HOCHSCHULE ANSBACH

Studiengang

Interkulturelles Management

Modulhandbuch

Wintersemester 2026-27

01.09.2026

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 09/2026

Relevante Kontaktdaten:

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

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

Campusassistenz
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
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 ... 55
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 ... 65
8.2.10. Modul: Weitere Fremdsprache II - Italienisch ... 68
8.2.11. Modul: Weitere Fremdsprache II - Chinesisch ... 71
8.2.12. Modul: Weitere Fremdsprache: Berufliche Kommunikation - Spanisch ... 74

8.2.13. Modul: Weitere Fremdsprache: Berufliche Kommunikation - Französisch 76
8.2.14. Modul: Weitere Fremdsprache: Berufliche Kommunikation - Italienisch..... 78
8.2.15. Modul: Weitere Fremdsprache: Berufliche Kommunikation - Chinesisch..... 80
8.3. Modulbeschreibungen: Modulgruppe Betriebswirtschaftliche Kompetenzen..... 82
8.3.1. Modul: Wissenschaftliches Arbeiten..... 83
8.3.2. Modul: Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre 85
8.3.3. Modul: Wirtschaftsmathematik 87
8.3.4. Modul: Investition und Finanzierung 89
8.3.5. Modul: Internationales Personalmanagement 91
8.3.6. Modul: Bürgerliches Recht 93
8.3.7. Modul: Grundlagen der Volkswirtschaftslehre 95
8.3.8. Modul: Unternehmensplanspiel 97
8.4. Modulbeschreibungen: Modulgruppe Digitale Kompetenzen..... 99
8.4.1. Modul: Digitales Marketing..... 100
8.4.2. Modul: Innovationsmanagement und Digitalisierung..... 102
8.4.3. Modul: Marktforschung & Datenanalyse..... 105
8.4.4. Modul: Medien und Kommunikation..... 107
8.5. Modulbeschreibungen: Modulgruppe Studienschwerpunkte 110
8.5.1. Modulgruppe Studienschwerpunkt Gastronomie und Tourismus..... 111
8.5.1.1. Modul: Hospitality Management 112
8.5.1.2. Modul: Eventmanagement..... 114
8.5.1.3. Modul: Digital Tourism 116
8.5.2. Modulgruppe Studienschwerpunkt Handel und Dienstleistungen 118
8.5.2.1. Modul: International Business and Strategy 119
8.5.2.2. Modul: Digitale Arbeitswelten 121
8.5.2.3. Modul: Frugal Sustainability..... 125
8.6. Modulbeschreibungen: Modulgruppe Wahlpflichtmodule 127
8.6.1. Modul: Digitale Arbeitswelten 128
8.6.2. Modul: International Business and Strategy 132
8.6.3. Modul: Eventmanagement..... 134
8.6.4. Modul: Hackathon..... 136
8.6.5. Modul: Hospitality Management 138
8.6.6. Modul: Management in East Asia 140
8.6.7. Modul: Medienpsychologie..... 142
8.6.8. Modul: Medienpsychologie II..... 144

8.6.9. Modul: Sozialpsychologie 146
8.6.10. Modul: Sozialpsychologie: Mensch, Gesellschaft und Verhalten 148
8.6.11. Modul: How to StartUp meets 5-Euro-Business 150
8.6.12. Modul: Frugal Sustainability 153
8.6.13. Modul: International Sales Management 155
8.6.14. Modul: Unternehmensgründung 158
8.6.15. Werbepsychologie 160
8.6.16. Modul: Supply Chain Management 162
8.6.17. Modul: »Let's talk about racism«: Rassismus in Migrationsgesellschaft, Arbeitswelt und Medien 164
8.7. Modulbeschreibungen: Modulgruppe Praktisches Studiensemester 166
8.7.1. Modul: Betriebliche Praxis 167
8.7.2. Modul: Managementtechniken 169
8.8. Modulbeschreibungen: Modulgruppe Bachelorarbeit 172
8.8.1. Modul: Bachelorarbeit 173
8.8.2. Modul: Bachelorseminar 175
9. Modulbeschreibungen SPO IKM/HSAN 20162 177
9.1. Modul: Angewandtes Projektmanagement I 178
9.2. Modul: Angewandtes Projektmanagement II 181
10. Abbildungsverzeichnis 184
11. Tabellenverzeichnis 185

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
mdlLN	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-Cultralisim, 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.

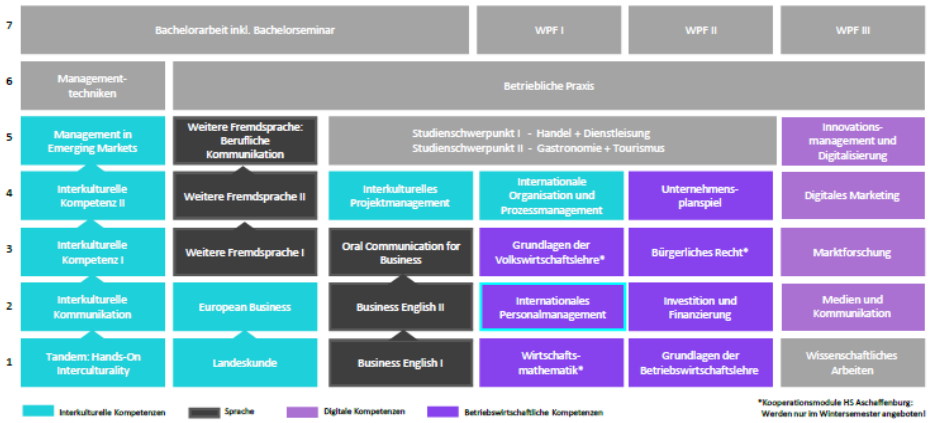

Abbildung 5 - Modulplan IKM

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 Studiengangassistenz, 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	Marcela Schmidt / 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	Marcela Schmidt / 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	Ariana Giliberto 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	Prof. Dr. Patrick M. Gröner
30	Wahlpflichtmodul: Medienpsychologie II	Prof. Dr. Patrick M. Gröner
30	Wahlpflichtmodul: Sozialpsychologie	Prof. Dr. Patrick M. Gröner
30	Wahlpflichtmodul: Sozialpsychologie: Mensch, Gesellschaft und Verhalten	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 auszuprägenden 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

8.1.1. Modul: Tandem: Hands-on Interculturality

Tandem: Hands-on Interculturality			
Modul-Nr.	01	**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, Prof. Dr. Carolin Durst, Prof. Dr. Alexander Piazza		
Sprache	Englisch		
Leistungspunkte	5	**SWS**	4
Arbeitsaufwand	Kontaktstunden: 30 h Selbststudium: 120 h Gesamtaufwand: 150 h		
Lehrformen (gem. SPO):	☒ e-Learning (eL) ☒ Vorlesung (V) ☒ Übung (Ü)	☐ Exkursion (Ex) ☐ Praktikum	
Kurzbeschreibung	Dieses Modul bietet eine Einführung in grundlegende Konzepte zur Analyse und zum Vergleich von Kulturen, untersucht die Technologieakzeptanz in verschiedenen kulturellen Kontexten und entwickelt Strategien für effektive Kommunikation in interkulturellen Situationen.		
Qualifikationsziele			
Fachkompetenz und Methodenkompetenz	Die Studierenden erwerben Kenntnisse in der Analyse und dem Vergleich von Kulturen, der Technologieakzeptanz in verschiedenen Kulturen sowie in der Entwicklung von Kommunikationsstrategien im interkulturellen Kontext. Sie erlernen Methoden zur systematischen Kulturvergleichung, zur Bewertung der Technologieakzeptanz in unterschiedlichen kulturellen Umgebungen und zur Anpassung von Kommunikationstechniken an spezifische kulturelle Gegebenheiten.		
Persönlichkeits-kompetenz und Sozialkompetenz	Die Studierenden entwickeln eine hohe Reflexionsfähigkeit in Bezug auf ihre eigene kulturelle Prägung und deren Einfluss auf ihre Wahrnehmung und ihr Verhalten. Sie sind in der Lage, sich selbst in interkulturellen Kontexten zu hinterfragen und ihr Verhalten entsprechend anzupassen. Zudem zeigen sie eine ausgeprägte Offenheit und Flexibilität, wenn es darum geht, sich auf neue und unbekannte kulturelle Situationen einzulassen. Diese Offenheit befähigt sie, in verschiedenen kulturellen Kontexten angemessen und respektvoll zu agieren. Die Studierenden entwickeln Empathie und interkulturelle Sensibilität, respektieren kulturelle Unterschiede und arbeiten konstruktiv in interkulturellen Teams. Sie fördern die Verständigung und tragen zu einem respektvollen Arbeitsumfeld bei.		

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	Im Tandem-Modul werden den Studierenden ein umfassendes Verständnis der interkulturellen Dynamiken vermittelt. Das Modul besteht aus seminaristischem Unterricht, Selbststudium und Integrationsarbeit. Inhalt 1: Grundbegriffe der interkulturellen Komparatistik • Kulturtheorien (Hofstede, Hall, Trompenaars) • Kulturelle Identität und Hybridität • Vergleichende Kulturforschung • Interkulturelle Ethik • Historische Entwicklung der Komparatistik Inhalt 2: Technologieakzeptanz in interkulturellen Situationen • Technologieakzeptanz in verschiedenen Kulturen • Kulturelle Aspekte bei der Mensch-Computer-Interaktion • Konversationsbasierte KI-Systeme und interkulturelle Kommunikation • Nuancierte Strategien durch KI-gestützte Marktforschung Inhalt 3: Kommunikationsstrategien im interkulturellen Kontext • Kulturelle Sensibilität im digitalen Marketing • Globale Herausforderungen im digitalen Marketing • Strategien für globales digitales Marketing • Managementansätze für digitale Marketingkampagnen		
Literatur	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. Zu Inhalt 2: Sayago, S. (2023): Cultures in Human-Computer Interaction, Springer Zu Inhalt 3: Roemer, E. (2024). Internationales Marketing Management. Deutschland: Schäffer-Poeschel.		
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.

8.1.2. Modul: Landeskunde

Landeskunde			
Modul-Nr.	02	**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	Sabine McIntosh		
Sprache	Deutsch		
Leistungspunkte	5	**SWS**	4
Arbeitsaufwand	Kontaktstunden:		30 h
	Selbststudium:		120 h
	Gesamtaufwand:		150 h
Lehrformen (gem. SPO):	☒ e-Learning (eL) ☒ Vorlesung (V) ☒ Übung (Ü)	☐ Exkursion (Ex) ☐ Praktikum	
Kurzbeschreibung	Das Modul vermittelt grundlegende landeskundliche Kenntnisse über ausgewählte Regionen.		
Qualifikationsziele			
Fachkompetenz und Methodenkompetenz	Die Studierenden verfügen über breites und integriertes Wissen einschließlich wissenschaftlicher Grundlagen in gesellschaftlichen und politischen landesbezüglichen Themen. Die Studierenden verfügen über breites und integriertes berufliches Wissen einschließlich aktueller Grundlagen in wirtschaftlichen <spezifischen Themen. Die Studierenden verfügen über ein sehr breites Spektrum an Methoden zur Beantwortung landesspezifischen komplexer Fragen und zur Einschätzung landesspezifischer aktueller Herausforderungen. Die Studierenden erarbeiten neue Lösungen im Bereich interkultureller Kommunikation in Bezug auf die gewählte Region unter Berücksichtigung aktueller Entwicklungen. Die Studierenden bewerten und interpretieren relevante Informationen in den Bereichen Wirtschaft, Geschichte und Kultur der gewählten Region. Die Studierenden verfügen über einschlägiges Wissen an Schnittstellen von wirtschaftlichen zu den Bereichen landeskundlich-kultureller Themen.		
Persönlichkeits-kompetenz und Sozialkompetenz	Die Studierenden reflektieren Ziele für Prozesse im Bereich Vorbereitung und Durchführung eines Auslandsaufenthaltes in der gewählten Region und gestalten die Prozesse eigenständig und nachhaltig. Die Studierenden bringen sich verantwortlich und kollegial in Expertenteams zu landeskundlichen Themen ein. Die Studierenden leiten verantwortlich und nachhaltig Teams im bikulturellen Kontext. Die Studierenden begleiten die fachliche Entwicklung anderer beratend.		

Landeskunde		
		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. Die Studierenden übernehmen Verantwortung für ein Team.
	Handlungskompetenz	Die Studierenden gestalten Prozesse im Organisationsumfeld zielorientiert und effizient unter Berücksichtigung der Organisationsziele, Teamkonstellation sowie der eigenen Ziele.
	Spezielle Kompetenz	**Interkulturelle Kompetenzen:** Die Studierenden bringen sich verantwortlich und kollegial in Expertenteams zu landeskundlichen Themen ein. Die Studierenden leiten verantwortlich und nachhaltig Teams im bikulturellen Kontext.
Inhalte		Im Modul Landeskunde werden Grundlagen komplexer Regionalstudien unter der Berücksichtigung gesellschaftlicher und politischer Aspekte erläutert und Kenntnisse in diesen Bereichen vermittelt. Das Modul besteht aus seminaristischem Unterricht, Selbststudium und Präsentationen vor dem Plenum. 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.
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):	☒ e-Learning (eL) ☒ Vorlesung (V) ☐ Übung (Ü)	☒ Exkursion (Ex) ☐ Praktikum	
Kurzbeschreibung	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 europäische 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.		
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.		
Persönlichkeits-kompetenz 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	• 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	Assakkali, Mohamed: Europäische Union und Internationaler Währungsfonds, Springer-Verlag, 08.07.2017. Becker, Peter / Barbara Lippert: Handbuch Europäische Union, Springer-Verlag, 06.04.2020. Bieling, Hans-Jürgen / Marika Lerch: Theorien der europäischen Integration, Springer-Verlag, 28.09.2012. Burkard, Karl-Josef: Europäische Integration, 01.01.2021. Conrad, Christian A.: Wirtschaftspolitik: Eine praxisorientierte Einführung, Springer-Verlag, 06.07.2017. Grimmel, Andreas: Die neue Europäische Union: zwischen Integration und Desintegration, 01.01.2020. Europäische Union. (o. D.). European Union. https://european-union.europa.eu/index_de Keil, Daniel / Jens Wissel: Staatsprojekt Europa: Eine staatstheoretische Perspektive auf die Europäische Union, Nomos Verlag, 28.11.2019. Koch, E. (2024). Internationale Wirtschaftsbeziehungen II. In Springer eBooks. https://doi.org/10.1007/978-3-658-43377-2 Meyer, D. (2019). Europäische Union und Währungsunion in der Dauerkrise. In Springer eBooks. https://doi.org/10.1007/978-3-658- 27177-0 Meyer, D. (2022a). Europäische Union und Währungsunion in der Dauerkrise i. In Springer eBooks. https://doi.org/10.1007/978-3-658-35715-3 Meyer, D. (2022b). Europäische Union und Währungsunion in der Dauerkrise II. In Springer eBooks. https://doi.org/10.1007/978-3-658- 35713-9 Mayer, Peter / Hans Adam: Europäische Integration: Einführung für Ökonomen, 01.01.2020. Wagener, Hans-Jürgen / Thomas Eger: Europäische Integration: Wirtschaft und Recht, Geschichte und Politik, 01.03.2014.		
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):	☒ e-Learning (eL) ☒ Vorlesung (V) ☒ Übung (Ü)	☐ Exkursion (Ex) ☐ Praktikum	
Kurzbeschreibung	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.		
Qualifikationsziele			
Fachkompetenz und Methodenkompetenz	Die Studierenden erwerben interdisziplinäre Kenntnisse im Bereich der Kultur- und Interkulturalitätsforschung und lernen, sich kritisch mit kulturwissenschaftlichen Theorien auseinanderzusetzen. Die Studierenden erlangen grundlegende Kenntnisse über den Ablauf und das Potenzial interkultureller Kommunikation und mögliche Problemstellungen, die sich daraus ergeben. Die Studierenden bilden die Fähigkeit aus, geisteswissenschaftliche komplexe Texte gezielt anhand einer Fragestellung zu analysieren und die Ergebnisse in einer eigenen schriftlichen Ausführung darzulegen. Die Studierenden verknüpfen Wissen aus verschiedenen wissenschaftlichen Disziplinen und erwerben die Fähigkeit, Schnittstellen zu erkennen und für ihre eigene Argumentation zu nutzen.		
Persönlichkeits-kompetenz und Sozialkompetenz	Die Studierenden reflektieren über ihre eigene soziohistorisch begründete kulturelle Identität und erreichen somit ein grundlegendes Verständnis darüber, wie sie in kommunikativen Situationen auftreten. Die Studierenden eignen sich Kenntnisse über die soziale Konstruktion der Gesellschaft an und können somit reflektiert ihnen zugetragene Informationen beurteilen und verarbeiten.		

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		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. • 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		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. Weitere Literatur wird im Kurs angegeben.
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):	☒ e-Learning (eL) ☒ Vorlesung (V) ☒ Übung (Ü)	☐ Exkursion (Ex) ☐ Praktikum	
Kurzbeschreibung	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.		
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.		
Persönlichkeits-kompetenz und Sozialkompetenz			
Handlungskompetenz			
Spezielle Kompetenz	**Interkulturelle Kompetenzen:** 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.		
Inhalte	• Definition von kultureller Kompetenz und Erkennen, warum es wichtig ist, interkulturell kompetent zu sein.		

Interkulturelle Kompetenz I			
	• 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	**Primärquelle:** Der Dozent wird verschiedene Quellen durch Folien/Präsentationen im Unterricht, Artikel, Fallstudien und Simulationen bereitstellen, um die Studierenden aktiv einzubinden. **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). **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.		
Zulassungsvoraussetzungen gem. SPO	- Keine -	**Empfohlene Voraussetzungen**	
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			

8.1.6. Modul: Interkulturelle Kompetenz II

Interkulturelle Kompetenz II			
Modul-Nr.	06	**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):	☒ e-Learning (eL) ☒ Vorlesung (V) ☒ Übung (Ü)	☐ Exkursion (Ex) ☐ Praktikum	
Kurzbeschreibung	Aufbauend auf den Grundlagen, die im Kurs Interkulturelle Kompetenz I gelegt wurden, wird in diesem Kurs das Verständnis von Kultur weiter vertieft, indem die Literatur um die praktischen Aspekte von Kultur erweitert wird. Interkulturelle Barrieren und die daraus resultierenden Missverständnisse können jede Managemententscheidung und die möglichen Ergebnisse stark beeinflussen. Daher ist die Entwicklung interkultureller Kompetenz sowohl für Führungskräfte als auch für Manager eine unabdingbare Voraussetzung, um in einem internationalen und dynamischen Geschäftsumfeld erfolgreich zu sein. Dieser Kurs stützt sich auf Schlüsselkonzepte aus der interkulturellen Managementforschung und vermittelt ein detailliertes Verständnis dieser Konzepte anhand von praktischen Fällen und Beispielen, wobei der Schwerpunkt auf kulturell unterschiedlichen geografischen Regionen und Schwellenländern liegt.		
Qualifikationsziele			
Fachkompetenz und Methodenkompetenz	Das Hauptziel dieses Kurses ist es, die Studierenden zu befähigen, die verschiedenen kulturellen Aspekte zu verstehen, die sich auf internationale Geschäftsergebnisse auswirken können, und zwar auf der Grundlage umfangreicher interkultureller Managementforschung. Die Studierenden lernen die interkulturelle Kommunikation und Verhandlungsprobleme kennen, die bei grenzüberschreitenden Geschäften zu berücksichtigen sind. Darüber hinaus lernen die Studierenden Konzepte wie interkulturelle Vielfalt am Arbeitsplatz, Bikulturalismus, Boundary Spanner und andere relevante Konzepte anhand der vorhandenen Literatur zum Thema kennen.		
Persönlichkeits-kompetenz und Sozialkompetenz			
Handlungskompetenz			
Spezielle Kompetenz	**Interkulturelle Kompetenzen:** Das Hauptziel dieses Kurses ist es, den Studierenden zu ermöglichen, die verschiedenen kulturellen Aspekte zu verstehen, die internationale Geschäftsergebnisse beeinflussen können, basierend auf umfangreicher Forschung im Bereich des interkulturellen Managements. Die Studierenden		

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	• Interkulturelle Managementforschung • Kulturkonzepte • Interkulturelle Vielfalt • Interkulturelle Kommunikation und Verhandlungen • Management und Kultur • Indigene Managementforschung		
Literatur	**Primärquelle:** Der Dozent wird verschiedene Quellen durch Folien/Präsentationen im Unterricht, Artikel, Fallstudien und Simulationen bereitstellen, um die Studierenden aktiv einzubinden. **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). **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.		
Zulassungsvoraussetzungen gem. SPO	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			

8.1.7. Modul: Internationale Organisation und Prozessmanagement

Internationale Organisation und Prozessmanagement			
Modul-Nr.	07	**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	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):	☒ e-Learning (eL) ☒ Vorlesung (V) ☒ Übung (Ü)	☐ Exkursion (Ex) ☐ Praktikum	
Kurzbeschreibung	Im Modul werden grundlegende und aufbauende Kenntnisse über Organisationen im nationalen und internationalen Umfeld vermittelt. Dazu sind drei Schwerpunktthemen im Modul integriert. Zunächst bilden grundlegende Organisationstheorien und deren konkrete Anwendung in der Gestaltung von Aufbauorganisation die Basis. Im Rahmen der Ablauforganisation stehen betriebliche Abläufe und Prozessmanagement im Fokus. Der Umgang mit Veränderungen im internationalen Organisations- kontext wird durch ChangeManagement handhabbar, dieses ist der dritte Schwerpunktbereich im Modul.		
Qualifikationsziele			
Fachkompetenz und Methodenkompetenz	Die Studierenden verfügen über breites und integriertes Wissen einschließlich theoretischer Grundlagen über Organisationstheorien und deren Anwendung in der Gestaltung von Aufbauorganisation. Sie wenden dieses Wissen für einfache Gestaltungsaufgaben der Aufbauorganisation selbst an und verstehen grundlegende Modelle in komplexen aufbauorganisatorischen Strukturen internationaler Organisationen. Die Studierenden analysieren grundlegende betriebliche Abläufe und ordnen diese im Rahmen eines Prozessmodells ein. Sie kennen verschiedene Beschreibungsmöglichkeiten für Prozesse durch Prozessmodelle und wenden diese zur Modellierung einfacher Prozesse an. Die Studierenden kennen verschiedene Ansätze der Organisations- entwicklung und unterscheiden verschiedene Vorgehensweisen im ChangeManagement. Sie wenden diese Vorgehensweisen des ChangeManagement für einfache Veränderungsvorhaben in Organisationen an und verstehen die Besonderheiten in internationalen Organisationen.		

