hinweise	<p>Wir organisieren ergänzend freiwillige, externe Zertifizierungen, die kostenpflichtig bei Fachgesellschaften abgelegt werden können:</p> <ul style="list-style-type: none"> • GPM Basiszertifikat / IPMA Level D <p>Diese Zertifizierungen sind bei Arbeitgebern gut bekannt und können mit der Vorbereitung durch die Lehrveranstaltungen gut absolviert werden</p>		

9.2. Modul: Angewandtes Projektmanagement II

Angewandtes Projektmanagement II			
Modul-Nr.		SPO	SPO IKM/HSAN 20162
Verwendung des Moduls	Studiengang Interkulturelles Management (B.A.)	Pflichtfach	Modulgruppe (gem. SPO):
Moduldauer	1 Semester	Modulangebot	Winter
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Ritam Garg		
Dozierende	Maximilian May, MBA M.Sc. PMM		
Sprache	Deutsch		
Leistungspunkte	5	SWS	4
Arbeitsaufwand	Kontaktstunden:		30 h
	Selbststudium:		120 h
	Gesamtaufwand:		150 h
Lehrformen (gem. SPO):	<input checked="" type="checkbox"/> e-Learning (eL) <input type="checkbox"/> Exkursion (Ex) <input checked="" type="checkbox"/> Vorlesung (V) <input type="checkbox"/> Praktikum <input checked="" type="checkbox"/> Übung (Ü)		
Kurzbeschreibung	<p>Projektarbeit nimmt im internationalen Kontext immer stärker an Bedeutung zu und leistet einen zunehmenden Beitrag zur Wertschöpfung.</p> <p>Das Modul befasst sich sowohl mit dem Managementansatz Projektmanagement und seinen prozessualen und methodischen Elementen aus dem klassischen und agilen Projektmanagement wie auch mit dem kulturübergreifenden Kollaborationsansatz des Projektmanagements.</p> <p>Die überaus praktische Fachdisziplin Projektmanagement wird im Modul auf Basis internationaler Standards und Erkenntnisse vermittelt und in Form von Praxisprojekten verständlich gemacht.</p>		
Qualifikationsziele			
Fachkompetenz und Methodenkompetenz	Die Studierenden unterscheiden die wesentlichen Projektmanagement-Ansätze des klassischen und agilen Projektmanagements und kennen die jeweiligen Stärken und Einsatzgebiete. Sie beschreiben wesentliche Projektmanagement-Methoden auf Basis internationaler Standards (bspw. IPMA, ISO, PMI, PRINCE2, Scrum) und setzen ausgewählte Projektmanagement-Methoden zur Bearbeitung kleiner, betrieblicher Projekte über alle Projektlebensphasen (Initialisierung und Definition, Planung, Steuerung, Abschluss) für klassische und agile Projektansätze ein.		
Persönlichkeitskompetenz und Sozialkompetenz	Die Studierenden bringen sich verantwortlich und kollegial in Projektteams ein. Sie kennen gruppensdynamische Prozesse, wie sie in interkulturellen Projektteams auftreten, und steuern diese aktiv in der Projektarbeit. Die Studierenden kennen die Bedeutung von Projektarbeit für die eigene berufliche Entwicklung. Sie können persönliche Zielkonflikte erkennen und beseitigen. Die Studierenden kennen die Notwendigkeit zuverlässiger Aufgabenbearbeitung und von Verlässlichkeit in Projekten.		
Handlungskompetenz	Die Studierenden wenden Projektmanagement-Methoden in betrieblichen Projekten an. Sie übernehmen eigenständig Arbeitspakete oder kleine Teilprojekte in betrieblichen Projekten.		
Spezielle Kompetenz	Interkulturelle Kompetenzen:		