Internationale Organisation und Prozessmanagement		
	Persönlichkeits-kompetenz und Sozialkompetenz	Die Studierenden verfügen über eine Sensibilität für organisationsspezifische 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. Die Studierenden bringen sich verantwortlich und kollegial in Teams ein, sie kennen den Hintergrund notwendiger Zusammenarbeit in Organisationen.
	Handlungskompetenz	Die Studierenden gestalten betriebliche Fragen der Aufbau- und Ablauforganisation in Organisationen selbstständig und wenden grundsätzliche Fragen des ChangeManagements in Veränderungs- vorhaben an.
	Spezielle Kompetenz	**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. **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. **Digitale Kompetenzen:** Die Studierenden erstellen anspruchsvolle Management-Präsentationen, in denen komplexe Sachverhalte in relevanten Punkten ansprechend dargestellt werden. **Sprachkompetenz**
Inhalte		Das Modul gliedert sich in drei wesentliche Teile: Grundlagen der Organisationstheorien und Aufbauorganisation, Ablauforganisation und Prozessmanagement sowie ChangeManagement. Das Modul besteht aus seminaristischem Unterricht und e-learning-Sequenzen. • Organisationstheorien: Klassische Ansätze, Verhaltenstheore- tische 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, Funktionsmanage- ment, Projektmanagement, SGE), Informale Strukturelemente und Organisationskultur • Gestaltung der Ablauforganisation: Prozessdefinition, Wert- kettenmodell, Prozessorientierung, Prozessmodelle, Prozess- management 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 Kontextkompetenz, d.h. Fähigkeit zur Einordnung und Verständnis allgemeiner betriebs- und wirtschaftswissenschaftlicher Themenstellungen, gehört ebenso ins Modul.

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

8.1.8. Modul: Interkulturelles Projektmanagement

Interkulturelles Projektmanagement			
Modul-Nr.	08	**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	Christian Schönfelder		
Sprache	Deutsch		
Leistungspunkte	5	**SWS**	4
Arbeitsaufwand	Kontaktstunden:		60 h
	Selbststudium:		90 h
	Gesamtaufwand:		150 h
Lehrformen (gem. SPO):	☒ e-Learning (eL) ☒ Vorlesung (V) ☒ Übung (Ü)	☐ Exkursion (Ex) ☐ Praktikum	
Kurzbeschreibung	Projektarbeit nimmt im internationalen Kontext immer stärker an Bedeutung zu und leistet einen zunehmenden Beitrag zur Wertschöpfung. 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. Die überaus praktische Fachdisziplin Projektmanagement wird im Modul auf Basis internationaler Standards und Erkenntnisse vermittelt und in Form von Praxisprojekten verständlich gemacht.		
Qualifikationsziele			
Fachkompetenz und Methodenkompetenz	Basierend auf internationalen Projektmanagement-Standards (wie bspw. IPMA, ISO, PMI, PRINCE2, Scrum) kennen die Studierenden die Grundlagen des Projektmanagements und wenden diese zur Bearbeitung kleiner, betrieblicher Projekte über alle Projektlebensphasen (Initialisierung und Definition, Planung, Steuerung, Abschluss) an. Insbesondere interkulturelle Aspekte im Projektmanagement und Project Leadership werden in der Projektarbeit besonders berücksichtigt.		
Persönlichkeits-kompetenz und Sozialkompetenz	Die Studierenden bringen sich verantwortlich und kollegial in Projektteams ein. Sie kennen gruppendynamische 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 betrieb- lichen Projekten an. Sie übernehmen eigenständig Arbeitspakete oder kleine Teilprojekte in betrieblichen Projekten.		

Interkulturelles Projektmanagement	
Spezielle Kompetenz	**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. **Betriebswirtschaftliche Kompetenzen:** Die Studierenden kennen den Stellenwert der Projektarbeit in der betrieblichen Praxis. Sie wenden Methoden der Projektplanung und -steuerung in Projekten an. **Digitale Kompetenzen:** Die Studierenden nutzen grundlegende Standard-Software zur Unterstützung der Projektplanung und Steuerung für nicht-komplexe Projekte. **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. **Sprachkompetenz:**
Inhalte	Das Modul Interkulturelles Projektmanagement vermittelt den Stellenwert der Projektarbeit in Organisationen und geht auf die unterschiedlichen Projektmanagement-Ansätze (klassisches, agiles, hybrides Projektmanagement) ein. Im Rahmen des seminaristischen Unterrichts sowie der dazwischengelegenen Recherche- und Praxisphasen beschäftigen sich die Studierenden mit den wesentlichen Inhalten: • 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
Literatur	Deutsche Gesellschaft für Projektmanagement e.V. GPM (Hrsg.) (2019): Kompetenzbasiertes Projektmanagement (PM4). Handbuch für Praxis und Weiterbildung im Projektmanagement. 1. Auflage, GPM, Nürnberg GPM / Gessler, M. (Hrsg.) (2016): Kompetenzbasiertes Projektmanagement (PM3). Handbuch für die Projektarbeit, Qualifizierung und Zertifizierung. 8. Auflage, GPM, Nürnberg Motzel, E. und Möller, T. (2017): Projektmanagement Lexikon: Referenzwerk zu den aktuellen nationalen und internationalen Standards. 3. Auflage. Wiley, Hoboken Jenny, B. (2017): Projektmanagement. Das Wissen für eine erfolgreiche Karriere. 6. Auflage. v/d/f, Zürich. Jenny, B. (2014): Projektmanagement. Das Wissen für den Profi. 2. Auflage. v/d/f, Zürich. Timminger, H. (2017): Modernes Projektmanagement. Wiley, Hoboken Kerzner, H. (2017): Project Management: A Systems Approach to Planning, Scheduling and Controlling. 12th edition. Wiley, Hoboken

Interkulturelles Projektmanagement			
	Schwaber, K (2007): Agiles Projektmanagement mit Scrum. Heidelberg, Microsoft Press Schelle, H. und Linssen, O. (2018): Projekte zum Erfolg führen. Projektmanagement systematisch und kompakt. 8. Auflage. Beck, München Hoffmann, H.-E., Fitzsimons, C., Schoper, Y. (2004): Internationales Projektmanagement. Interkulturelle Zusammenabeit in der Praxis. München, dtv. 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)** Rook, S. und H. Wolf (2018) Scrum verstahen und erfolgreich einsetzen. D.punkt verlag. **(Pflichtlektüre)**		
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	Wir organisieren ggf. ergänzend freiwillige, externe Zertifizierungen, die kostenpflichtig bei Fachgesellschaften abgelegt werden können: • GPM Basiszertifikat / IPMA Level D • Scrum Master (Scrum.org) Diese Zertifizierungen sind bei Arbeitgebern gut bekannt und können mit der Vorbereitung durch die Lehrveranstaltungen gut absolviert werden		

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):	☒ e-Learning (eL) ☒ Vorlesung (V) ☒ Übung (Ü)	☐ Exkursion (Ex) ☐ Praktikum	
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 Persönlichkeits-kompetenz und Sozialkompetenz Handlungskompetenz	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.		
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	• Unterschied zwischen entwickelten und Schwellenländern • Bedeutung der Schwellenländer in der globalen Wirtschaft • CSR und Nachhaltigkeitspraktiken		

Management in Emerging Markets			
	• OFDI und IFDI • Theorien der Internationalisierung • Rolle der BRIC- und N11-Volkswirtschaften		
Literatur	**Empfohlene Literatur:** Garg, R. (2018). The Organization of Knowledge Transfer in the Context of Chinese Cross-border Acquisitions in Developed Economies. Asian Business & Management, 17 (4), 286-311. (w/ T. Haasis & I. Liefner) Garg, R. (2018). Whoever Said Corporations do not Care? Evidence of CSR from India. International journal of Indian culture and business management, 16(2), 206-222. (w/ J. Ambrosius) Garg, R. (2017). Market Entry Strategies and Performance of Indian firms in Germany. International Journal of Export Marketing, 1(4), 357 – 376. Garg, R. (2016). India's Family Businesses and the German Mittelstand – Similarities and Differences. Chanakya International Journal of Business Research, 2(2), 9-20. (w/ C Schweizer) Garg, R. (2015). Outward Foreign Direct Investment of Emerging Markets Firms. In D.A. Dyker (Ed.), Foreign investment in Eurasia and the Pacific rim (pp. 235-258). London. (w/ S.C. Berning & D. Holtbrügge) Garg, R. (2014). An Exposition of Indian Overseas Investments in Germany: Trends, Motivations and Challenges. In: T.S. Chan, & G. Cui (Eds.), The Rise of Asian Firms (pp. 205-219). The AIB Southeast Asia Series. Palgrave Macmillan, London. Zusätzlich wird der Dozent das relevante Material durch Diskussionen in der Vorlesung, Fallstudien, Fachartikel und Forschungsarbeiten vermitteln.		
Zulassungsvoraussetzungen gem. SPO	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			

Feldfunktion geändert

Feldfunktion geändert

Feldfunktion geändert

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):	☒ e-Learning (eL) ☒ Vorlesung (V) ☒ Übung (Ü)	☒ Exkursion (Ex) ☐ Praktikum	
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	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. 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.		
Persönlichkeits-kompetenz und Sozialkompetenz	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. 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.		

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	**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. **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. **Digitale Kompetenzen:** Die Studierenden verwenden sowohl die digitalen Komponenten des Lehrwerks als auch elektronische Hilfsmittel für die Kommunikation in der Zielsprache kompetent.		
Inhalte	Im Modul werden bereits vorhandene grundlegende Grammatikstrukturen (Zeiten, Passiv, Bedingungssätze, Indirekte Rede) vertieft und gefestigt. Es vermittelt spezifischen Wortschatz, der es erlaubt • 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) 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.		
Literatur	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		
Zulassungsvoraussetzungen gem. SPO	- Keine -	**Empfohlene Voraussetzungen**	Nachweis über Sprachniveau B2 notwendig – i.d.R. über Hochschul-zugangsberechtigung vorhanden
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):	☒ e-Learning (eL) ☒ Vorlesung (V) ☒ Übung (Ü)	☐ Exkursion (Ex) ☐ Praktikum	
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	Die Studierenden beherrschen ausgewählte Bereiche der grundlegenden wirtschaftlichen Fachterminologie und wenden die Sprache fach- und berufsbezogen im internationalen Kontext schriftlich an. 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.		
Persönlichkeits-kompetenz und Sozialkompetenz	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. Die Studierenden besitzen die Fähigkeit zur Integration in internationalen Unternehmen durch den Erwerb vertiefter Sprachkenntnisse und Kenntnis interkultureller Aspekte. Die Studierenden bringen sich verantwortlich und kollegial in Teams mit Kommilitonen ein, die verschiedenen Altersgruppen angehören und verschiedene Herkunftssprachen und Bildungshintergründe haben.		
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			
	Die Studierenden haben vertiefte Kenntnis landeskundlicher und interkultureller Aspekte des englischen Sprachraums und ein Verständnis für grundlegende Verhaltensregeln im Geschäftskontext. **Sprachkompetenzen:** Die Studierenden wenden die übliche wirtschaftliche Fachterminologie korrekt an, um interne und externe Geschäftskorrespondenz zu verfassen. **Digitale Kompetenzen:** Die Studierenden verwenden sowohl die digitalen Komponenten des Lehrwerks als auch elektronische Hilfsmittel für die Kommunikation in der Zielsprache kompetent.		
Inhalte	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. Es werden Texte zu verschiedenen Themenbereichen aus dem Wirtschafts- bzw. späteren Berufsleben der Studierenden behandelt, insbesondere Geschäftsbrief, Memo, Bericht, und Protokoll Es vertieft landeskundliche und interkulturelle Aspekte besonders des englischen Sprachraumes und schärft das Bewusstsein für deren Bedeutung für internationale Kontakte. Das Modul besteht aus seminaristischem Unterricht und Seminar mit regelmäßigen E-Learning-Sequenzen und Übungen.		
Literatur	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		
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	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**. 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.		

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.

8.2.3. Modul: Oral Communication for Business

Oral Communication for Business			
Modul-Nr.	12	**SPO**	SPO IKM/HSAN-20242
Verwendung des Moduls	Studiengang Interkulturelles Management (B.A.)	Pflichtfach	Modulgruppe (gem. SPO): Sprachen
Moduldauer	1 Semester	**Modulangebot**	Winter
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Ritam Garg		
Dozierende	Sabine McIntosh		
Sprache	Englisch		
Leistungspunkte	5	**SWS**	4
Arbeitsaufwand	Kontaktstunden:		mind. 25 h
	Selbststudium:		ca. 125 h
	Gesamtaufwand:		ca. 150 h
Lehrformen (gem. SPO):	☒ e-Learning (eL) ☒ Vorlesung (V) ☒ Übung (Ü)	☐ Exkursion (Ex) ☐ Praktikum	
Kurzbeschreibung	Das Modul vermittelt mündliche Kommunikationsfertigkeiten im Bereich Business English auf dem Niveau C1.		
Qualifikationsziele			
Fachkompetenz und Methodenkompetenz	• Erwerb der Fähigkeit zur flüssigen sozialen Interaktion z.B. am Telefon, Small Talk • Kenntnis der Grundlagen der Rhetorik • Erstellung und Vortrag von Präsentationen in der Fremdsprache • Vertiefung des induktiven bzw. deduktiven Diskursmodells • Kompetenz zur Durchführung und Leitung eines Meetings in englischer Sprache • Ausbau der bereits vorhandenen Kenntnisse in Bezug auf Grammatik, Satzbau und Fachvokabular • Schulung der mündlichen Ausdrucksweise durch Vortrag einer Präsentation, sowie durch Rollenspiele von geschäftstypischen Situationen wie z.Bsp. Job Interviews		
Persönlichkeits-kompetenz und Sozialkompetenz	Diskursfähigkeit in der englischen Sprache durch Anleitung zu selbständigem, analytischem und kritischem Denken. Studierende aus verschiedenen Altersgruppen, sowie mit diversen Herkunftssprachen und Bildungshintergründe erarbeiten sowohl individuell als auch in Gruppen die notwendigen Grundlagen für die jeweiligen sprachlichen Interaktionen. Die Studierenden übernehmen Verantwortung für ein Team.		
Handlungskompetenz	Die Studierenden wenden erweiterte kommunikative Mittel situationsadäquat an, aktiv wie passiv, produktiv wie rezeptiv, schriftlich wie mündlich.		
Spezielle Kompetenz	**Interkulturelle Kompetenzen:** Die Studierenden vertiefen bereits in anderen Modulen erworbenes Wissen über landeskundliche, sowie verhaltensbedingte Besonderheiten in Bezug auf das sprachliche Ausdrucksvermögen.		

Oral Communication for Business			
	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. **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.		
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	Eine 100% regelmäßige persönliche Teilnahme am Präsenzunterricht ist unbedingt empfehlenswert. 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. Das Einbringen sozialer Kompetenzen ist in dem Kurs unverzichtbar, da regelmäßig Gruppen- und Partnerarbeiten durchgeführt werden. Die Bereitschaft, die eigene Medienkompetenz zu üben und zu vertiefen, wird vorausgesetzt. 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.		

8.2.4. Modul: Weitere Fremdsprache I - Spanisch

Weitere Fremdsprache I - Spanisch			
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	Marcela Schmidt / 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):	☒ e-Learning (eL) ☒ Vorlesung (V) ☒ Übung (Ü)	☐ Exkursion (Ex) ☐ Praktikum	
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.		
Persönlichkeits-kompetenz 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 - Spanisch			
	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. **Digitale Kompetenzen:** Die Studierenden verwenden digitale Lehrwerke kompetent. Die Studierenden verwenden elektronische Hilfsmittel für die Kommunikation in der Zielsprache.		
Inhalte	Im Modul werden Grundlagen der eigenständigen Sprachverwendung vermittelt und Kenntnisse der Zielkultur(en) ausgebaut. Das Modul besteht aus seminaristischem Unterricht, Praktikum und Seminar An grammatikalischen Erscheinungen werden mindestens durchgenommen: • 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) Die inhaltliche Progression erfolgt in Anlehnung an das Lehrwerk (s. angegebene Kapitel).		
Literatur	**Spanisch:** Narvajas Colón, Eva (2025): Estudiantes.ELE Plus (A1-A2). Klett.		
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	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). 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.		

8.2.5. 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):	☒ e-Learning (eL) ☒ Vorlesung (V) ☒ Übung (Ü)	☐ Exkursion (Ex) ☐ Praktikum	
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.		
Persönlichkeits-kompetenz 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:** Die Studierenden verfügen über kommunikative Grundfertigkeiten, verstärkt im mündlichen Bereich, überwiegend für das private Umfeld. Neben		

Weitere Fremdsprache I - Französisch			
	allgemeinen Themen wird auf den Einsatz landeskundlicher und berufsbezogener Materialien geachtet. **Digitale Kompetenzen:** Die Studierenden verwenden digitale Lehrwerke kompetent. Die Studierenden verwenden elektronische Hilfsmittel für die Kommunikation in der Zielsprache.		
Inhalte	Im Modul werden Grundlagen der eigenständigen Sprachverwendung vermittelt und Kenntnisse der Zielkultur(en) ausgebaut. Das Modul besteht aus seminaristischem Unterricht, Praktikum und Seminar An grammatikalischen Erscheinungen werden mindestens durchgenommen: • Passé Composé (regelmäßige und unregelmäßige Formen) • Imparfait • Conditionnel présent • Futur Simple • Komperativ und Superlativ • Imperativ Die inhaltliche Progression erfolgt in Anlehnung an das Lehrwerk (s. angegebene Kapitel).		
Literatur	**Französisch:** On y va ! A2 – Aktualisierte Ausgabe – Digitale Ausgabe Digitalisiertes Kurs- und Arbeitsbuch mit integrierten Audiodateien ISBN 978-3-19-713351-5		
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	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). 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.		

8.2.6. 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):	☒ e-Learning (eL) ☒ Vorlesung (V) ☒ Übung (Ü)	☐ Exkursion (Ex) ☐ Praktikum	
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.		
Persönlichkeits-kompetenz 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			
	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. **Digitale Kompetenzen:** Die Studierenden verwenden digitale Lehrwerke kompetent. Die Studierenden verwenden elektronische Hilfsmittel für die Kommunikation in der Zielsprache.		
Inhalte	Im Modul werden Grundlagen der eigenständigen Sprachverwendung vermittelt und Kenntnisse der Zielkultur(en) ausgebaut. Das Modul besteht aus seminaristischem Unterricht, Praktikum und Seminar An grammatikalischen Erscheinungen werden mindestens durchgenommen: • Passato prossimo • Imperfetto • Condizionale Presente • Futuro Semplice • Imperativo (Einführung) • Personal-, Demonstrativ-, Possessiv- und Relativpronomen (Vertiefung) • Verwendung von direkten und indirekten Objekten (Vertiefung), Die inhaltliche Progression erfolgt in Anlehnung an das Lehrwerk (s. angegebene Kapitel).		
Literatur	**Italienisch:** UniversItalia 2.0 A1/A2 Digitalisiertes Kurs- und Arbeitsbuch mit integrierten Audiodateien ISBN 978-3-19-115463-9		
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	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). 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.		

8.2.7. 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):	☒ e-Learning (eL) ☒ Vorlesung (V) ☒ Übung (Ü)	☐ Exkursion (Ex) ☐ Praktikum	
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.		
Persönlichkeits-kompetenz 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			
	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. **Digitale Kompetenzen:** Die Studierenden verwenden digitale Lehrwerke kompetent. Die Studierenden verwenden elektronische Hilfsmittel für die Kommunikation in der Zielsprache.		
Inhalte	Im Modul werden Grundlagen der eigenständigen Sprachverwendung vermittelt und Kenntnisse der Zielkultur(en) ausgebaut. Das Modul besteht aus seminaristischem Unterricht, Praktikum und Seminar An grammatikalischen Erscheinungen werden mindestens durchgenommen: • Wortklassenwechsel • Modalverben, Fragearten • Fragepronomen • Ergebniskomplemente • Zähleinheitswörter • Objektkonstruktionen Weitere Kompetenzen werden in folgenden Bereichen aufgebaut: • 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 Die inhaltliche Progression erfolgt in Anlehnung an das Lehrwerk (s. angegebene Kapitel).		
Literatur	**Chinesisch:** • 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 Jeweils Kapitel 7-11.		
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	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). 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.

8.2.8. 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	Marcela Schmidt / 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):	☒ e-Learning (eL) ☒ Vorlesung (V) ☒ Übung (Ü)	☐ Exkursion (Ex) ☐ Praktikum	
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.		
Persönlichkeits-kompetenz 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			
	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. **Sprachkompetenzen:** Die Studierenden wenden ihre Grundfertigkeiten verstärkt schriftlich, ungeleitet und selbstständig im privaten und semiformellen Umfeld an. Neben allgemeinen Themen wird auf den Einsatz landeskundlicher und berufsbezogener Materialien geachtet. **Digitale Kompetenzen:** Die Studierenden verwenden digitale Lehrwerke kompetent. Die Studierenden verwenden elektronische Hilfsmittel für die Kommunikation in der Zielsprache.		
Inhalte	Im Modul werden Grundlagen der eigenständigen Sprachverwendung vermittelt und Kenntnisse der Zielkultur(en) ausgebaut. Das Modul besteht aus seminaristischem Unterricht, Praktikum und Seminar An grammatikalischen Erscheinungen werden mindestens durchgenommen: • Futuro (vertiefend) • Pluscuamperfecto • Subjuntivo (einführend) • Condicional (vertiefend) • Imperativo (umfassend) Die inhaltliche Progression erfolgt in Anlehnung an das Lehrwerk (s. angegebene Kapitel).		
Literatur	**Spanisch:** Estudiantes.ELE B1. Klett.		
Zulassungsvoraussetzungen gem. SPO	Modul ikm-13 Weitere Fremdsprache I Spanisch oder entsprechende Kenntnisse	**Empfohlene Voraussetzungen**	s. Zulassungs-voraussetzungen
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 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.		

8.2.9. 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):	☒ e-Learning (eL) ☒ Vorlesung (V) ☒ Übung (Ü)	☐ Exkursion (Ex) ☐ Praktikum	
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.		
Persönlichkeits-kompetenz 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 - Französisch			
	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. **Sprachkompetenzen:** Die Studierenden wenden ihre Grundfertigkeiten verstärkt schriftlich, ungeleitet und selbstständig im privaten und semiformellen Umfeld an. Neben allgemeinen Themen wird auf den Einsatz landeskundlicher und berufsbezogener Materialien geachtet. **Digitale Kompetenzen:** Die Studierenden verwenden digitale Lehrwerke kompetent. Die Studierenden verwenden elektronische Hilfsmittel für die Kommunikation in der Zielsprache.		
Inhalte	Im Modul werden Grundlagen der eigenständigen Sprachverwendung vermittelt und Kenntnisse der Zielkultur(en) ausgebaut. Das Modul besteht aus seminaristischem Unterricht, Praktikum und Seminar An grammatikalischen Erscheinungen werden mindestens durchgenommen: • Plus-que-parfait • Subjonctif Present • Passé Simple • Si – Sätze (1, 2, 3) • Gérondif • Passiv • Imperativ (Vertiefung) Die inhaltliche Progression erfolgt in Anlehnung an das Lehrwerk (s. angegebene Kapitel).		
Literatur	**Französisch:** On y va ! B1 – Aktualisierte Ausgabe – Digitale Ausgabe Digitalisiertes Kurs- und Arbeitsbuch mit integrierten Audiodateien ISBN 978-3-19-713354-6		
Zulassungsvoraussetzungen gem. SPO	Modul ikm-13 Weitere Fremdsprache I - Französisch oder entsprechende Kenntnisse	**Empfohlene Voraussetzungen**	s. Zulassungs-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	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). Das Einbringen sozialer Kompetenzen ist in diesem Kurs unverzichtbar, da regelmäßig Gruppen- und Partnerarbeiten durchgeführt werden.		

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):	☒ e-Learning (eL) ☒ Vorlesung (V) ☒ Übung (Ü)	☐ Exkursion (Ex) ☐ Praktikum	
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.		
Persönlichkeits-kompetenz 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 - Italienisch			
	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. **Sprachkompetenzen:** Die Studierenden wenden ihre Grundfertigkeiten verstärkt schriftlich, ungeleitet und selbstständig im privaten und semiformellen Umfeld an. Neben allgemeinen Themen wird auf den Einsatz landeskundlicher und berufsbezogener Materialien geachtet. **Digitale Kompetenzen:** Die Studierenden verwenden digitale Lehrwerke kompetent. Die Studierenden verwenden elektronische Hilfsmittel für die Kommunikation in der Zielsprache.		
Inhalte	Im Modul werden Grundlagen der eigenständigen Sprachverwendung vermittelt und Kenntnisse der Zielkultur(en) ausgebaut. Das Modul besteht aus seminaristischem Unterricht, Praktikum und Seminar An grammatikalischen Erscheinungen werden mindestens durchgenommen: • Futur Semplice e Anteriore • Trapassato Prossimo • Congiuntivo Presente • Imperativo (Vertiefung) • Gerundio Presente • Periodo Ipotetico della realtà Die inhaltliche Progression erfolgt in Anlehnung an das Lehrwerk (s. angegebene Kapitel).		
Literatur	**Italienisch:** UniversItalia 2.0 B1/B2 Digitalisiertes Kurs- und Arbeitsbuch mit integrierten Audiodateien ISBN 978-3-19-115464-6 Kapitel 1-4		
Zulassungsvoraussetzungen gem. SPO	Modul ikm-13 Weitere Fremdsprache I - Italienisch oder entsprechende Kenntnisse	**Empfohlene Voraussetzungen**	s. Zulassungs-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	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).		

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):	☒ e-Learning (eL) ☒ Vorlesung (V) ☒ Übung (Ü)	☐ Exkursion (Ex) ☐ Praktikum	
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.		
Persönlichkeits-kompetenz 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			
	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. **Sprachkompetenzen:** Die Studierenden wenden ihre Grundfertigkeiten verstärkt schriftlich, ungeleitet und selbstständig im privaten und semiformellen Umfeld an. Neben allgemeinen Themen wird auf den Einsatz landeskundlicher und berufsbezogener Materialien geachtet. **Digitale Kompetenzen:** Die Studierenden verwenden digitale Lehrwerke kompetent. Die Studierenden verwenden elektronische Hilfsmittel für die Kommunikation in der Zielsprache.		
Inhalte	Im Modul werden Grundlagen der eigenständigen Sprachverwendung vermittelt und Kenntnisse der Zielkultur(en) ausgebaut. Das Modul besteht aus seminaristischem Unterricht, Praktikum und Seminar An grammatikalischen Erscheinungen werden mindestens durchgenommen: • Vergleiche • Thema-Rhema-Topic • Veränderungen der Satzstellung • Modalpartikel • Aspektpartikel • Strukturpartikel (de) • Komplemente Die inhaltliche Progression erfolgt in Anlehnung an das Lehrwerk (s. angegebene Kapitel). Es wird eine mit Hilfsmitteln gestützte Kommunikationsfähigkeit (schriftlich wie mündlich, passiv wie aktiv) angestrebt.		
Literatur	**Für Chinesisch:** • 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 Jeweils Kapitel 12-16.		
Zulassungsvoraussetzungen gem. SPO	Modul ikm-13 Weitere Fremdsprache I – Chinesisch oder entsprechende Kenntnisse	**Empfohlene Voraussetzungen**	s. Zulassungs-voraussetzungen
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	Marcela Schmidt / 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):	☒ e-Learning (eL) ☒ Vorlesung (V) ☒ Übung (Ü)	☐ Exkursion (Ex) ☐ Praktikum	
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.		
Persönlichkeits-kompetenz 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			
	Sprachkompetenzen: Die Studierenden beherrschen registeradäquate Kommunikationsmittel und wenden diese angemessen bei der Interaktion mit höher, gleich und niedriger gestellten Personen an. **Digitale Kompetenzen:** Die Studierenden verwenden digitale Lehrwerke kompetent. Die Studierenden verwenden elektronische Hilfsmittel für die Kommunikation in der Zielsprache.		
Inhalte	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 An grammatikalischen Erscheinungen werden mindestens durchgenommen: • 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. Die inhaltliche Progression erfolgt in Anlehnung an das Lehrwerk		
Literatur	Verpflichtend: Skript Begleitend: Tano, Marcelo (2009): Expertos. Curso avanzado de español orientado al mundo del trabajo. Difusión/Klett. Pérez Cañizáres, Pilar (2024): Meta profesional B1. Klett. Brenninger, Andreas (1993): Correspondencia Comercial. Hueber.		
Zulassungsvoraussetzungen gem. SPO	- Keine -	**Empfohlene Voraussetzungen**	Modul Weitere 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	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). 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.		

8.2.13. Modul: Weitere Fremdsprache: Berufliche Kommunikation - Französisch

Weitere Fremdsprache: Berufliche Kommunikation – Französisch			
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	Sabine McIntosh		
Dozierende	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):	☒ e-Learning (eL) ☒ Vorlesung (V) ☒ Übung (Ü)	☐ Exkursion (Ex) ☐ Praktikum	
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.		
Persönlichkeits-kompetenz 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 – Französisch			
	Die Studierenden beherrschen registeradäquate Kommunikationsmittel und wenden diese angemessen bei der Interaktion mit höher, gleich und niedriger gestellten Personen an. **Digitale Kompetenzen:** Die Studierenden verwenden digitale Lehrwerke kompetent. Die Studierenden verwenden elektronische Hilfsmittel für die Kommunikation in der Zielsprache.		
Inhalte	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 An grammatikalischen Erscheinungen werden mindestens durchgenommen: • Discours indirect • Subjonctif (Vertiefung) • Relativsätze • Conditionnel Passé • Passé Anterieur • Connecteurs logiques Die inhaltliche Progression erfolgt in Anlehnung an das Lehrwerk.		
Literatur	**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.		
Zulassungsvoraussetzungen gem. SPO	- Keine -	**Empfohlene Voraussetzungen**	Modul Weitere Fremdsprache II – Französisch 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	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). 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.		

8.2.14. Modul: Weitere Fremdsprache: Berufliche Kommunikation - Italienisch

Weitere Fremdsprache: Berufliche Kommunikation – Italienisch			
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	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):	☒ e-Learning (eL) ☒ Vorlesung (V) ☒ Übung (Ü)	☐ Exkursion (Ex) ☐ Praktikum	
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.		
Persönlichkeits-kompetenz 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 – Italienisch			
	Die Studierenden beherrschen registeradäquate Kommunikationsmittel und wenden diese angemessen bei der Interaktion mit höher, gleich und niedriger gestellten Personen an. **Digitale Kompetenzen:** Die Studierenden verwenden digitale Lehrwerke kompetent. Die Studierenden verwenden elektronische Hilfsmittel für die Kommunikation in der Zielsprache.		
Inhalte	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 An grammatikalischen Erscheinungen werden mindestens durchgenommen: • Condizionale Composto e Passato • Passivo • Passato Remoto • Congiuntivo Passato, Imperfetto e Trapassato • Gerundio Presente e Passato • Periodo ipotetico della possibilità e dell'irrealtà Die inhaltliche Progression erfolgt in Anlehnung an das Lehrwerk.		
Literatur	**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		
Zulassungsvoraussetzungen gem. SPO	- Keine -	**Empfohlene Voraussetzungen**	Modul Weitere Fremdsprache II – Italienisch 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	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). 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.		

8.2.15. 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):	☒ e-Learning (eL) ☒ Vorlesung (V) ☒ Übung (Ü)	☐ Exkursion (Ex) ☐ Praktikum	
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.		
Persönlichkeits-kompetenz 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			
	Die Studierenden beherrschen registeradäquate Kommunikationsmittel und wenden diese angemessen bei der Interaktion mit höher, gleich und niedriger gestellten Personen an. **Digitale Kompetenzen:** Die Studierenden verwenden digitale Lehrwerke kompetent. Die Studierenden verwenden elektronische Hilfsmittel für die Kommunikation in der Zielsprache.		
Inhalte	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 An grammatikalischen Erscheinungen werden mindestens durchgenommen: • Komplexe Satzstellungen • Relativsätze • Bedingungssätze • Konjunktionen und strukturierende lexikale Mittel • Die inhaltliche Progression erfolgt in Anlehnung an das Lehrwerk. Es wird eine mit Hilfsmitteln gestützte freie Sprachverwendung (schriftlich wie mündlich, passiv wie aktiv) angestrebt.		
Literatur	**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		
Zulassungsvoraussetzungen gem. SPO	- Keine -	**Empfohlene Voraussetzungen**	Modul Weitere 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	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). 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.		

8.3. 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

8.3.1. Modul: Wissenschaftliches Arbeiten

Wissenschaftliches Arbeiten			
Modul-Nr.	16	**SPO**	SPO IKM/HSAN-20242
Verwendung des Moduls	Studiengang Interkulturelles Management (B.A.)	Pflichtfach	Modulgruppe (gem. SPO): Betriebswirtschaftliche Kompetenzen
Moduldauer	1 Semester	**Modulangebot**	Winter
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):	☒ e-Learning (eL) ☒ Vorlesung (V) ☒ Übung (Ü)	☐ Exkursion (Ex) ☐ Praktikum	
Kurzbeschreibung	Das Modul vermittelt die grundlegenden Kompetenzen des wissenschaftlichen Arbeitens als zentrales Fundament des Studiums. Die Studierenden lernen, wissenschaftliche Fragestellungen systematisch zu entwickeln, relevante Literatur zielgerichtet zu recherchieren, wissenschaftliche Texte strukturiert und nachvollziehbar zu verfassen sowie Forschungsergebnisse angemessen zu präsentieren. Besonderer Fokus liegt auf der Entwicklung einer klaren Forschungsfrage, der methodisch fundierten Argumentation, dem sicheren Umgang mit wissenschaftlichen Quellen sowie der Vermeidung von Plagiaten. Das Modul bereitet die Studierenden gezielt auf weiterführende Seminararbeiten und die Bachelorarbeit vor.		
Qualifikationsziele			
Fachkompetenz und Methodenkompetenz	Die Studierenden verfügen über fundierte Kenntnisse der Grundlagen wissenschaftlichen Arbeitens. Sie sind in der Lage, geeignete Forschungsthemen zu entwickeln, präzise Forschungsfragen zu formulieren und diese mit passenden qualitativen, quantitativen oder kombinierten Methoden zu bearbeiten. Sie können wissenschaftliche Literatur systematisch recherchieren, kritisch bewerten und methodisch korrekt in eigene Arbeiten integrieren.		
Persönlichkeits-kompetenz und Sozialkompetenz	Die Studierenden entwickeln ein reflektiertes Verständnis wissenschaftlicher Integrität und ethischer Grundsätze. Sie stärken ihre kritische Denkfähigkeit, lernen konstruktiv mit Feedback umzugehen und sind befähigt, wissenschaftliche Inhalte sachlich zu diskutieren und zu präsentieren.		
Handlungskompetenz	Die Studierenden sind in der Lage, wissenschaftliche Arbeitsprozesse eigenständig zu planen, umzusetzen und zu reflektieren. Sie strukturieren komplexe Inhalte nachvollziehbar, formulieren präzise wissenschaftliche Texte und präsentieren Forschungsergebnisse adressatengerecht. Die erworbenen Kompetenzen können sowohl in individuellen als auch in kooperativen Arbeitskontexten angewendet werden.		

Wissenschaftliches Arbeiten			
Spezielle Kompetenz	Forschungskompetenz, Argumentationskompetenz, Informations- und Quellenkompetenz, Schreibkompetenz, Methodenkompetenz, Ethik- und Plagiatspräventionskompetenz.		
Inhalte	• 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	Bänsch, A. (2020). Wissenschaftliches Arbeiten. Berlin. Bänsch, A., & Alewell, D. (2020). Wissenschaftliches Arbeiten. De Gruyter Oldenbourg. Berger-Grabner, D. (2022). Wissenschaftliches Arbeiten in den Wirtschafts- und Sozialwissenschaften (3., aktualisierte Auflage). Wiesbaden: Springer Gabler. Chalmers, A. (2007). Wege der Wissenschaft. Berlin. Esselborn-Krumbiegel, H. (2010). Richtig wissenschaftlich schreiben. Paderborn. Esselborn-Krumbiegel, H. (2019). Die erste Hausarbeit – FAQ. Paderborn. Kipman, U. (2018). Wissenschaftliches Arbeiten 4.0. Berlin. Kollenberg, A., & Kollenberg, W. (2024). Wissenschaftlich Arbeiten – heute. Berlin/Heidelberg: Springer Spektrum. Kornmeier, M. (2018). Wissenschaftlich schreiben leicht gemacht. Bern. Prexl, L. (2016). Mit digitalen Quellen arbeiten. Paderborn. UTB (2023). Wissenschaftlich Arbeiten (leicht verständlich!). Stuttgart.		
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			

8.3.2. Modul: Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre

Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre			
Modul-Nr.	17	**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: 25 h Selbststudium: 125 h Gesamtaufwand: 150 h		
Lehrformen (gem. SPO):	☒ e-Learning (eL) ☒ Vorlesung (V) ☒ Übung (Ü)	☐ Exkursion (Ex) ☐ Praktikum	
Kurzbeschreibung	Im Modul Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre machen Sie sich mit einer generellen Einordnung der Betriebswirtschaftslehre und einer Betrachtung von Unternehmen vertraut. Darauf aufbauend beschäftigen Sie sich mit grundlegenden Entscheid- ungen für Unternehmen sowie der Zielbildung in Unternehmen.		
Qualifikationsziele			
Fachkompetenz und Methodenkompetenz	Grundwissen über betriebswirtschaftliche Zusammenhänge erlangen. Grundlegendes Verständnis und Entscheidungskompetenz in den konstitutiven Fragestellungen eines Unternehmens sowie einen Überblick über die klassischen Disziplinen der Betriebswirtschaftslehre erlangen. Erwerb grundlegender Methodenkompetenz in analytisch-abstraktem Denken sowie erste Anwendung des Erlernten in kleineren Case Studies.		
Persönlichkeits-kompetenz und Sozialkompetenz	Diskursfähigkeit mittels selbstständigen, analytischen und kritischen Denkens.		
Handlungskompetenz	Urteilsfähigkeit hinsichtlich grundlegender betriebswirtschaftlicher Fragestellungen und Zusammenhänge erlangen. Die wirtschaftliche und gesellschaftspolitische Rolle der Unternehmen einordnen können		
Spezielle Kompetenz	**Betriebswirtschaftliche Kompetenzen:** Die Studierenden beurteilen konkrete unternehmerische Situationen und Fragestellungen.		
Inhalte	**I.) Einführung** a. Definition BWL & Einordnung BWL in die Wissenschaft → Entwicklung der BWL (Hintergrund...) → Ausblick b. Ökonomisches – und erwerbswirtschaftliches Prinzip – Spannungsdreieck c. Betriebliche Prozesse d. Unternehmensumwelt/ Stakeholder		

Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre			
	II.) Konstitutive Entscheidungen für Unternehmen a. Rechtsformen/ Mitbestimmung b. Standortwahl / Grundlagen der Internationalisierung c. Unternehmensverbindungen d. Organisation **III.) Unternehmensziele und Unternehmensführung** a. Zielfindung/ Zielinhalte/ Zielbewertung b. Strategischer Management Prozess - Marktorientiert - Ressourcenorientiert - Umweltorientiert - SWOT		
Literatur	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>		
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			

8.3.3. Modul: Wirtschaftsmathematik

Wirtschaftsmathematik			
Modul-Nr.	18	**SPO**	SPO IKM/HSAN-20242
Verwendung des Moduls	Studiengang Interkulturelles Management (B.A.)	Pflichtfach	Modulgruppe (gem. SPO): Betriebswirtschaftliche Kompetenzen
Moduldauer	1 Semester	**Modulangebot**	Winter
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Antje Wendler (TH Aschaffenburg)		
Dozierende	Prof. Dr. Antje Wendler (TH Aschaffenburg)		
Sprache	Deutsch		
Leistungspunkte	5	**SWS**	4
Arbeitsaufwand	Kontaktstunden: 28 h Selbststudium: 122 h Gesamtaufwand: 150 h		
Lehrformen (gem. SPO):	☒ e-Learning (eL) ☒ Vorlesung (V) ☒ Übung (Ü)	☐ Exkursion (Ex) ☐ Praktikum	
Kurzbeschreibung	Das Modul vermittelt die grundlegenden mathematischen Modelle und Rechnungen zur Lösung betrieblicher Probleme. Dabei stützt es sich auf die üblicherweise im Unternehmen anfallenden Berechnungen und der sachgerechten Interpretation der Ergebnisse.		
Qualifikationsziele			
Fachkompetenz und Methodenkompetenz	Die Studierenden sind in der Lage, die zur Lösung betrieblicher Probleme geeigneten grundlegenden mathematischen Modelle und Rechnungen auszuwählen und ihre Grenzen aufzuzeigen. Sie können die üblicherweise im Unternehmen anfallenden Berechnungen durchführen und die gewonnenen Ergebnisse sachgerecht interpretieren. Die Studierenden können die für ein wirtschaftswissenschaftliches Studium erforderlichen mathematischen Verfahren und logischen Denkmodelle anwenden und sich selbstständig in neue mathematische Verfahren einarbeiten.		
Persönlichkeits-kompetenz und Sozialkompetenz	Die Studierenden arbeiten sich selbstständig in neue mathematische Verfahren ein.		
Handlungskompetenz	Die Studierenden sind in der Lage, die zur Lösung betrieblicher Probleme geeigneten grundlegenden mathematischen Modelle und Rechnungen auszuwählen und ihre Grenzen aufzuzeigen.		
Spezielle Kompetenz	**Betriebswirtschaftliche Kompetenzen:** Sie können die üblicherweise im Unternehmen anfallenden Berechnungen durchführen und die gewonnenen Ergebnisse sachgerecht interpretieren.		
Inhalte	• Mathematische Grundkenntnisse (Arithmetik, lineare Gleichungssysteme, Folgen und Reihen) • Funktionen mit einer und mehreren unabhängigen Variablen und ihre ökonomischen Anwendungen		

Wirtschaftsmathematik			
	• 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. 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.		
Literatur	Auer, Benjamin; Seitz, Franz: Grundkurs Wirtschaftsmathematik Sydsaeter, Knut; Hammond, Peter: Mathematik für Wirtschaftswissenschaftler Preuß, Wolfgang; Wenisch, Günter: Lehr- und Übungs-buch Mathematik in Wirtschaft und Finanzwesen Schwenkert, Rainer; Stry, Yvonne: Finanzmathematik kompakt Tietze, Jürgen: Einführung in die angewandte Wirtschaftsmathematik Foliensätze und 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		

8.3.4. Modul: Investition und Finanzierung

Investition und Finanzierung			
Modul-Nr.	19	**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	Sven Kupfer		
Sprache	Deutsch		
Leistungspunkte	5	**SWS**	4
Arbeitsaufwand	Kontaktstunden:		30 h
	Selbststudium:		120 h
	Gesamtaufwand:		150 h
Lehrformen (gem. SPO):	☒ e-Learning (eL) ☒ Vorlesung (V) ☒ Übung (Ü)	☐ Exkursion (Ex) ☐ Praktikum	
Kurzbeschreibung	Das Modul vermittelt ein grundlegendes betriebswirtschaftliches Basiswissen zu den Themen Investition und Finanzierung.		
Qualifikationsziele			
Fachkompetenz und Methodenkompetenz	Die Studierenden verfügen über ein breites Grundwissen in den Themen Investition und Finanzierung sowie über die Zusammenhänge dieser Bereiche mit anderen betriebswirtschaftlichen Themengebieten. Die Studierenden sind in der Lage Aufgaben eigenständig zu bearbeiten. Sie verstehen die Vor- und Nachteile der dabei angewandten Methoden und können auf dieser Basis die Wahl der Methodik sowie die Ergebnisse kritisch beurteilen und reflektieren.		
Persönlichkeits-kompetenz und Sozialkompetenz	Die Studierenden reflektieren Problemstellungen und die Wahl verwendeter Methoden und können Ihren Standpunkt in einer Diskussion argumentieren. Die Studierenden lernen während des Moduls Themengebiete in Gruppen zu erarbeiten und zu diskutieren. Auch Aufgaben werden in Gruppen diskutiert, wobei die einzelnen Studenten komplexe Fragestellungen und Analysen inhaltlich verständlich darstellen können.		
Handlungskompetenz	Die Studierenden beurteilen Fragen der Investition und Finanzierung selbständig und unter Berücksichtigung der konkreten Rahmenbedingungen und können die kritischen Größen und Annahmen ihrer Analyse in einer Diskussion benennen und bewerten.		
Spezielle Kompetenz	**Betriebswirtschaftliche Kompetenzen:** Die Studierenden beurteilen Fragen der Investition und Finanzierung selbständig und unter Berücksichtigung der konkreten Rahmenbedingungen und können die kritischen Größen und Annahmen ihrer Analyse in einer Diskussion benennen und bewerten. Schnittstellen zu anderen betriebswirtschaftlichen Fragestellungen werden von den Studierenden erkannt, so dass sie auch auf größere Zusammenhänge übergreifend analysieren und verarbeiten können.		

Investition und Finanzierung			
Inhalte	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: 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	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		
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			

8.3.5. 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):	☒ e-Learning (eL) ☒ Vorlesung (V) ☒ Übung (Ü)	☐ Exkursion (Ex) ☐ Praktikum	
Kurzbeschreibung	Das Modul befasst sich nicht nur mit den grundlegenden Konzepten des alltäglichen Personalmanagements, sondern umfasst auch internationale Aspekte des globalen Talentmanagements. Am Campus Rothenburg bieten wir zusätzlich einen Workshop „Talent Management“ an, der sich mit der internationalen Suche nach Talenten beschäftigt.		
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.		
Persönlichkeits-kompetenz 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	• 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. **Workshop Talentmanagement:** • Internationale Rekrutierung • Die Rolle der Kultur • Implementierung von Talentmanagement in Organisationen
Literatur	**Primärquelle:** Der Dozent wird verschiedene Quellen durch Folien/Präsentationen im Unterricht, Artikel, Fallstudien und Simulationen bereitstellen, um die Studierenden aktiv einzubinden. **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. **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. Zusätzlich finden sich zahlreiche Artikel in praxisorientierten Fachzeitschriften wie der Harvard Business Review.
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	

8.3.6. Modul: Bürgerliches Recht

Bürgerliches Recht			
Modul-Nr.	21	**SPO**	SPO IKM/HSAN-20242
Verwendung des Moduls	Studiengang Interkulturelles Management (B.A.)	Pflichtfach	Modulgruppe (gem. SPO): Betriebswirtschaftliche Kompetenzen
Moduldauer	1 Semester	**Modulangebot**	Winter
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Christiane Seidel (TH Aschaffenburg)		
Dozierende	Prof. Dr. Christiane Seidel (TH Aschaffenburg)		
Sprache	Deutsch		
Leistungspunkte	5	**SWS**	4
Arbeitsaufwand	Kontaktstunden: 28 h Selbststudium: 122 h Gesamtaufwand: 150 h		
Lehrformen (gem. SPO):	☒ e-Learning (eL) ☒ Vorlesung (V) ☒ Übung (Ü) ☐ Exkursion (Ex) ☐ Praktikum		
Kurzbeschreibung	Im Modul werden Kenntnisse über relevante Vorschriften des Bürgerlichen Rechts für die Anwendung als Betriebswirt vermittelt.		
Qualifikationsziele			
Fachkompetenz und Methodenkompetenz	Die Studierenden haben eine umfassende Kenntnis der wichtigsten für einen Betriebswirt relevanten Vorschriften des Bürgerlichen Rechts. Die Studierenden erkennen die wirtschaftlichen und rechtlichen Zusammenhänge und die Systematik im Wirtschaftsprivatrecht. Sie identifiziert die Schnittstellen zum Steuerrecht. Die Studierenden sind befähigt, die erlangten materiellen Rechts-kenntnisse und juristischen Arbeitstechniken auf komplexe praktisch relevante Fallgestaltungen anzuwenden, mit dem Ziel, schriftliche Rechtsgutachten und wissenschaftliche Ausarbeitungen zu verfassen.		
Persönlichkeits-kompetenz und Sozialkompetenz	Die Studierenden sind in der Lage, komplexe rechtliche Probleme mit der Lehrkraft und ihren Kommilitonen zu diskutieren und unterschiedliche Rechtsauffassungen auszutauschen. Er erkennt alternative Wege bei der Bearbeitung von Übungsfällen. Dabei wägt der Studierende die Argumente für die verschiedenen Rechtsauffassungen gegeneinander ab und berücksichtigt alternative Lösungsmöglichkeiten bei der ei-genen Lösung. Die Studierenden sind fähig, die eigenständig erarbeitete Lösungen eines rechtlichen Problems jederzeit zu reflektieren, strukturiert zu präsentieren und in der Praxis zu vertreten.		
Handlungskompetenz	Die Studierenden wenden Kenntnisse des Bürgerlichen Rechts zur Bewertung und Lösungsfindung von betrieblichen Fällen an.		
Spezielle Kompetenz	**Betriebswirtschaftliche Kompetenzen:** Die Studierenden wenden Kenntnisse des Bürgerlichen Rechts zur Bewertung und Lösungsfindung von betrieblichen Fällen an.		
Inhalte	Grundzüge des Allgemeinen Teils des BGB Grundzüge des Schuldrechts Grundzüge des Sachenrechts		

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)		

8.3.7. Modul: Grundlagen der Volkswirtschaftslehre

Grundlagen der Volkswirtschaftslehre			
Modul-Nr.	22	**SPO**	SPO IKM/HSAN-20242
Verwendung des Moduls	Studiengang Interkulturelles Management (B.A.)	Pflichtfach	Modulgruppe (gem. SPO): Betriebswirtschaftliche Kompetenzen
Moduldauer	1 Semester	**Modulangebot**	Winter
Modulverantwortlich	Myrto Pavlidis (TH Aschaffenburg)		
Dozierende	Myrto Pavlidis (TH Aschaffenburg)		
Sprache	Deutsch		
Leistungspunkte	5	**SWS**	4
Arbeitsaufwand	Kontaktstunden: 28 h Selbststudium: 122 h Gesamtaufwand: 150 h		
Lehrformen (gem. SPO):	☒ e-Learning (eL) ☒ Vorlesung (V) ☒ Übung (Ü)	☐ Exkursion (Ex) ☐ Praktikum	
Kurzbeschreibung	Im Modul werden grundlegende volkswirtschaftliche Theorien betrachtet. Sie lernen Arbeitsweisen und Analysemethoden der Volkswirtschaftslehre kennen.		
Qualifikationsziele			
Fachkompetenz und Methodenkompetenz	Die Studierenden erhalten einen Überblick über grundlegende volkswirtschaftliche Theorien. Sie erlernen dabei auch die Arbeitsweisen und Analysemethoden der Volkswirtschaftslehre. Sie verstehen die wichtigsten ökonomische Konzepte und Denkweisen und können diese auf einfache wirtschaftspolitische Fragestellungen anwenden. Dies befähigt sie zur Analyse des einzelwirtschaftlichen Verhaltens von Unternehmen, Konsumenten und Staat.		
Persönlichkeits-kompetenz und Sozialkompetenz	Die Studierenden gehen kritisch mit ökonomischen Denkansätzen um und können unterschiedliche Positionen benennen.		
Handlungskompetenz	Die Studierenden können das volkswirtschaftliche Instrumentarium, Techniken des wissenschaftlichen Arbeitens und empirische Erkenntnisse selbstständig auf praktische Probleme und aktuelle wirtschaftspolitische Fragen anwenden und innerhalb der kennengelernten Modelle schlüssig argumentieren. Sie sind dadurch in der Lage aktuelle und historische, ökonomische und wirtschaftspolitische Fragestellungen einzuordnen und mit Hilfe des Erlernten zu interpretieren.		
Spezielle Kompetenz	**Betriebswirtschaftliche Kompetenzen:** Die Studierenden entwickeln ein intuitives Verständnis für die Auswirkungen von Unternehmensentscheidungen auf die Effizienz von Märkten. Die Studierenden können umgekehrt auch die Wirkungen staatlicher Eingriffe auf das Marktgeschehen einschätzen und verstehen die Interaktion von Märkten und Unternehmen.		

Grundlagen der Volkswirtschaftslehre			
	Sie erwerben die Befähigung, Konsequenzen wirtschaftspolitischer Entscheidungen für das unternehmerische Handeln zu erkennen und problemadäquate Lösungen zu formulieren.		
Inhalte	• 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):	☒ e-Learning (eL) ☒ Vorlesung (V) ☒ Übung (Ü)	☐ Exkursion (Ex) ☐ Praktikum	
Kurzbeschreibung			
Qualifikationsziele			
Fachkompetenz und Methodenkompetenz	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.		
Persönlichkeits-kompetenz und Sozialkompetenz	Permanentes Treffen von Entscheidungen in heterogenen Teams in einer komplexen Umwelt unter Zeitdruck. Diskursfähigkeit (Einzeln 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.		
Handlungskompetenz	Die Studierenden wenden erlernte Problem-Lösungskompetenz in unterschiedlichen Managementdisziplinen an, um eine wettbewerbs- fähige 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.		
Spezielle Kompetenz	**Betriebswirtschaftliche Kompetenzen:**		

Unternehmensplanspiel			
	Die Studierenden wenden erlernte Problem-Lösungskompetenz in unterschiedlichen Managementdisziplinen an, um eine wettbewerbs- fähige 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 Unter- nehmensplanspieles zu entwickeln. **Digitale Kompetenzen:** Die Studierenden verwenden unterschiedliche Controlling-Tools als Grundlage eines betrieblichen Entscheidungsprozesses.		
Inhalte	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. Beispielhaft sind Entscheidungen zu einer Auswahl der folgenden Themenkomplexen zu treffen: • 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	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):	☒ e-Learning (eL) ☒ Vorlesung (V) ☒ Übung (Ü)	☐ Exkursion (Ex) ☐ Praktikum	
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.		
Persönlichkeits-kompetenz 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	Im Modul „Digitales Marketing“ werden Grundlagen des modernen Marketings erläutert und Kenntnisse in folgenden Bereichen vermittelt:
	• Grundlagen des Marketingverständnisses
	• Veränderung der Mediennutzung und Kommunikation
	• Inbound vs. Outbound Marketing
	• Content Marketing
	• Zielgruppenanalyse – Buyer Personas und Customer Journey
	• Marketinginstrumente
	  ○ E-Mail-Marketing
	  ○ SEO/SEA
	  ○ Rating- und Review Management
	  ○ Influencer Marketing
	• Digitale Marketingkampagnen		

Literatur	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.		
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):	☒ e-Learning (eL) ☒ Vorlesung (V) ☒ Übung (Ü)	☐ Exkursion (Ex) ☐ Praktikum	
Kurzbeschreibung	Für Organisationen ist Innovation ein zentrales strategisches Erfolgskriterium, das gezielt zu fördern und zu steuern ist. Grundlegende Arten der Innovation sowie Innovationsfähigkeit sind ebenso wesentlich wie die organisationale Einbindung von Innovation (Innovationsmanagement). Im Modul beschäftigen sich die Studieren- den mit diesen Grundlagen ausgiebig und beleuchten die Themenfelder Technologiemanagement und Digitalisierung. 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.		
Qualifikationsziele			
Fachkompetenz und Methodenkompetenz	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 Bestim- mungsmechanismen von Innovation sowie der wesentlichen Ansatz- punkte zu deren Beeinflussung. Die Studierenden unterscheiden unterschiedliche Positionen im Technologiemanagement und bewerten Digitalisierungsansätze für Organisationen unterschiedlichen Reifegrads. Die Studierenden kennen Vorgehensweisen und Methoden zur Moderation von Workshops und DesignThinking-Veranstaltungen. Ergänzend sind die Studierenden im Umgang mit Literaturrecherche und Einsatz im Rahmen des Hochschulstudiums vertraut.		

Innovationsmanagement und Digitalisierung	
Persönlichkeits-kompetenz und Sozialkompetenz	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.
Handlungskompetenz	Die Studierenden gestalten Innovationsmanagement als grundlegende organisationale Einbindung von Innovation in Organisationen auf Basis der Kenntnis von Methoden und Abläufen des Innovationsmanage- ments. 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.
Spezielle Kompetenz	**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.
Inhalte	Das Modul besteht aus seminaristischem Unterricht und e-learning-Sequenzen. • 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
Literatur	Tidd, J. und Bessant, J (2015): Managing Innovation: Integrating Technological, Market and Organizational Change. 5. Auflage. Wiley, Hoboken. Hartschen et al. (2009): Innovationsmanagement. Die 6 Phasen von der Idee bis zur Umsetzung. 3. Auflage. Gabal, Weinheim Christensen, C.M. (2000): The Innovator's Dilemma: When New Technologies Cause Great Firms to Fail. Harvard Business Review Press, Watertown Seifert, J.W. (2015): Visualisieren, Präsentieren, Moderieren. 35. Auflage. Gabal, Weinheim Vahs, D. und Brem, A. (2013): Innovationsmanagement. 4. Auflage. Schäffer-Poeschel, Stuttgart Hauschildt, J. et al. (2016) Innovationsmanagement. 6. Auflage. Vahlen, München Titelnot, C. et al. (1999): Innovationsmanagement. Springer, Heidelberg. Gassmann, O. und Sutter, P. (2008): Praxiswissen Innovationsmanagement. Von der Idee zum Markterfolg. Hanser, München Cassens, M. und Meyer, W. (2010): Abenteuer Innovation. Von der zündenden Idee zum erfolgreichen Produkt. Eichborn, Frankfurt.