Angewandtes Projektmanagement II			
	<p>Die Studierenden berücksichtigen die interkulturelle Diversität in organisations- und länderübergreifenden Projektteams und deren Hintergründe und finden lösungsorientierte Wege der Zusammenarbeit in Projekten.</p> <p>Betriebswirtschaftliche Kompetenzen: Die Studierenden kennen den Stellenwert der Projektarbeit in der betrieblichen Praxis. Sie wenden klassische und agile Methoden der Projektplanung und -steuerung in Projekten an.</p> <p>Digitale Kompetenzen: Die Studierenden kennen Plattformen zur Zusammenarbeit in Projekten sowohl für klassische, wie auch agile Projektansätze.</p>		
Inhalte	<p>Das Modul Angewandtes Projektmanagement II vertieft den Stellenwert der Projektarbeit in Organisationen und geht auf die unterschiedlichen Projektmanagement-Ansätze (klassisches, agiles, hybrides Projektmanagement) und die Besonderheiten der Projektarbeit im betrieblichen Kontext ein. Im Rahmen des seminaristischen Unterrichts sowie der dazwischengelegenen Recherche- und Praxisphasen beschäftigen sich die Studierenden mit den wesentlichen Inhalten:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Stellenwert der Projektarbeit in Organisationen • Projektmanagement-Ansätze: klassisches, agiles, hybrides Projektmanagement • Projektmanagement: Planung und Steuerung in agilen Projekten • Besonderheiten der Projektarbeiten in betrieblichen Kontexten • Praxisprojekt: Beleuchtung eines betrieblichen Praxisprojektes unter ausgewählten Projektmanagement-Aspekten vor dem Hintergrund interkultureller Zusammenarbeit 		
Literatur	<p>Deutsche Gesellschaft für Projektmanagement e.V. GPM (Hrsg.) (2019): Kompetenzbasiertes Projektmanagement (PM4). Handbuch für Praxis und Weiterbildung im Projektmanagement. 1. Auflage, GPM, Nürnberg</p> <p>GPM / Gessler, M. (Hrsg.) (2016): Kompetenzbasiertes Projektmanagement (PM3). Handbuch für die Projektarbeit, Qualifizierung und Zertifizierung. 8. Auflage, GPM, Nürnberg</p> <p>Motzel, E. und Möller, T. (2017): Projektmanagement Lexikon: Referenzwerk zu den aktuellen nationalen und internationalen Standards. 3. Auflage. Wiley, Hoboken</p> <p>Jenny, B. (2017): Projektmanagement. Das Wissen für eine erfolgreiche Karriere. 6. Auflage. v/d/f, Zürich.</p> <p>Jenny, B. (2014): Projektmanagement. Das Wissen für den Profi. 2. Auflage. v/d/f, Zürich.</p> <p>Timminger, H. (2017): Modernes Projektmanagement. Wiley, Hoboken</p> <p>Kerzner, H. (2017): Project Management: A Systems Approach to Planning, Scheduling and Controlling. 12th edition. Wiley, Hoboken</p> <p>Schwaber, K (2007): Agiles Projektmanagement mit Scrum. Heidelberg, Microsoft Press</p> <p>Schelle, H. und Linssen, O. (2018): Projekte zum Erfolg führen. Projektmanagement systematisch und kompakt. 8. Auflage. Beck, München</p> <p>Hoffmann, H.-E., Fitzsimons, C., Schoper, Y. (2004): Internationales Projektmanagement. Interkulturelle Zusammenarbeit in der Praxis. München, dtv.</p>		
Zulassungsvoraussetzungen gem. SPO	<table border="1"> <tr> <td>- Keine -</td> <td>Empfohlene Voraussetzungen</td> </tr> </table>	- Keine -	Empfohlene Voraussetzungen
- Keine -	Empfohlene Voraussetzungen		
Prüfungsart und Umfang gem. SPO	Projektarbeit (PA, 10-20 Seiten): Seminararbeit über ein vertiefendes Projektmanagement-Thema in einer betrieblichen Fragestellung, ca. 10-15 Seiten		



Angewandtes Projektmanagement II	
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Bestehen der Modulprüfung gem. SPO und Studienplan
Anmerkungen / Hinweise	<p>Wir organisieren ergänzend freiwillige, externe Zertifizierungen, die kostenpflichtig bei Fachgesellschaften abgelegt werden können:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Scrum Master (Scrum.org) <p>Diese Zertifizierungen sind bei Arbeitgebern gut bekannt und können mit der Vorbereitung durch die Lehrveranstaltungen gut absolviert werden</p>



10. Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1 - Der Campus Rothenburg	10
Abbildung 2 - Angenehme Lernatmosphäre am Campus Rothenburg.....	10
Abbildung 3 - Angenehme Lernatmosphäre: IT-Raum	11
Abbildung 4 - Skyline von Rothenburg (Quelle: Stadt Rothenburg ob der Tauber)	11
Abbildung 5 - Modulplan IKM	14



11. Tabellenverzeichnis

Tabelle 1 - Studienablaufplan ikm.....	16
Tabelle 2 - Modulgruppe Sprachen	45
Tabelle 3 - Modulgruppe Betriebswirtschaftliche Kompetenzen	83
Tabelle 4 - Modulgruppe Digitale Kompetenzen	100
Tabelle 5 - Modulgruppe Studienschwerpunkt Gastronomie und Tourismus	112
Tabelle 6 - Modulgruppe Studienschwerpunkt Handel und Dienstleistungen.....	119
Tabelle 7 - Modulgruppe Wahlpflichtmodule	128
Tabelle 8 - Angebotene Wahlpflichtmodule	128
Tabelle 9 - Modulgruppe Praktisches Studiensemester	163
Tabelle 10 - Modulgruppe Bachelorarbeit	169
Tabelle 11 - Module nach der alten SPO IKM/HSAN 20162	174