Innovationsmanagement und Digitalisierung			
	Koltze, K. und Souckov, V. (2011): Systematische Innovation. TRIZ-Anwendung in der Produkt- und Prozessentwicklung. Hanser, München. Dahm, M und Thode, S. (2019): Strategie und Transformation im digitalen Zeitalter. Inspirationen für Management und Leadership. Wiesbaden, Springer Gabler Rowles, D und Brown, T. (2017): Building Digital Culture. A practical guide to successful digital transformation. London: Kogan Page		
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):	☒ e-Learning (eL) ☒ Vorlesung (V) ☒ Übung (Ü)	☐ Exkursion (Ex) ☐ Praktikum	
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	Im Modul Marktforschung werden Kenntnisse und Fertigkeiten in den folgenden Bereichen vermittelt: • 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	Backhaus, K./Erichson, B./Gensler, S./Weiber, R. & Weiber, T. (2021), Multivariate Analysemethoden – Eine anwendungsorientierte Einführung, 16. Auflage, Springer-Gabler Brell, C. / Brell, J. & Kirsch, S. (2016), Statistik von Null auf Hundert – Mit Kochrezepten schnell zum Statistik-Grundwissen (2. Aufl.), Springer Spektrum Döring, N. & Bortz, J. (2016): Forschungsmethoden und Evaluation in den Sozial- und Humanwissenschaften (5. Aufl.). Springer Hayasaka, S. & Silipo, R. (2020): KNIME Beginner's Luck, KNIME Press Homburg, C. (2020), Marketingmanagement: Strategie – Instrumente – Unternehmensführung, 7. Auflage. Springer Gabler Homburg, C. (2020), Grundlagen des Marketingmanagements: Einführung in Strategie, Instrumente, Umsetzung und Unternehmensführung (6. Auflage). Springer Gabler Koch, J. & Riedmüller, F. (2021): Marktforschung, Grundlagen und praktische Anwendung (8. Aufl), De Gruyter Koch, J. / Gebhardt, P. & Riedmüller, F. (2015): Marktforschung, Grundlagen und praktische Anwendung (8. Aufl), De Gruyter Sauer, S. (2019): Moderne Datenanalyse mit R: Daten einlesen, aufbereiten, visualisieren, modellieren und kommunizieren. Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH Wickham, H. / Grolemund, G. (2016): R for Data Science: Import, Transform, Visualize, and Model Data. O'Reilly Media		
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			

8.4.4. Modul: Medien und Kommunikation

Medien und Kommunikation			
Modul-Nr.	27	**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	Michael Fried		
Sprache	Deutsch		
Leistungspunkte	5	**SWS**	4
Arbeitsaufwand	Kontaktstunden:		35 h
	Selbststudium:		115 h
	Gesamtaufwand:		150 h
Lehrformen (gem. SPO):	☒ e-Learning (eL) ☒ Vorlesung (V) ☒ Übung (Ü)	☐ Exkursion (Ex) ☐ Praktikum	
Kurzbeschreibung	Vor dem Hintergrund der digitalen Transformation in unserer Gesellschaft spielen vor allem moderne Medien sowohl im privaten wie auch beruflichen Alltag eine nicht zu unterschätzende Rolle. Im Kontext von Mediensozialisationsprozessen kommen Individuen bereits in den ersten Lebensjahren mit digitalen Medien in Kontakt. Allerdings ist der Erwerb professioneller Kompetenzen auf diesem Gebiet bislang kaum in der (Aus-)Bildungsbiographie von Heranwachsenden vorgesehen. Dabei gewinnt insbesondere der kompetente Umgang mit digitalen Medien im Arbeitsleben zunehmend an Bedeutung. Informationen und Kennzahlen müssen digital aufbereitet und mediengestützt präsentiert werden, Social Media Kanäle müssen bespielt werden und Diskussionsrunden werden unter dem Einsatz klassischer und digitaler Medien geleitet. Telefon- und Videokonferenzen werden für die standortübergreifende Abstimmung eingesetzt. Daneben müssen Dienstleistungen im Bereich der Medienkommunikation beurteilt und koordiniert werden, über (Massen-) Medien erhaltene Informationen bedürfen einer kritischen Hinterfragung, öffentliche Statements gegenüber Medienvertretern wollen sorgfältig formuliert, Daten geschützt und adäquat gespeichert werden. Neben der Vermittlung von grundlegenden Theorien und Modellen der Medien- und Kommunikationswissenschaft fokussiert dieses Modul insbesondere die Verzahnung von theoretischen Inhalten mit praktischer Anwendung. Die interaktive Wissensvermittlung über Moodle wird ergänzt durch praktische Übungen in virtuellen Kleingruppen sowie individuell zu bearbeitende Aufgabenstellungen. Im Rahmen einer Präsenzveran- staltung werden Handlungskompetenzen vertieft und ausgebaut.		
Qualifikationsziele			
Fachkompetenz und Methodenkompetenz	Generelle Qualifikationsziele: • Wissen über grundlegende Medien- und Kommunikationstheorien erlangen		

Medien und Kommunikation	
Persönlichkeits-kompetenz und Sozialkompetenz	• 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 Fach- und Methodenkompetenz: • 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.
Handlungskompetenz	• 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.
Spezielle Kompetenz	**Betriebswirtschaftliche Kompetenzen:** • 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 **Digitale Kompetenzen:** • 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 Videodrehs 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
Inhalte	1. Medienkunde

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	- 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):	☒ e-Learning (eL) ☒ Vorlesung (V) ☒ Übung (Ü)	☐ Exkursion (Ex) ☐ Praktikum	
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	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. Sie lernen die wichtigsten Abteilungen und Bereiche im Detail kennen, deren Aufgaben, Ziele und überbereichliche Zusammenhänge. Moderne Distribution, Vertrieb und Yield Management mit ihren Eigenschaften sind bekannt, entsprechende Vorgehensweisen und Tools wurden erklärt. 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. Nachhaltigkeit ist bereits heute eines der Hauptthemen im Fokus der Kunden. 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.		

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 Sensen: 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			

8.5.1.2. Modul: Eventmanagement

Eventmanagement			
Modul-Nr.	28.2	**SPO**	SPO IKM/HSAN-20242
Verwendung des Moduls	Studiengang Interkulturelles Management (B.A.) Studienschwerpunkt Gastronomie und Tourismus II	Pflichtfach	Modulgruppe (gem. SPO): Studienschwerpunkt Gastronomie und Tourismus
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):	☒ e-Learning (eL) ☒ Vorlesung (V) ☒ Übung (Ü) ☐ Exkursion (Ex) ☐ Praktikum		
Kurzbeschreibung	Ob in der Tourismusbranche oder in der Freizeitwirtschaft, bei Ausstellungen, Konferenzen, Messeauftritten, Kundenevents oder bei öffentlichen Kultur- und Sportveranstaltungen, die Ausrichtungen von Events sind vielgestaltig. 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 und durchführen zu können, werden ihnen hier vermittelt.		
Qualifikationsziele			
Fachkompetenz und Methodenkompetenz	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. Kenntnis grundlegender Methoden und Tools, die zur Planung, Organisation und Durchführung von Veranstaltungen benötigt werden.		
Persönlichkeits-kompetenz und Sozialkompetenz	Aufbau relevanter sozialer Kompetenzen zur Organisation und Umsetzung einer Veranstaltung, insbesondere mit Blick auf professionelle Präsentation und Konzepterstellung Problemlösung im Team und Einbringen der eigenen Ideen und Vorstellungen in Expertenteams. Reflektion und Evaluierung des eigenen Einsatzes und der Gesamtleistung des Teams im Rahmen der Organisation einer		

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	Sprachkompetenzen: insbesondere im Rahmen der Präsentation von Veranstaltungskonzepten und der klaren Kommunikation im Team Betriebswirtschaftliche Kompetenzen: Koordinierung und Terminierung unterschiedlicher Aufgabenbereiche Digitale Kompetenzen: Anwendung digitaler Medien und Marketinginstrumente zur gezielten Kommunikation von Veranstaltungen über verschiedene Kanäle Die Studierenden bringen sich verantwortlich und kollegial in Expertenteams zu Kultur- und Wertebeschreibung ein.
Inhalte		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. • 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		Eisermann, Winnen & Wrobel (2014). Praxisorientiertes Eventmanagement, Springer Gabler Knoll (2017). Veranstaltungen 4.0 - Konferenzen, Messen und Events im digitalen Wandel, Springer Gabler Schmitt (2012). Praxishandbuch Event Management, Springer Gabler
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):	☒ e-Learning (eL) ☒ Vorlesung (V) ☒ Übung (Ü)	☐ Exkursion (Ex) ☐ Praktikum	
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.		
Persönlichkeits-kompetenz 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	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. 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.		

Digital Tourism			
	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.		
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

8.5.2.1. Modul: International Business and Strategy

International Business and Strategy			
Modul-Nr.	29.1	**SPO**	SPO IKM/HSAN-20242
Verwendung des Moduls	Studiengang Interkulturelles Management (B.A.) Studienschwerpunkt Handel und Dienstleistungen I	Pflichtfach	Modulgruppe (gem. SPO): Studienschwerpunkt Handel und Dienstleistungen
Moduldauer	1 Semester	**Modulangebot**	Sommer
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Ritam Garg		
Dozierende	Prof. Dr. Michelle Woodhouse (Gastdozentin, Flagler College, USA)		
Sprache	English		
Leistungspunkte	5	**SWS**	4
Arbeitsaufwand	Kontaktstunden: 30 h Selbststudium: 120 h Gesamtaufwand: 150 h		
Lehrformen (gem. SPO):	☒ e-Learning (eL) ☒ Vorlesung (V) ☒ Übung (Ü)	☐ Exkursion (Ex) ☐ Praktikum	
Kurzbeschreibung	Dieser Kurs befasst sich mit der Komplexität des globalen Geschäftslebens und behandelt internationale Geschäftsstrategien, Logistik und Betriebsabläufe. Durch interaktive Diskussionen, praktische Übungen und ein Gruppenprojekt, bei dem ein multinationales Unternehmen analysiert wird, erhalten die Studierenden ein umfassendes Verständnis. Sie werden das interne und externe Umfeld des Unternehmens bewerten, um Strategien für nachhaltige Wettbewerbsvorteile und eine Steigerung des Shareholder Value zu entwickeln. Der Kurs beleuchtet auch das Zusammenspiel von wirtschaftlichen und kulturellen Einflüssen im Geschäftsleben und integriert Prinzipien aus Management, Marketing, Finanzen und Wirtschaft, um die Leistung des Unternehmens zu verbessern. Darüber hinaus befasst sich der Kurs mit der internationalen Logistik und dem grenzüberschreitenden Waren-, Personal- und Dienstleistungsverkehr und gibt Einblicke in die Art und Weise, wie globale Unternehmen ihren Wettbewerbsvorteil aufrechterhalten.		
Qualifikationsziele			
Fachkompetenz und Methodenkompetenz	Verstehen der Komplexität des globalen Geschäftsumfelds, einschließlich kultureller, wirtschaftlicher, politischer und rechtlicher Faktoren, und deren Auswirkungen auf die internationale Geschäftsstrategie.		
Persönlichkeits-kompetenz und Sozialkompetenz	In Gruppen arbeiten, um bewährte internationale Unternehmen zu analysieren, strategische Entscheidungen kritisch zu bewerten und umsetzbare Lösungen vorzuschlagen.		
Handlungskompetenz	Entwicklung effektiver internationaler Geschäftsstrategien unter Berücksichtigung von Marktauswahl, Marktzugang, strategischen Allianzen und Organisationsstruktur bei gleichzeitiger Bewältigung der Herausforderungen des globalen Marktes.		

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		• 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		Cateora, P., Gilly, M., & Graham, J. (2020). International Marketing, 18th edition, McGraw Hill David, Fred R. (2011). Strategic management: concepts and cases, 13th edition, Pearson Education Inc. Hill, C. (2022). Global Business Today, 12th Edition, McGraw Hill Hill, C. (2023). International Business: Competing in the Global Marketplace, 14th edition, McGraw Hill Geringer, M International Business, 3rd edition, McGraw Hill	
Zulassungsvoraussetzungen gem. SPO	- 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.		

8.5.2.2. Modul: Digitale Arbeitswelten

Digitale Arbeitswelten			
Modul-Nr.	29.2	**SPO**	SPO IKM/HSAN-20242
Verwendung des Moduls	Studiengang Interkulturelles Management (B.A.) Studienschwerpunkt Handel und Dienstleistungen II	Pflichtfach	Modulgruppe (gem. SPO): Studienschwerpunkt Handel und Dienstleistungen
Moduldauer	1 Semester	**Modulangebot**	Winter
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Ritam Garg		
Dozierende	Dipl.-Ing. Bernd Meidel		
Sprache	Deutsch		
Leistungspunkte	5	**SWS**	4
Arbeitsaufwand	Kontaktstunden: 30 h Selbststudium: 120 h Gesamtaufwand: 150 h		
Lehrformen (gem. SPO):	☒ e-Learning (eL) ☒ Vorlesung (V) ☒ Übung (Ü)	☐ Exkursion (Ex) ☐ Praktikum	
Kurzbeschreibung	Das Modul vermittelt die Veränderungen der Arbeitswelt infolge der Digitalisierung und ihre Relevanz für Politik, Unternehmen und Menschen.		
Qualifikationsziele			
Fachkompetenz und Methodenkompetenz	Verständnis des Phänomens Digitalisierung, seiner technischen Grundlagen, hemmenden und fördernden Kräfte, gesellschaftlichen Auswirkungen und wesentlichen Teilaspekte mit Auswirkungen auf die Politik, die öffentliche Diskussion, das Unternehmen an sich und die Rollen als Führungskraft bzw. Mitarbeiter sowie die Frage, wie und was zukünftig (lebenslang) gelernt/gelehrt werden sollte. Abschließend werden die Zusammenhänge hergestellt und ihre Auswirkungen auf das persönliche Wohlbefinden des Individuums im Allgemeinen diskutiert. Fähigkeit und Bereitschaft, Aufgaben- und Problemstellungen eigenständig, fachlich angemessen, methodengeleitet zu bearbeiten und das Ergebnis zu beurteilen. Fähigkeit und Bereitschaft zur Anwendung bestimmter (Arbeits-)Methoden, die zur Entwicklung weiterer Kompetenzen notwendig sind. Die Studierenden verfügen über ein sehr breites Spektrum an Methoden zur Bewältigung komplexer Problemstellung. Sie erarbeiten alleine und im Team neue Ideen und Konzepte im Bereich der Arbeitsplatzgestaltung oder von Lehrformaten sowie -inhalten unter Berücksichtigung aktueller Entwicklungen.		
Persönlichkeits-kompetenz und Sozialkompetenz	Das Modul fördert die Fähigkeit und die Bereitschaft, sich weiterzuentwickeln und das eigene Leben eigenständig und verantwortlich im jeweiligen sozialen, beruflichen bzw. kulturellen Kontext zu gestalten. Die Inhalte und Methoden des Moduls beschäftigen sich damit, zielorientiert mit anderen zusammen zu arbeiten, ihre Interessen und sozialen Situationen zu erfassen, sich mit ihnen rational und verantwortungsbewusst		

Digitale Arbeitswelten		
		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.
	Handlungskompetenz	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.
	Spezielle Kompetenz	**Interkulturelle Kompetenzen:** Die Themen des Moduls überschreiten Landes- und Sprachgrenzen. Die Digitalisierung lässt auch in der Arbeitswelt die Kulturen immer enger zusammenrücken. **Betriebswirtschaftliche Kompetenzen:** Disruptive Innovationen, neue Wettbewerber und bisher undenkbare Kooperationspartner mit z.T. branchenfremden Unternehmensstrategien fordern den Ausbau und die Transformation betriebswirtschaftlicher Sichtweisen. **Digitale Kompetenzen:** Das Thema das 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.
Inhalte		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 Ergebnis-Präsentation. Auswirkungen der Digitalisierung für Gesellschaft, Unternehmen, Mensch und Politik! Leitfragen sind: • 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? Workshop Einschätzung der Chancen und Risiken in der öffentlichen Diskussion Dazu führen und verschriftlichen Sie bitte drei Straßeninterviews mit Berufstätigen, die sie befragen: • 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? 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 • Wirtschaftspolitik (Arbeitsmarkt, Internationale Wettbe-werbsfähigkeit) • Bildungspolitik • Infrastrukturelle Maßnahmen • Ethische Fragen

Digitale Arbeitswelten	
	Die Aufgaben der Unternehmen Dazu recherchieren Sie zu den Fragen • 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

Digitale Arbeitswelten			
	The Four: Die geheime DNA von Amazon, Apple, Facebook und Google, Scott Galloway, Verlag: Plassen Verlag; Auflage: 1 (20. November 2017), ISBN-10: 3864704871 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 Der Circle, Dave Eggers, Verlag: KiWi-Taschenbuch (8. Oktober 2015), ISBN-10: 3462048546 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 Digital Business Leadership: Digitale Transformation – Geschäftsmodell-Innovation – agile Organisation – Change-Management, Ralf T. T. Kreutzer, Verlag: Springer Gabler; Auflage: 1. Aufl. 2017 (26. September 2016), ISBN-10: 3658119136		
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):	☒ e-Learning (eL) ☒ Vorlesung (V) ☒ Übung (Ü) ☐ Exkursion (Ex) ☐ Praktikum		
Kurzbeschreibung	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.		
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.		
Persönlichkeits-kompetenz 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	• 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	**Primärliteratur:** Der Dozent wird verschiedene Quellen durch Folien/Präsentationen im Unterricht, Artikel, Fallstudien und Simulationen bereitstellen, um die Studierenden aktiv einzubinden. **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: 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.		
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 Wahlpflichtmodulen[1] 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
Medienpsychologie II	gem. SPO bzw. Studienplan
Sozialpsychologie	Winter
Sozialpsychologie: Mensch, Gesellschaft und Verhalten	gem. SPO bzw. Studienplan
How to Start-up	Sommer
Frugal Sustainability	Winter
International Sales Management	Winter
Unternehmensgründung	Winter
Werbepsychologie	Sommer
Supply Chain Management	Winter
»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.

8.6.1. Modul: Digitale Arbeitswelten

Digitale Arbeitswelten			
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. Ritam Garg		
Dozierende	Dipl.-Ing. Bernd Meidel		
Sprache	Deutsch		
Leistungspunkte	5	**SWS**	4
Arbeitsaufwand	Kontaktstunden: 30 h Selbststudium: 120 h Gesamtaufwand: 150 h		
Lehrformen (gem. SPO):	☒ e-Learning (eL) ☒ Vorlesung (V) ☒ Übung (Ü)	☐ Exkursion (Ex) ☐ Praktikum	
Kurzbeschreibung	Das Modul vermittelt die Veränderungen der Arbeitswelt infolge der Digitalisierung und ihre Relevanz für Politik, Unternehmen und Menschen.		
Qualifikationsziele			
Fachkompetenz und Methodenkompetenz	Verständnis des Phänomens Digitalisierung, seiner technischen Grundlagen, hemmenden und fördernden Kräfte, gesellschaftlichen Auswirkungen und wesentlichen Teilaspekte mit Auswirkungen auf die Politik, die öffentliche Diskussion, das Unternehmen an sich und die Rollen als Führungskraft bzw. Mitarbeiter sowie die Frage, wie und was zukünftig (lebenslang) gelernt/gelehrt werden sollte. Abschließend werden die Zusammenhänge hergestellt und ihre Auswirkungen auf das persönliche Wohlbefinden des Individuums im Allgemeinen diskutiert. Fähigkeit und Bereitschaft, Aufgaben- und Problemstellungen eigenständig, fachlich angemessen, methodengeleitet zu bearbeiten und das Ergebnis zu beurteilen. Fähigkeit und Bereitschaft zur Anwendung bestimmter (Arbeits-) Methoden, die zur Entwicklung weiterer Kompetenzen notwendig sind. Die Studierenden verfügen über ein sehr breites Spektrum an Methoden zur Bewältigung komplexer Problemstellung. Sie erarbeiten alleine und im Team neue Ideen und Konzepte im Bereich der Arbeitsplatz- gestaltung oder von Lehrformaten sowie -inhalten unter Berücksichtigung aktueller Entwicklungen.		
Persönlichkeits-kompetenz und Sozialkompetenz	Das Modul fördert die Fähigkeit und die Bereitschaft, sich weiterzuentwickeln und das eigene Leben eigenständig und verantwortlich im jeweiligen sozialen, beruflichen bzw. kulturellen Kontext zu gestalten. Inhalte und Methoden des Moduls beschäftigen sich damit, zielorientiert mit anderen zusammen zu arbeiten, ihre Interessen und sozialen Situationen zu erfassen, sich mit ihnen rational und verantwortungsbewusst		

Digitale Arbeitswelten		
		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.
	Handlungskompetenz	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.
	Spezielle Kompetenz	**Interkulturelle Kompetenzen:** Die Themen des Moduls überschreiten Landes- und Sprachgrenzen. Die Digitalisierung lässt auch in der Arbeitswelt die Kulturen immer enger zusammenrücken. **Betriebswirtschaftliche Kompetenzen:** Disruptive Innovationen, neue Wettbewerber und bisher undenkbare Kooperationspartner mit z.T. branchenfremden Unternehmensstrategien fordern den Ausbau und die Transformation betriebswirtschaftlicher Sichtweisen. **Digitale Kompetenzen:** Das Thema das 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.
Inhalte		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 Ergebnis-Präsentation. Auswirkungen der Digitalisierung für Gesellschaft, Unternehmen, Mensch und Politik! Leitfragen sind: • 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? Workshop Einschätzung der Chancen und Risiken in der öffentlichen Diskussion Dazu führen und verschriftlichen Sie bitte drei Straßeninterviews mit Berufstätigen, die sie befragen: • 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? 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 • Wirtschaftpolitik (Arbeitsmarkt, Internationale Wettbewerbsfähigkeit) • Bildungspolitik • Infrastrukturelle Maßnahmen • Ethische Fragen Die Aufgaben der Unternehmen Dazu recherchieren Sie zu den Fragen:

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			
	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 Der Circle, Dave Eggers, Verlag: KiWi-Taschenbuch (8. Oktober 2015), ISBN-10: 3462048546 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 Digital Business Leadership: Digitale Transformation – Geschäftsmodell-Innovation – agile Organisation – Change-Management, Ralf T. T. Kreutzer, Verlag: Springer Gabler; Auflage: 1. Aufl. 2017 (26. September 2016), ISBN-10: 3658119136		
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			

8.6.2. Modul: International Business and Strategy

International Business and Strategy			
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. Michelle Woodhouse (Gastdozentin, Flagler College, USA)		
Sprache	Englisch		
Leistungspunkte	5	**SWS**	4
Arbeitsaufwand	Kontaktstunden: mind. 30 h Selbststudium: ca. 120 h Gesamtaufwand: ca. 150 h		
Lehrformen (gem. SPO):	☐ e-Learning (eL) ☒ Vorlesung (V) ☒ Übung (Ü) ☐ Exkursion (Ex) ☐ Praktikum		
Kurzbeschreibung	This course delves into the complexities of global business, covering international business strategies, logistics, and operations. Students will gain a comprehensive understanding through interactive discussions, hands-on activities, and a group project that involves analyzing a multinational corporation. They will assess the corporation's internal and external environments to develop strategies for sustainable competitive advantage and increased shareholder value. The course also highlights the interplay between economies and cultural influences in business, integrating principles from management, marketing, finance, and economics to enhance organizational performance. Additionally, it addresses international logistics and the movement of goods, people, and services across borders, providing insights into how global firms maintain their competitive edge.		
Qualifikationsziele			
Fachkompetenz und Methodenkompetenz	Understand the complexities of the global business environment, including cultural, economic, political, and legal factors, and their implications for international business strategy.		
Persönlichkeits-kompetenz und Sozialkompetenz	Work in groups to analyze approved international companies, critically evaluate strategic decisions, and propose actionable solutions.		
Handlungskompetenz	Recognize and adapt to cultural differences in business practices, communication styles, negotiation strategies, and leadership approaches to facilitate effective cross-cultural interactions. Analyze real-world international business scenarios through case studies, critically evaluating strategic decisions and proposing actionable solutions.		
Spezielle Kompetenz	Develop the ability to critically analyze international business situations, including market entry strategies, competitive dynamics, and global supply chain management.		

International Business and Strategy			
Inhalte	• 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	Cateora, P., Gilly, M., & Graham, J. (2020). International Marketing, 18th edition, McGraw Hill David, Fred R. (2011). Strategic management: concepts and cases, 13th edition, Pearson Education Inc. Hill, C. (2022). Global Business Today, 12th Edition, McGraw Hill Hill, C. (2023). International Business: Competing in the Global Marketplace, 14th edition, McGraw Hill Geringer, M International Business, 3rd edition, McGraw Hill		
Zulassungsvoraussetzungen gem. SPO	- Keine -	**Empfohlene Voraussetzungen**	Sehr gute Englischkenntnisse. Idealerweise Englischmodule aus dem Pflichtbereich bereits abgelegt.
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):	☒ e-Learning (eL) ☒ Vorlesung (V) ☒ Übung (Ü)	☐ Exkursion (Ex) ☐ Praktikum	
Kurzbeschreibung	Ob in der Tourismusbranche oder in der Freizeitwirtschaft, bei Ausstellungen, Konferenzen, Messeauftritten, Kundenevents oder bei öffentlichen Kultur- und Sportveranstaltungen, die Ausrichtungen von Events sind vielgestaltig. 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.		

Fachkompetenz und Methodenkompetenz	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. Kenntnis grundlegender Methoden und Tools, die zur Planung, Organisation und Durchführung von Veranstaltungen benötigt werden.
Persönlichkeits-kompetenz und Sozialkompetenz	Aufbau relevanter sozialer Kompetenzen zur Organisation und Umsetzung einer Veranstaltung, insbesondere mit Blick auf professionelle Präsentation und Konzepterstellung Problemlösung im Team und Einbringen der eigenen Ideen und Vorstellungen in Expertenteams. Reflektion und Evaluierung des eigenen Einsatzes und der Gesamtleistung des Teams im Rahmen der Organisation einer 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.

Eventmanagement			
	Spezielle Kompetenz	Sprachkompetenzen: insbesondere im Rahmen der Präsentation von Veranstaltungskonzepten und der klaren Kommunikation im Team Betriebswirtschaftliche Kompetenzen: Koordinierung und Terminierung unterschiedlicher Aufgabenbereiche Digitale Kompetenzen: Anwendung digitaler Medien und Marketinginstrumente zur gezielten Kommunikation von Veranstaltungen über verschiedene Kanäle Die Studierenden bringen sich verantwortlich und kollegial in Expertenteams zu Kultur- und Wertebeschreibung ein.	
Inhalte		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. • 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		Eisermann, Winnen & Wrobel (2014). Praxisorientiertes Eventmanagement, Springer Gabler Knoll (2017). Veranstaltungen 4.0 - Konferenzen, Messen und Events im digitalen Wandel, Springer Gabler Schmitt (2012). Praxishandbuch Event Management, Springer Gabler	
Zulassungsvoraussetzungen gem. SPO	- 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			

8.6.4. Modul: Hackathon

Hackathon			
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. Michael Walter		
Dozierende	Hendrik Dietrich/ Ramona Grimm		
Sprache	Deutsch		
Leistungspunkte	5	**SWS**	4
Arbeitsaufwand	Kontaktstunden: 75 h Selbststudium: 75 h Gesamtaufwand: 150 h		
Lehrformen (gem. SPO):	☒ e-Learning (eL) ☒ Vorlesung (V) ☒ Übung (Ü)	☐ Exkursion (Ex) ☐ Praktikum	
Kurzbeschreibung	Ein Hackathon ist ein Ideenwettbewerb, bei dem Teams in einem begrenzten Zeitraum an kreativen Lösungen für spezifische Herausforderungen arbeiten. Die Teilnehmenden entwickeln innovative Ansätze zu vorgegebenen Themen, erhalten Unterstützung von Mentoren und präsentieren ihre Ergebnisse vor einer Jury, die die besten Lösungen prämiert.		
Qualifikationsziele			
Fachkompetenz und Methodenkompetenz inklusiv Forschungs-kompetenz	• Die Studierenden durchlaufen in der Veranstaltung einen realitätsnahen Innovations- und Produktentwicklungsprozess • Dies beinhaltet zunächst die grundsätzliche Zusammenstellung eines interdisziplinären Teams • Im weiteren Verlauf erfolgt die Entwicklung und Anwendung von Problemlösungsstrategien nach der Design Thinking Methode • Die Studierenden erlernen des weiteren Methoden zur Generierung von Produkt- oder Serviceideen. • Des Weiteren erhalten die Studierenden ein gezieltes Pitch-Training und verbessern ihre Präsentationsskills.		
Persönlichkeits-kompetenz und Sozialkompetenz	• Aufbau, Strukturierung und Arbeitskoordination von interdisziplinären Teams • Die Studierenden wenden teamorientiertes Arbeiten und inhaltsbezogene Arbeitsteilung an • Fokussiertes und zielorientiertes Arbeiten unter Zeitdruck und dabei Fokussierung auf die wesentlichen Elemente der Produktentwicklung • Die Studierenden müssen Präsentationsfähigkeiten durch Zwischenpräsentationen und Live-Pitches beweisen und anwenden		
Handlungskompetenz	• Die Studierenden erlernen und vertiefen Schlüsselkompetenzen in den Bereich Projektmanagement, Problemlösungsmethoden, betriebswirtschaftliche Teildisziplinen, Team- und Kommunikationsfähigkeit sowie Präsentationstechniken.		

Hackathon			
	• Durch den Besuch der Veranstaltung können die Studierenden zudem einen Innovationsprozess einschätzen und selbst in entsprechenden Projektteams durchlaufen.		
Inhalte	• Teambuilding • Problemlösungstrategien • 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.) • 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):	☒ e-Learning (eL) ☒ Vorlesung (V) ☒ Übung (Ü)	☐ Exkursion (Ex) ☐ Praktikum	
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	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. Sie lernen die wichtigsten Abteilungen und Bereiche im Detail kennen, deren Aufgaben, Ziele und überbereichliche Zusammenhänge. Moderne Distribution, Vertrieb und Yield Management mit ihren Eigenschaften sind bekannt, entsprechende Vorgehensweisen und Tools wurden erklärt. 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. Nachhaltigkeit ist bereits heute eines der Hauptthemen im Fokus der Kunden. 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.		
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 Sensen: 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):	☒ e-Learning (eL) ☒ Vorlesung (V) ☒ Übung (Ü)	☐ Exkursion (Ex) ☐ Praktikum	
Kurzbeschreibung	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.		
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.		
Persönlichkeits-kompetenz 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	• Kultur als wichtiges Konstrukt für Wirtschaft und Management • Management/ Geschäftspraktiken in Ostasien		

Management in East Asia			
	• Geschichte, politischer und wirtschaftlicher Überblick über die ostasiatische Region		
Literatur	**Primärquelle:** Der Dozent wird verschiedene Quellen durch Folien/Präsentationen im Unterricht, Artikel, Fallstudien und Simulationen bereitstellen, um die Studierenden aktiv einzubinden. **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: 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.		
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			

8.6.7. Modul: Medienpsychologie

Medienpsychologie			
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. 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):	☒ e-Learning (eL) ☒ Vorlesung (V) ☒ Übung (Ü)	☐ Exkursion (Ex) ☐ Praktikum	
Kurzbeschreibung			
Qualifikationsziele			
Fachkompetenz und Methodenkompetenz	Die Studierenden lernen, medienpsychologische Phänomene auf komplexe Ursachen und Prozesse zurückzuführen (Medienselektion, Medienrezeption und Medienwirkung). Sie lernen darüber hinaus tiefergehende Methoden der Rezeptions- und Wirkungsforschung kennen.		
Persönlichkeits-kompetenz und Sozialkompetenz	Die Studierenden vertiefen ihre Kommunikationsfähigkeit. Sie können sich unter Verwendung medienpsychologischer Fachtermini artikulieren und festigen die Präsentationsfähigkeit vor einem größeren Teilnehmerkreis.		
Handlungskompetenz	Die Studierenden entwickeln einen systematischen und analytischen Blick auf die Konzeption und Nutzung von Medienangeboten. Sie können tiefergehende medienpsychologische Theorien bei der Konzeption von Medienangeboten heranziehen und gewinnbringend bei der Medienselektion, Medienrezeption und Medienwirkung nutzen.		
Inhalte	Aufgrund der rasanten Entwicklungen im Bereich der Informations- und Kommunikationstechnologien durchdringen Medien nahezu sämtliche alltägliche Bereiche. Der Bedarf an psychologischen Erklärungen sowie Ansätzen zur Erklärung der Selektion, Nutzung und Wirkung von Medien ist daher stark angewachsen. An dieser Stelle setzt die Vorlesung Medienpsychologie an. Studierende lernen im Rahmen der Vorlesung verschiedene medienpsychologische Modelle und Theorien kennen, die versuchen Gedanken und Gefühle sowie menschliche Verhaltensweisen im Zusammenhang mit der Mediennutzung zu erklären. Anhand von ausgewählten Bereichen massenmedialer Kommunikation werden diese Grundlagen konkret aufgearbeitet, hinterfragt. Die medienpsychologischen Inhalte der Veranstaltung werden im Rahmen von Moodle-Quizzen, E-Learning-Einheiten, Lernvideos sowie virtuellen Escape-Rooms auf spielerische Art und Weise vertieft und ergänzt (Stichwort Gamification).		

Medienpsychologie			
	• Die seminaristisch aufgebaute Vorlesung gibt einen Überblick über folgende medienpsychologische Theorien und Befunde: • 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	• 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. & Grimmler, 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			

8.6.8. Modul: Medienpsychologie II

Medienpsychologie II			
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**	gem. SPO bzw. Studienplan
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):	☒ e-Learning (eL) ☒ Vorlesung (V) ☒ Übung (Ü)	☐ Exkursion (Ex) ☐ Praktikum	
Kurzbeschreibung			
Qualifikationsziele			
Fachkompetenz und Methodenkompetenz	Ein breites medienpsychologisches Wissen soll die Studierenden dazu befähigen, das Nutzungsverhalten von Medien zu analysieren. Dies umfasst sowohl die motivationale Komponente, die das Selektionsverhalten der Rezipienten beeinflusst, als auch individuelle Einflussfaktoren der Medienwahl. Die Studierenden lernen, Medienwirkungen auf komplexe Ursachen und Prozesse zurückzuführen. Sie lernen medienpsychologische Theorien und Methoden der Rezeptions- und Wirkungsforschung kennen.		
Persönlichkeits-kompetenz und Sozialkompetenz	Die Studierenden vertiefen ihre Kommunikations- und Teamfähigkeit im Rahmen praxisorientierter Anwendungsbeispiele, Übungen und Fallbeispielen im Bereich der Medienpsychologie. Sie können sich artikulieren, auch unter Verwendung medienpsychologischer Fachtermini.		
Handlungskompetenz	Aufbauend auf den analytischen Kompetenzen im Bereich der Medienselektion sowie Mediennutzung entwickeln die Studierenden einen systematischen Blick auf Medienwirkungen und können grundlegende medienpsychologische Konzepte und Theorien auf konkrete Medienangebote anwenden. Bereits bei der Konzeption von Medienangeboten sollen Studierende so Implikationen über die späteren kognitiven, emotionalen und verhaltensbasierten Wirkungen der Mediennutzung geben können. Dies ist eine wesentliche Voraussetzung im Bereich der Weiterentwicklung sowie Optimierung von Medienangeboten.		
Inhalte	Die seminaristische Vorlesung vermittelt den Studierenden ein fortgeschrittenes Verständnis über medienpsychologische Phänomene und Prozesse. Dabei werden weiterführende Konzepte, Theorien und Befunde im Bereich der Medienselektion, Medienrezeption und Medienwirkung vermittelt. In diesem Kontext werden ausgewählte medienpsychologische Praxisbeispiele		

Medienpsychologie II			
	analysiert und hinterfragt. Aufbauend auf diesem theoretischen Wissen werden die Studierenden angeleitet, eigenständig das vermittelte Wissen bei der Konzeption von Medienangeboten und der Vermarktung zu nutzen. Die medienpsychologischen Inhalte der Veranstaltung werden im Rahmen von Moodle-Quizzen, E-Learning-Einheiten sowie virtuellen Escape-Rooms auf spielerische Art und Weise vertieft und ergänzt (Stichwort Gamification). Die seminaristisch aufgebaute Vorlesung gibt einen Überblick über folgende medienpsychologische Theorien und Befunde: • Social Capital in elektronischen Medien • Hyperpersonal Communication und Social Information Processing Theory • Mass Interpersonal Persuasion • Reduced Social Cues/Cues Filtered Out • Cognitive Theory of Multimedia Learning (CTML) • Privacy Paradox • Immersive virtuelle Umgebungen: Transformed Social Interaction • Proteus-Effekt und Persuasion • Narratives Verstehen • Narrative Persuasion • Social Identity Model of Deindividuation Effects (SIDE) • Impression Management und Self-Disclosure in sozialen Medien • Soziale Vergleichsprozesse • Biologische und soziokulturelle Einflussfaktoren bei der Medienselektion		
Literatur	• Bak, P. M. (2019). *Werbe- und Konsumentenpsychologie.* Schäffer Poeschel. • Batinic, B. & Appel, M. (2008). *Medienpsychologie.* Springer. • Krämer, N.C., Schwan, S., Unz, D. & Suckfüll M. (2016). *Medienpsychologie Schlüsselbegriffe und Konzepte.* Kohlhammer. • Moser, K. (2015). *Wirtschaftspsychologie*. Springer. • Six, U., Gleich, U. & Grimmler, R. (2007). *Kommunikationspsychologie und Medienpsychologie.* Beltz. • Trepte, S., Reinecke, L. & Schäwel, J. (2021). *Medienpsychologie.* 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			

8.6.9. Modul: Sozialpsychologie

Sozialpsychologie			
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. 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):	☒ e-Learning (eL) ☒ Vorlesung (V) ☒ Übung (Ü)	☐ Exkursion (Ex) ☐ Praktikum	
Kurzbeschreibung			
Qualifikationsziele			
Fachkompetenz und Methodenkompetenz	Die Studierenden erhalten einen Überblick über zentrale theoretische Perspektiven und empirische Studien der Sozialpsychologie. Sie bekommen ein theoretisch fundiertes Wissen im Bereich der Sozialpsychologie und kennen die Anwendungsfelder der Sozialpsychologie.		
Persönlichkeits-kompetenz und Sozialkompetenz	Studierende erwerben Fachkompetenzen und soziale Kompetenzen, die in alltagsrelevanten Situationen angewendet werden können (z. B. bei der Lösung von sozialen Konflikten und bei zentralen Problemstellungen der sozialen Beeinflussbarkeit). Dementsprechend eignen sich Studierende nicht nur grundlegende Fachkenntnisse über zentrale Gegenstandsbereiche, Theorien und Methoden der Sozialpsychologie an, sondern sie lernen auch, dieses Wissen in praxisorientierten Anwendungsfeldern des realen Lebens zu verwenden.		
Handlungskompetenz	Die Studierenden erhalten einen Überblick über zentrale theoretische Perspektiven und empirische Studien der Sozialpsychologie. Sie bekommen ein theoretisch fundiertes Wissen im Bereich der Sozialpsychologie und kennen die Anwendungsfelder der Sozialpsychologie.		
Spezielle Kompetenz			
Inhalte	Im Rahmen der Vorlesung wird ausgehend von grundlegenden Inhalten der Sozialpsychologie ein Bogen hin zu aktuellen Fragestellungen wie beispielsweise Stereotype, Vorurteile sowie soziale Dilemmata gespannt. Die seminaristisch aufgebaute Vorlesung gibt dabei einen Überblick über die wichtigsten sozialpsychologischen Theorien und Befunde. Dabei werden die sozialpsychologischen Inhalte der Veranstaltung im Rahmen von Moodle-Quizzen, E-Learning-Einheiten, Lernvideos sowie virtuellen Escape-Rooms		

Sozialpsychologie			
	vertieft und auf spielerische Weise ergänzt. Themen der Vorlesung sind unter anderem: • Definitionen und Grundlagen der Sozialpsychologie • 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	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.		
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			

8.6.10. Modul: Sozialpsychologie: Mensch, Gesellschaft und Verhalten

Sozialpsychologie: Mensch, Gesellschaft und Verhalten			
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**	gem. SPO bzw. Studienplan
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Patrick M. Gröner		
Dozierende	Prof. Dr. Patrick M. Gröner		
Sprache	Deutsch		
Leistungspunkte	5	**SWS**	4
Arbeitsaufwand	Kontaktstunden: 45 h Selbststudium: 105h Gesamtaufwand: 150 h		
Lehrformen (gem. SPO):	☒ e-Learning (eL) ☒ Vorlesung (V) ☒ Übung (Ü)	☐ Exkursion (Ex) ☐ Praktikum	
Kurzbeschreibung			
Qualifikationsziele			
Fachkompetenz und Methodenkompetenz	Die Studierenden erhalten einen tiefergehenden Einblick in zentrale theoretische Perspektiven und empirische Studien der Sozialpsychologie. Sie bekommen ein theoretisch fundiertes Wissen im Bereich der Sozialpsychologie und kennen die praktischen Anwendungsfelder der Sozialpsychologie.		
Persönlichkeits-kompetenz und Sozialkompetenz	Studierende erwerben Fachkompetenzen und soziale Kompetenzen, die in alltagsrelevanten Situationen angewendet werden können (z. B. bei der Lösung von sozialen Konflikten und bei zentralen Problemstellungen der sozialen Beeinflussbarkeit). Dementsprechend eignen sich Studierende nicht nur grundlegende Fachkenntnisse über zentrale Gegenstandsbereiche, Theorien und Methoden der Sozialpsychologie an, sondern sie lernen auch, dieses Wissen in praxisorientierten Anwendungsfeldern des realen Lebens anzuwenden.		
Handlungskompetenz	Die Studierenden können zentrale Forschungsergebnisse wiedergeben, aktuelle theoretische Perspektiven sowie Forschungsfelder benennen und diese auf reale Situationen anwenden.		
Spezielle Kompetenz			
Inhalte	Im Rahmen der Veranstaltung wird ausgehend von grundlegenden Inhalten der Sozialpsychologie ein Bogen hin zu aktuellen Fragestellungen wie beispielsweise Stereotype, Vorurteile sowie soziale Dilemmata der Nachhaltigkeit gespannt. Die seminaristisch aufgebaute Vorlesung gibt dabei einen Überblick über die wichtigsten sozialpsychologischen Theorien und Befunde. Dabei werden die sozialpsychologischen Inhalte der Veranstaltung im Rahmen von Moodle-Quizzen, E-Learning-Einheiten sowie virtuellen Escape-Rooms vertieft und ergänzt. Themen der Vorlesung sind unter anderem: • Grundlegende Motive für prosoziales Verhalten		

Sozialpsychologie: Mensch, Gesellschaft und Verhalten			
	• Persönlichkeitsmerkmale und prosoziales Verhalten • Situationsbedingte Einflussfaktoren und prosoziales Verhalten • Einflussfaktoren zur Steigerung von Hilfsbereitschaft • Aggression in sozialen Situationen • Möglichkeiten zur Verringerung von Aggression • Vorurteile und Stereotype • Implizite Vorurteile und moderner Rassismus • Entwicklung und Ursprünge von Vorurteilen • Abbau von Vorurteilen • Sozialpsychologische Forschung zum Thema Nachhaltigkeit/ nachhaltiger Lebensstil • Veränderung und Vermittlung sozialer Normen • Nachhaltiger Lebensstil und Glück aus sozialpsychologischer Perspektive • Gesundheit und Sozialpsychologie • Stress und die Wirkung auf die menschliche Gesundheit • Bewältigung von Stress • Stressprävention und die Förderung gesünderer Verhaltensweisen • Sozialpsychologie und Recht		
Literatur	• 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.		
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			

8.6.11. Modul: How to StartUp meets 5-Euro-Business

How to StartUp meets 5-Euro-Business			
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	Hendrik Dietrich, Michael Fried		
Dozierende	Hendrik Dietrich, Michael Fried		
Sprache	Deutsch		
Leistungspunkte	5	**SWS**	4
Arbeitsaufwand	Kontaktstunden: 75 h Selbststudium: 75 h Gesamtaufwand: 150 h		
Lehrformen (gem. SPO):	☒ e-Learning (eL) ☒ Vorlesung (V) ☐ Übung (Ü) ☐ Exkursion (Ex) ☐ Praktikum		
Kurzbeschreibung	Die Teilnahme am Blended-Learning-Kurs ermöglicht den Studierenden, konkretes und praxisrelevantes Fachwissen sowie zeitgemäße Methoden für die Entwicklung und Gründung ihres eigenen Startups zu erlangen.		
Qualifikationsziele			
Fachkompetenz und Methodenkompetenz	Die Studierenden durchlaufen in der Veranstaltung einen realitätsnahen Prozess einer StartUp-Entwicklung mithilfe von state-of-the-art Methoden und –Kompetenzen. Dies beinhaltet zunächst die grundsätzliche Zusammenstellung eines interdisziplinären Teams Im weiteren Verlauf erfolgten die Identifikation und Systematisierung von Methoden und Tools im Bereich Trend- und Innovationsmanagement sowie Marktforschung. Die Studierenden erlernen des weiteren Methoden zur Generierung von Produkt- oder Serviceideen, der Identifikation von Anwendungsfeldern, und der Validierung sowie Geschäftsmodellierung.		
Persönlichkeits-kompetenz und Sozialkompetenz	Eigenständiges Arbeiten auf Basis der digitalen Selbstlerneinheiten Aufbau, Strukturierung und Arbeitskoordination von interdisziplinären Teams Die Studierenden wenden teamorientiertes Arbeiten und inhaltsbezogene Arbeitsteilung an Fokussiertes und zielorientiertes Arbeiten unter Zeitdruck und dabei Fokussierung auf die wesentlichen Elemente der Geschäftsidee Die Studierenden müssen Präsentationsfähigkeiten durch Zwischenpräsentationen und Live-Pitches beweisen und anwenden		
Handlungskompetenz	Die Studierenden erlernen und vertiefen Schlüsselkompetenzen in den Bereichen Projektmanagement, Problemlösungsmethoden, betriebswirtschaftlichen Teildisziplinen, Team- und Kommunikationsfähigkeit sowie Präsentationstechniken.		

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	• 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. Inhalte: • Teambuilding • Trendmanagement • Ideation • Business Design • Research & Development • Validation • Prototyping • Startup Finance • Marketing & Communicatiosn • Pitching		
Literatur	Faltin, G. (2017). Kopf schlägt Kapital: Die ganz andere Art, ein Unternehmen zu gründen Von der Lust, ein Entrepreneur zu sein. dtv Verlagsgesellschaft. Freiling, J.; Harima, J. (2019). Entrepreneurship: Gründung und Skalierung von Startups. Springer Fachmeiden Wiesbaden. 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. Osterwalder, A.; Pigneur, Y. (2011). Business Model Generation: Ein Handbuch für Visionäre, Spiel- veränderer und Herausforderer. Campus Verlag. Osterwalder, A. et al. (2014). Value Proposition Design: How to create products and services customer want. Wiley. Parker, D. (2021). Trajectory: Startup: Ideation to Product/Market Fit. Matt Holt Books. Ries, E. (2014). The Lean Startup: How Today’s Entrepreneurs Use Continuous Innovation to Create Radically Successful Businesses. Redline Verlag. Weiterführende Materialien werden in der Veranstaltung bereitgestellt		
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.

8.6.12. 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):	☒ e-Learning (eL) ☒ Vorlesung (V) ☒ Übung (Ü)	☐ Exkursion (Ex) ☐ Praktikum	
Kurzbeschreibung	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.		
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.		
Persönlichkeits-kompetenz und Sozialkompetenz			

Frugal Sustainability			
	Handlungskompetenz		
	Spezielle Kompetenz	**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.	
Inhalte		• 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		**Primärliteratur:** Der Dozent wird verschiedene Quellen durch Folien/Präsentationen im Unterricht, Artikel, Fallstudien und Simulationen bereitstellen, um die Studierenden aktiv einzubinden. **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: 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.	
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			

8.6.13. Modul: International Sales Management

International Sales Management			
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	Christian Schönfelder		
Sprache			
Leistungspunkte	5	**SWS**	4
Arbeitsaufwand	Kontaktstunden: 28 h Selbststudium: 122 h Gesamtaufwand: 150 h		
Lehrformen (gem. SPO):	☒ e-Learning (eL) ☒ Vorlesung (V) ☒ Übung (Ü)	☐ Exkursion (Ex) ☐ Praktikum	
Kurzbeschreibung	In der akademischen Welt gerät der Vertriebssektor häufig in den Hintergrund, obwohl er in zahlreichen Unternehmen eine zentrale Stellung einnimmt und oft als Hauptquelle der Finanzierung dient. Das Modul "International Sales Management" adressiert genau dieses Defizit. Es vermittelt den Studierenden nicht nur einen fundierten Überblick über den Vertrieb im Allgemeinen, sondern legt besonderen Wert auf dessen Anwendung im internationalen Rahmen. Dieses Modul versetzt die Studierenden in die Lage, praxisorientierte Verkaufstaktiken und rhetorische Gesprächstechniken zu meistern, wobei theoretische Managementkonzepte unterstützend integriert werden. Hauptziel ist es, die Studierenden effektiv auf reale internationale Vertriebsanforderungen vorzubereiten und ihnen die nötigen Fähigkeiten zu vermitteln, um in der Verkaufswelt Erfolge zu erzielen. Somit schlägt dieses Modul eine Brücke zwischen der akademischen Theorie und der praktischen Umsetzung im internationalen Vertriebsmanagement.		
Qualifikationsziele			
Fachkompetenz und Methodenkompetenz	• Tiefgreifendes Verständnis der Prinzipien und Konzepte des internationalen B2B Vertriebs. • Kenntnisse über verschiedene Vertriebskanäle, -strategien und -methoden im internationalen Kontext. • Einsicht in die Besonderheiten und Herausforderungen von Verkauf und Vertrieb in unterschiedlichen kulturellen und wirtschaftlichen Umgebungen. • Fähigkeit zur Anwendung effektiver Verkaufstaktiken und rhetorischer Gesprächstechniken. • Kompetenz in der Analyse von Vertriebsdaten und Markttrends, um Vertriebsstrategien anzupassen. • Nutzung von Techniken und Tools zur Optimierung des Vertriebsprozesses und zur Steigerung der Verkaufseffizienz.		

International Sales Management		
	Persönlichkeits-kompetenz und Sozialkompetenz	• 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	Fähigkeit, das im Kurs erworbene Wissen effektiv in reale Vertriebsszenarien umzusetzen. Lösungsorientiertes Handeln bei Vertriebsherausforderungen und -konflikten. Proaktive Gestaltung und Steuerung von Vertriebsprozessen und -projekten.
	Spezielle Kompetenz	Expertise in spezifischen Branchen oder Marktsegmenten des internationalen Vertriebs. Fähigkeit zur Integration digitaler Tools und Technologien in den Vertriebsprozess. Kenntnisse über rechtliche und ethische Aspekte des internationalen Vertriebs.
Inhalte		• 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		Albers, S. und Krafft, M. (2022) Vertriebsmanagement: Organisation - Planung - Controlling - Support. 2. Aufl. Springer Gabler. 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. Homburg, C. (2020) Marketingmanagement: Strategie - Instrumente - Umsetzung - Unternehmensführung. 7. Aufl. Wiesbaden: Springer Gabler. Jost, P.-J. (Hrsg.) (2001) Die Prinzipal-Agenten-Theorie in der Betriebswirtschaftslehre. 1. Aufl. Stuttgart: Schäffer-Poeschel. Kieser, H.-P. (2023) Variable Vergütung im Vertrieb: 10 Bausteine für eine motivierende Entlohnung im Außen- und Innendienst. 3. Aufl. Wiesbaden: Springer Gabler. Kreuter, D. (2018) Umsatz extrem: Verkaufen im Grenzbereich. 10 radikale Prinzipien. 2. Aufl. Wien, Österreich: Linde Verlag Ges.m.b.H. Pepels, W. (2023) Grundlagen Des Vertriebs: 4., Erneut Uberarbeitete Und Aktualisierte Auflage. 4. Aufl. Duncker & Humblot. Scheed, 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.
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	

8.6.14. Modul: Unternehmensgründung

Unternehmensgründung			
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. Markus Skripek / Prof. Dr. Barbara Hedderich		
Dozierende	Prof. Dr. Markus Skripek / Prof. Dr. Barbara Hedderich		
Sprache	Deutsch / Englisch		
Leistungspunkte	5	**SWS**	4
Arbeitsaufwand	Kontaktstunden: 45 h Selbststudium: 105 h Gesamtaufwand: 150 h		
Lehrformen (gem. SPO):	☐ e-Learning (eL) ☒ Vorlesung (V) ☒ Übung (Ü) ☐ Exkursion (Ex) ☐ Praktikum		
Kurzbeschreibung	Teilnahme an einem Existenzgründerplanspiel (CampusCup Bayern) und darauf aufbauend die Entwicklung eines Businessplan.		
Qualifikationsziele			
Fachkompetenz und Methodenkompetenz	Nach dem Besuch dieser Veranstaltung sollen die Studierenden die betriebswirtschaftlichen Prozesse in allen Funktionsbereichen eines Unternehmens kennen, erklären und aktuelle Sachverhalte und Entwicklungen dieser Prozesse analysieren und beurteilen können. Ferner sind sie in der Lage, aus dem Datenmaterial der Bilanz und der GuV das Unternehmen richtig beurteilen und Entscheidungen unter Unsicherheit ableiten zu können. Sie sind in der Lage, mit Hilfe der Deckungsbeitragsrechnung ein optimales Absatzprogramm zu erstellen, eine Unternehmensbewertung anhand unterschiedlicher Verfahren durchführen zu können.		
Persönlichkeitskompetenz und Sozialkompetenz	Permanentes Treffen von Entscheidungen in heterogenen Teams in einer komplexen Umwelt unter Zeitdruck. Diskursfähigkeit (Einzeln und im Team) strategischer Fragestellungen im Zuge des Unternehmensplanspieles. Transformation komplexer Sachverhalte in vermittelbare Entscheidungsvorlagen sowie Entscheidung unter Unsicherheit. Entwicklung eigener Ideen zur Marktreife. Präsentation und Verteidigung der eigenen Ideen und der dazu gehörigen komplexen Sachverhalte z.B. im Zuge des Venture Capital Raising. Erarbeiten einer Ge- samtstrategie z.B. für die Durchführung einer wettbewerbsfähigen Marktstrategie.		
Handlungskompetenz	Die Studierenden kennen und verstehen die betrieblichen Zusammenhänge und beherrschen die gelernten Methoden, um im Berufsleben kompetente Gesprächspartner zu sein oder um die Themen der Lehrveranstaltungen des Bachelor und Masterstudiums verstehen zu können.		

Unternehmensgründung			
	Spezielle Kompetenz	Die Ziele sind das frühzeitige Heranführen der Studierenden an unternehmerische Entscheidungsprozesse, die Förderung des 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.	
Inhalte	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.		
Literatur			
Zulassungsvoraussetzungen gem. SPO	- Keine -	**Empfohlene Voraussetzungen**	
Prüfungsart und Umfang gem. SPO	Präsentation (Präs., 15-20 Min.) Projektarbeit (PA, 10-20 Seiten) Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten ist das Bestehen der jeweiligen Modulprüfung gem. SPO bzw. Studienplan.		
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Bestehen der Modulprüfung gem. SPO und Studienplan		
Anmerkungen / Hinweise			

8.6.15. 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):	☒ e-Learning (eL) ☒ Vorlesung (V) ☒ Übung (Ü) ☐ Exkursion (Ex) ☐ Praktikum		
Kurzbeschreibung	Das Modul vermittelt rassismuskritische 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 lernen, Werbewirkungen auf komplexe Ursachen und Prozesse zurückzuführen. Sie lernen kommunikationswissenschaftliche Methoden im Bereich persuasiver Botschaften kennen.		
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-Quizzen, E-Learning-Einheiten sowie virtuellen Escape-Rooms auf spielerische Weise vertieft und ergänzt (Stichwort Gamification). Die seminaristische Veranstaltung gibt einen Überblick über folgende Themen: • Abgrenzung und Definition von strategischer Werbekommunikation • Entwicklung strategischer Werbekommunikation • Werbewirkung – Medienkontext und Emotionen		

Werbepsychologie			
	• 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 -	**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	• Bruhn, M., Esch, F. R. & Langner, T. (2016). *Handbuch Strategische Kommunikation: Grundlagen, innovative Ansätze, praktische Umsetzungen*. Springer Gabler. • Kloss, I. (2012). *Werbung: Handbuch für Studium und Praxis* (5. Aufl.). Vahlen. • Kroeber-Riel, W. & Esch, F. R. (2015). *Strategie und Technik der Werbung: verhaltens- und neurowissenschaftliche Erkenntnisse*. Kohlhammer. • Siegert, G. & Brecheis, D. (2017). *Werbung in der Medien- und Informationsgesellgesellschaft. Eine kommunikationswissenschaftliche Einführung* (3. Aufl.). Springer VS.		

8.6.16. 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):	☒ e-Learning (eL) ☒ Vorlesung (V) ☒ Übung (Ü)	☐ Exkursion (Ex) ☐ Praktikum	
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.		
Persönlichkeits-kompetenz 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	• 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	

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

»Let's talk about racism«: Rassismus in Migrationsgesellschaft, Arbeitswelt und Medien			
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	Christoph Bitzl, M. A.		
Sprache	Deutsch		
Leistungspunkte	5	**SWS**	4
Arbeitsaufwand	Kontaktstunden: 28 h Selbststudium: 122 h Gesamtaufwand: 150 h		
Lehrformen (gem. SPO):	☒ e-Learning (eL) ☒ Vorlesung (V) ☒ Übung (Ü) ☐ Exkursion (Ex) ☐ Praktikum		
Kurzbeschreibung	Das Modul vermittelt rassismuskritische interkulturelle (soziale) und wissenschaftliche (fachliche) Kompetenzen.		
Qualifikationsziele			
Fachkompetenz und Methodenkompetenz	• Erwerb sozialwissenschaftlicher Kenntnisse im Bereich der Rassismus- und Migrationsforschung • Erwerb grundlegender Kenntnisse über die sozialen Ordnungsfunktionen von Rassismus und deren Auswirkungen auf den Umgang miteinander in Gesellschaft und Arbeitswelt • Erwerb der Fähigkeit zur Verknüpfung von Wissen aus verschiedenen wissenschaftlichen Disziplinen und deren Nutzung für die eigenen Argumentationsweisen • Kritisch-reflektierende Auseinandersetzung mit rassifizierenden, kulturalisierenden und rassistischen Zuschreibungen • Ausbildung der Fähigkeit, geisteswissenschaftliche komplexe Texte gezielt anhand einer Fragestellung zu analysieren und die Ergebnisse schriftlich und mündlich darzulegen		
Persönlichkeitskompetenz und Sozialkompetenz	Reflektion über die eigene Involviertheit in rassistische Gesellschaftszusammenhänge und das eigene rassistische Wissen sowie dessen intentionale und nicht-intentionale Artikulation Erwerb der Fähigkeit, rassistische Aussagen in Kommunikationssituationen und Medienrezeption kritisch einzuordnen und ihnen argumentativ zu begegnen		
Handlungskompetez	Begegnung von Diversität & Rassismus in Organisationen mit Wissen über Konstruktion und Wahrnehmung von rassifizierenden Differenzen und Reflektion verbundener Kommunikationsprozesse.		
Spezielle Kompetenz	Die Studierenden erwerben Kenntnisse über die Konstruktion kultureller Differenzierungen und dem gesellschaftlichen Umgang mit diesen		

»Let's talk about racism«: Rassismus in Migrationsgesellschaft, Arbeitswelt und Medien			
	Differenzen. Hierbei wird insbesondere die Problematisierung von Differenz kritisch reflektiert und auf ihre Funktion für die Gesellschaft untersucht. **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. **Digitale Kompetenzen:** Die Studierenden lernen mediale Inhalte kritisch zu rezipieren. Sie lernen außerdem, wissenschaftliche Inhalte multimedial aufzuarbeiten und im Plenum vorzustellen.		
Inhalte	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.		
Literatur	Literaturempfehlungen werden jeweils zu Beginn des Kurses bereitgestellt.		
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	Eine 100% regelmäßige persönliche Teilnahme am Präsenzunterricht ist unbedingt empfehlenswert. Das Einbringen sozialer Kompetenzen ist unverzichtbar, da im Kurs in Gruppen gearbeitet und diskutiert wird. Die Prüfungsleistung wird in Gruppen angefertigt. Die Bereitschaft, die eigene Medienkompetenz zu üben und zu vertiefen, wird vorausgesetzt. Empathiefähigkeit und selbstständiges Reflektieren der eigenen Wissensbestände und der eigenen Betroffenheit sowie Betroffenheit Anderer im Rahmen von Diskriminierung sind aufgrund der sensiblen Thematik wünschenswert.		

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

8.7.1. Modul: Betriebliche Praxis

Betriebliche Praxis			
Modul-Nr.	31	**SPO**	SPO IKM/HSAN-20242
Verwendung des Moduls	Studiengang Interkulturelles Management (B.A.)	Praktisches Studiensemester	Modulgruppe (gem. SPO): Praktisches Studiensemester
Moduldauer	1 Semester	**Modulangebot**	Winter und Sommer
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Ritam Garg		
Dozierende	---		
Sprache	Individuell		
Leistungspunkte	25	**SWS**	-
Arbeitsaufwand	Kontaktstunden:		730 h
	Selbststudium:		20 h
	Gesamtaufwand:		750 h
Lehrformen (gem. SPO):	☐ e-Learning (eL) ☐ Vorlesung (V) ☐ Übung (Ü)	☐ Exkursion (Ex) ☒ Praktikum	
Kurzbeschreibung	Im Modul erleben die Studierenden im Rahmen eines Praktikums die Umsetzung der erlernten Themen in einem Organisationskontext.		
Qualifikationsziele			
Fachkompetenz und Methodenkompetenz	Die Studierenden bewerten die Umsetzung der erlernten Fachthemen im Rahmen ihres Praktikumsbetriebs. Die Studierenden wenden ausgewählte Methoden aus dem Studium im Rahmen des Praktikums an. Die eingesetzten Methoden werden situationsadäquat zu den betrieblichen Aufgabenstellungen angewandt.		
Persönlichkeits-kompetenz und Sozialkompetenz	Die Studierenden reflektieren ihren eigenen Kompetenzstand im betrieblichen Kontext und erkennen eigene Stärken und Potentiale. Sie bereiten sich auf eine berufliche Arbeitssituation als Führungskraft vor. Die Studierenden bringen sich verantwortlich und nachhaltig in die Strukturen der Praktikumsorganisation ein. Hierbei knüpfen sie aktiv berufliche Netzwerke und handeln als Teammitglied in der Organisation. Die übertragenen Aufgaben werden verantwortlich durchgeführt.		
Handlungskompetenz	Die Studierenden handeln eigenverantwortlich im Rahmen der übertragenen Aufgaben im Praktikumsbetrieb und bringen sich als vollwertiges Teammitglied ein.		
Spezielle Kompetenz	**Interkulturelle Kompetenzen:** Die Studierenden festigen ihre erworbenen interkulturellen Kompetenzen durch aktive Zusammenarbeit im Unternehmen. **Sprachkompetenzen:** Die erlernten Sprachkompetenzen sind durch mündliche und schriftliche Konversation in der betrieblichen Praxis gefestigt und ausgebaut. **Betriebswirtschaftliche Kompetenzen:** Die Studierenden verstehen die praktischen Zusammenhänge des komplexen Gebildes Unternehmen in der Praxis und bringen sich durch aktive Arbeit und Vorschläge ein.		

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):	☒ e-Learning (eL) ☒ Vorlesung (V) ☒ Übung (Ü) ☒ Exkursion (Ex) ☐ Praktikum		
Kurzbeschreibung	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 • im Projektmanagement (Wasserfall und Agil) • im operativen Management (Operational Excellence) • im Qualitätsmanagement • im Veränderungsmanagement		
Qualifikationsziele			
Fachkompetenz und Methodenkompetenz	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. Kenntnis der erfolgskritischen Prozessschritte der jeweiligen "Best- in-class" Managementmethoden sowie Ihrer praktischen Anwendung im typischen Stakeholder-Umfeld von Projekten und Veränderungsprozessen.		
Persönlichkeits-kompetenz und Sozialkompetenz	Fähigkeit, komplexe Probleme und Aufgaben durch geeignete methodische Strukturierung bearbeitbar und lösbar zu machen sowie die Lösung eigenständig zu implementieren. Grundlagen des Führens und Gewinnens von Teammitgliedern und Stakeholdern durch Überzeugen. Kenntnis und Vermeidung der methodik-spezifischen Widerstände in der Projektarbeit mit unterschiedlichen Stakeholdern. Motivation von Stakeholdern zur konstruktiven Partizipation im Projektteam.		
Handlungskompetenz			
Spezielle Kompetenz	**Interkulturelle Kompetenzen:** Einsatz von global bewährten Management Methoden als gemeinsame Sprache in interkulturellen Teams.		

Managementtechniken	

Inhalte	Das Modul ist ein 2-teiliges Präsenzseminar mit einer Transferphase, die durch die Präsentation einer praktischen Arbeit zu Beginn des 2. Teils nachzuweisen ist. Die Inhalte der Präsenzseminare werden nach der Methode des systematischen Lernens vermittelt:
	
	• kurze Instruktion der Relevanz der Methodik sowie der Prozessschritte
	• Fallbeispiel zur Bearbeitung in Teams
	• Diskussion der Gruppenergebnisse und Vertiefung der Methodik
	• Transfer auf konkrete Themenstellungen aus dem Arbeitsumfeld der Studierenden (Gastronomie und Tourismus, Handel und Dienstleistung)
	• Bearbeitung von Fallbeispielen der Teilnehmer
	• Diskussion zur weiteren Absicherung des Praxistransfers
	
	Inhalt 1: Überblick Managementtechniken
	• Überblick Managementtechniken sowie Verortung in den Themengebieten "Projektmanagement", "Operational Excellence", "Qualitätsmanagement", "Veränderungsmanagement" sowie interkultureller Kommunikation
	• Zusammenhang zwischen "rationalen" Managementtechniken und interpersoneller Kommunikation ("soft skills")
	
	Inhalt 2: Rationale Managementtechniken
	• Entscheidungsfindung
	• Teamwork: Fallstudie
	• Vertiefung: komplexe Entscheidungen mit zahlreichen Stakeholdern; erfolgreiche Präsentation mehrerer Optionen an Entscheidungsträger
	• Fallbeispiele der Teilnehmer in Teams
	• Praktische Planung und Implementierung komplexer Aufgaben
	• Teamwork Fallstudie
	• Vertiefung: praktische Do's und Don'ts bei der Planung und Implementierung von
	• komplexen Aufgaben (Simulation auf Basis der Fallstudie)
	• Fallbeispiele der Teilnehmer in Teams
	• Maßnahmenabsicherung (Analyse Potenzieller Probleme/Projektrisikoanalyse in der Praxis)
	• Teamwork Fallstudie
	• Vertiefung auf Basis der Gruppenergebnisse und Bezug zum Risikomanagement
	• Fallbeispiele der Teilnehmer in Teams
	• Ergänzende Arbeitstechniken
	  ○ Process Mapping
	  ○ die sieben Methoden des Qualitätsmanagements
	  ○ 5 Why Analyse
	  ○ …
	
	Inhalt 3: Interpersonelle Kommunikation in Matrixorganisationen bzw. im interkulturellen Kontext ("Führen durch Überzeugen")
	In diesem Themenblock werden die Kommunikationstechniken zur Stärkung der sozialen Kompetenz vermittelt und trainiert. Leitgedanke: Exzellenz = Qualität x Akzeptanz.
	"Qualität" wird dabei u.a. durch Managementtechniken gewährleistet, "Akzeptanz" durch die Art und Weise wie diese praktisch kommuniziert und in der Interaktion mit anderen angewendet werden.
	• Führungsstile und Einfluss im Matrixumfeld
	• Grundlegende Methoden zur Konfliktbehandlung

Managementtechniken	
	• 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	PMI (2017): A Guide to the Project Management Body of Knowledge (PMBOK® Guide), 6. Auflage Goodwin, R. und Wright, G. (2014): Decision Analysis for Management Judgement, 5. Auflage, John Wiley and sons James M. Wilson (2003): Gantt charts: A centenary appreciation, European Journal of Operational Research 149 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) Romeike, Frank (2018): Risikomanagement, Springer Gabler Moser, Michaela (2018): Bedeutung von Soft Skills in einer sich wandelnden Unternehmenswelt, Springer Gabler
Zulassungsvoraussetzungen gem. SPO	- 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

8.8.1. Modul: Bachelorarbeit

Bachelorarbeit			
Modul-Nr.	33	**SPO**	SPO IKM/HSAN-20242
Verwendung des Moduls	Studiengang Interkulturelles Management (B.A.)	Bachelorarbeit	Modulgruppe (gem. SPO): Bachelorarbeit
Moduldauer	1 Semester	**Modulangebot**	Winter und Sommer
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Ritam Garg		
Dozierende	Prof. Dr. Carolin Durst, Prof. Dr. Ritam Garg, Prof. Dr. Alexander Piazza, Dr. Christian Alexander Gebhard, Dr. Florian Diener, MBA M.Sc. PMM, Veronika Stier, M,Sc.,		
Sprache	Deutsch		
Leistungspunkte	12	**SWS**	-
Arbeitsaufwand	Kontaktstunden:		3 h
	Selbststudium:		357 h
	Gesamtaufwand:		360 h
Lehrformen (gem. SPO):	☐ e-Learning (eL) ☐ Vorlesung (V) ☐ Übung (Ü)	☐ Exkursion (Ex) ☐ Praktikum	
Kurzbeschreibung	Die Bachelorarbeit stellt den wissenschaftlichen Abschluss des Studiengangs dar: die Studierenden erstellen eigenständig zu einem ausgewählten Thema eine wissenschaftliche Arbeit.		
Qualifikationsziele			
Fachkompetenz und Methodenkompetenz	Die Studierenden legen breite Fachkenntnisse im Studiengebiet dar und zeigen ein tiefgehendes theoretisches sowie analytisch-synthetisches Verständnis des Schwerpunktgebietes ihrer Bachelorarbeit. Die Studierenden wenden ausgewählte wissenschaftliche Methoden für die Beantwortung ihrer wissenschaftlichen Aufgabenstellung im Rahmen der Abschlussarbeit an.		
Persönlichkeits-kompetenz und Sozialkompetenz	Die Studierenden zeigen ein zielorientiertes Vorgehen und wenden die notwendige Sorgfalt bei der Erstellung ihrer wissenschaftlichen Arbeit an. Die Studierenden nehmen kritische Rückmeldungen an und integrieren diese zielführend in ihre Arbeit.		
Handlungskompetenz	Die Studierenden erstellen eigenständig eine erste wissenschaftliche Arbeit zu einem ausgewählten Thema.		
Spezielle Kompetenz	**Interkulturelle und betriebswirtschaftliche Kompetenzen:** Die Studierenden zeigen breites Fachwissen in interkulturellen und betriebswirtschaftlichen Themen sowie die notwendige Expertise im ausgewählten Schwerpunkthema. **Sprachkompetenzen:** Die Studierenden erstellen eine wissenschaftliche Arbeit in einer angemessenen Wissenschaftssprache. **Digitale Kompetenzen:**		

Bachelorarbeit			
	Die Studierenden erstellen eine wissenschaftliche Arbeit mit den notwendigen technischen Hilfsmitteln.		
Inhalte	Eigenständige Erstellung der Bachelorarbeit		
Literatur	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		
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.		

8.8.2. Modul: Bachelorseminar

Bachelorseminar			
Modul-Nr.	34	**SPO**	SPO IKM/HSAN-20242
Verwendung des Moduls	Studiengang Interkulturelles Management (B.A.)	Pflichtseminar	Modulgruppe (gem. SPO): Bachelorarbeit
Moduldauer	1 Semester	**Modulangebot**	Winter und Sommer
Modulverantwortlich	Veronika Stier, M.Sc.		
Dozierende	Prof. Dr. Carolin Durst, Prof. Dr. Ritam Garg, Prof. Dr. Alexander Piazza		
Sprache	Deutsch		
Leistungspunkte	3	**SWS**	-
Arbeitsaufwand	Kontaktstunden:		15 h
	Selbststudium:		60 h
	Gesamtaufwand:		90 h
Lehrformen (gem. SPO):	☒ e-Learning (eL) ☒ Vorlesung (V) ☒ Übung (Ü)	☐ Exkursion (Ex) ☐ Praktikum	
Kurzbeschreibung	Das Seminar zur Bachelorarbeit soll die Studierenden bei der Anfertigung der Bachelorarbeit unterstützen und durch Präsentation und Feedback zum Zwischenstand der Arbeit wichtige Hilfe zur beständigen Lösung und Darstellung der behandelten Forschungsfrage bieten.		
Qualifikationsziele			
Fachkompetenz und Methodenkompetenz	Die Studierenden verfügen über die Fähigkeit, den Stand einer eigenen wissenschaftlichen Qualifikationsarbeit darzulegen und selbstkritisch auf Feedback einzugehen. Die Studierenden lernen, Feedback aus dem wissenschaftlichen Plenum für die Verbesserung der eigenen Qualifikationsarbeit zu nutzen.		
Persönlichkeits-kompetenz und Sozialkompetenz	Die Studierenden erlangen die Fähigkeit, selbstsicher eigenständig erarbeitetes Wissen im öffentlichen Raum vor Fachpublikum zu präsentieren und zu verteidigen sowie mit Feedback offen und selbstkritisch umzugehen. Die Studierenden lernen, an einer Diskussion im wissenschaftlichen Plenum mitzuwirken und diese durch eigene Beteiligung mitzugestalten.		
Handlungskompetenz	Die Studierenden lernen eigenständig und langfristig auf ein Ziel hinzuarbeiten und dabei Rückmeldung und Verbesserungsvorschläge von außen miteinzubeziehen und abzuwägen, um ein bestmögliches Ergebnis zu erreichen.		
Spezielle Kompetenz	• **Schwerpunkt der Abschlussarbeit** • **Selbstorganisation einer qualifizierenden Forschungsarbeit**		
Inhalte	Die Studierenden präsentieren zu zwei festgelegten Zeitpunkten, jeweils in der Mitte sowie am Ende des Semesters, den Fortschritt ihrer eigenen Abschlussarbeit nach Absprache mit der jeweiligen Betreuerin bzw. dem jeweiligen Betreuer.		
Literatur	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		

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! V erweisquelle 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):	☒ e-Learning (eL) ☒ Vorlesung (V) ☒ Übung (Ü)	☐ Exkursion (Ex) ☐ Praktikum	
Kurzbeschreibung	Projektarbeit nimmt im internationalen Kontext immer stärker an Bedeutung zu und leistet einen zunehmenden Beitrag zur Wertschöpfung. 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. Die überaus praktische Fachdisziplin Projektmanagement wird im Modul auf Basis internationaler Standards und Erkenntnisse vermittelt und in Form von Praxisprojekten verständlich gemacht.		
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).		
Persönlichkeits-kompetenz und Sozialkompetenz	Die Studierenden bringen sich verantwortlich und kollegial in Projektteams ein. Sie kennen gruppendynamische 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	
Spezielle Kompetenz	**Interkulturelle Kompetenzen:** Die Studierenden berücksichtigen die Diversität in organisations- und länderübergreifenden Projektteams und deren Hintergründe und finden lösungsorientierte Wege der Zusammenarbeit in Projekten. **Betriebswirtschaftliche Kompetenzen:** Die Studierenden kennen den Stellenwert der Projektarbeit in der betrieblichen Praxis. Sie wenden Methoden der Projektplanung und -steuerung in Projekten an. **Digitale Kompetenzen:** Die Studierenden nutzen grundlegende Standard-Software zur Unterstützung der Projektplanung und Steuerung für nicht-komplexe Projekte mit klassischem Planungsansatz.
Inhalte	Das Modul Angewandtes Projektmanagement I vermittelt den Stellenwert der Projektarbeit in Organisationen und geht auf die unterschiedlichen Projektmanagement-Ansätze ein. Im Rahmen des seminaristischen Unterrichts sowie der dazwischengelegenen Recherche- und Praxisphasen beschäftigen sich die Studierenden mit den wesentlichen Inhalten: • 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
Literatur	Deutsche Gesellschaft für Projektmanagement e.V. GPM (Hrsg.) (2019): Kompetenzbasiertes Projektmanagement (PM4). Handbuch für Praxis und Weiterbildung im Projektmanagement. 1. Auflage, GPM, Nürnberg GPM / Gessler, M. (Hrsg.) (2016): Kompetenzbasiertes Projektmanagement (PM3). Handbuch für die Projektarbeit, Qualifizierung und Zertifizierung. 8. Auflage, GPM, Nürnberg Motzel, E. und Möller, T. (2017): Projektmanagement Lexikon: Referenzwerk zu den aktuellen nationalen und internationalen Standards. 3. Auflage. Wiley, Hoboken Jenny, B. (2017): Projektmanagement. Das Wissen für eine erfolgreiche Karriere. 6. Auflage. v/d/f, Zürich. Jenny, B. (2014): Projektmanagement. Das Wissen für den Profi. 2. Auflage. v/d/f, Zürich. Timminger, H. (2017): Modernes Projektmanagement. Wiley, Hoboken Kerzner, H. (2017): Project Management: A Systems Approach to Planning, Scheduling and Controlling. 12th edition. Wiley, Hoboken Schwaber, K (2007): Agiles Projektmanagement mit Scrum. Heidelberg, Microsoft Press Schelle, H. und Linssen, O. (2018): Projekte zum Erfolg führen. Projektmanagement systematisch und kompakt. 8. Auflage. Beck, München Hoffmann, H.-E., Fitzsimons, C., Schoper, Y. (2004): Internationales Projektmanagement. Interkulturelle Zusammenabeit in der Praxis. München, dtv.

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	Wir organisieren ergänzend freiwillige, externe Zertifizierungen, die kostenpflichtig bei Fachgesellschaften abgelegt werden können: • GPM Basiszertifikat / IPMA Level D Diese Zertifizierungen sind bei Arbeitgebern gut bekannt und können mit der Vorbereitung durch die Lehrveranstaltungen gut absolviert werden		

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):	☒ e-Learning (eL)	☐ Exkursion (Ex)	
	☒ Vorlesung (V)	☐ Praktikum	
	☒ Übung (Ü)		
Kurzbeschreibung	Projektarbeit nimmt im internationalen Kontext immer stärker an Bedeutung zu und leistet einen zunehmenden Beitrag zur Wertschöpfung. 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. Die überaus praktische Fachdisziplin Projektmanagement wird im Modul auf Basis internationaler Standards und Erkenntnisse vermittelt und in Form von Praxisprojekten verständlich gemacht.		
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.		
Persönlichkeits-kompetenz und Sozialkompetenz	Die Studierenden bringen sich verantwortlich und kollegial in Projektteams ein. Sie kennen gruppendynamische 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			
	Die Studierenden berücksichtigen die interkulturelle Diversität in organisations- und länderübergreifenden Projektteams und deren Hintergründe und finden lösungsorientierte Wege der Zusammenarbeit in Projekten. **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. **Digitale Kompetenzen:** Die Studierenden kennen Plattformen zur Zusammenarbeit in Projekten sowohl für klassische, wie auch agile Projektansätze.		
Inhalte	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: • 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	Deutsche Gesellschaft für Projektmanagement e.V. GPM (Hrsg.) (2019): Kompetenzbasiertes Projektmanagement (PM4). Handbuch für Praxis und Weiterbildung im Projektmanagement. 1. Auflage, GPM, Nürnberg GPM / Gessler, M. (Hrsg.) (2016): Kompetenzbasiertes Projektmanagement (PM3). Handbuch für die Projektarbeit, Qualifizierung und Zertifizierung. 8. Auflage, GPM, Nürnberg Motzel, E. und Möller, T. (2017): Projektmanagement Lexikon: Referenzwerk zu den aktuellen nationalen und internationalen Standards. 3. Auflage. Wiley, Hoboken Jenny, B. (2017): Projektmanagement. Das Wissen für eine erfolgreiche Karriere. 6. Auflage. v/d/f, Zürich. Jenny, B. (2014): Projektmanagement. Das Wissen für den Profi. 2. Auflage. v/d/f, Zürich. Timminger, H. (2017): Modernes Projektmanagement. Wiley, Hoboken Kerzner, H. (2017): Project Management: A Systems Approach to Planning, Scheduling and Controlling. 12th edition. Wiley, Hoboken Schwaber, K (2007): Agiles Projektmanagement mit Scrum. Heidelberg, Microsoft Press Schelle, H. und Linssen, O. (2018): Projekte zum Erfolg führen. Projektmanagement systematisch und kompakt. 8. Auflage. Beck, München Hoffmann, H.-E., Fitzsimons, C., Schoper, Y. (2004): Internationales Projektmanagement. Interkulturelle Zusammenabeit in der Praxis. München, dtv.		
Zulassungsvoraussetzungen gem. SPO	- Keine -	**Empfohlene Voraussetzungen**	
Prüfungsart und Umfang gem. SPO	Projektarbeit (PA, 10-20 Seiten): Seminararbeit über ein vertiefendes Projektmanagement-Thema in einer betrieblichen Fragstellung, ca. 10-15 Seiten		

Angewandtes Projektmanagement II	
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Bestehen der Modulprüfung gem. SPO und Studienplan
Anmerkungen / Hinweise	Wir organisieren ergänzend freiwillige, externe Zertifizierungen, die kostenpflichtig bei Fachgesellschaften abgelegt werden können: • Scrum Master (Scrum.org) Diese Zertifizierungen sind bei Arbeitgebern gut bekannt und können mit der Vorbereitung durch die Lehrveranstaltungen gut absolviert werden

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 82
Tabelle 4 - Modulgruppe Digitale Kompetenzen 99
Tabelle 5 - Modulgruppe Studienschwerpunkt Gastronomie und Tourismus 111
Tabelle 6 - Modulgruppe Studienschwerpunkt Handel und Dienstleistungen 118
Tabelle 7 - Modulgruppe Wahlpflichtmodule 127
Tabelle 8 - Angebotene Wahlpflichtmodule 127
Tabelle 9 - Modulgruppe Praktisches Studiensemester 166
Tabelle 10 - Modulgruppe Bachelorarbeit 172
Tabelle 11 - Module nach der alten SPO IKM/HSAN 20162 177