HOCHSCHULE ANSBACH

Studiengang

Interkulturelles Management

Modulhandbuch

Wintersemester 2020/21

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. Carolin Durst
Studiengangleitung Interkulturelles Management

Maximilian May, MBA M.Sc. PMM
Wissenschaftlicher Mitarbeiter Interkulturelles Management

Stand 00/2020

Relevante Kontaktdaten:

Studiengangleitung
Prof. Dr. Carolin Durst
carolin.durst@hs-ansbach.de

Studiengangassistenz:
Daniela Frank-Müller
daniela.frankmueller@hs-ansbach.de
Bianca Zöllner
bianca.zoellner@hs-ansbach.de

Campus Rothenburg
Hornburgweg 26
91541 Rothenburg ob der Tauber
www.campusrothenburg.de
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 (neue Studien- und Prüfungsordnung ab Studienbeginn 2019/20) 14
7. Modulplan (Studien- und Prüfungsordnung – Studienbeginn vor 2019) 17
8. Modulübersicht mit Modulverantwortlichen 19
9. Modulbeschreibungen 22
9.1. Modulbeschreibungen: Modulgruppe Interkulturelle Kompetenzen 23
9.1.1. Modul: Tandem: Hands-on Interculturality 24
9.1.2. Modul: Landeskunde 26
9.1.3. Modul: European Business 28
9.1.4. Modul: Interkulturelle Kommunikation 30
9.1.5. Modul: Interkulturelle Kompetenz I 32
9.1.6. Modul: Interkulturelle Kompetenz II 34
9.1.7. Modul: Internationale Organisation und Prozessmanagement 36
9.1.8. Modul: Interkulturelles Projektmanagement 39
9.1.9. Modul: Management in Emerging Markets 42
9.2. Modulbeschreibungen: Modulgruppe Sprachen 44
9.2.1. Modul: Business English I 45
9.2.2. Modul: Business English II 48
9.2.3. Modul: Oral Communication for Business 50
9.2.4. Modul: Weitere Fremdsprache I - Spanisch 52
9.2.5. Modul: Weitere Fremdsprache I - Französisch 54
9.2.6. Modul: Weitere Fremdsprache I - Italienisch 56
9.2.7. Modul: Weitere Fremdsprache I - Chinesisch 58
9.2.8. Modul: Weitere Fremdsprache II - Spanisch 61
9.2.9. Modul: Weitere Fremdsprache II - Französisch 64
9.2.10. Modul: Weitere Fremdsprache II - Italienisch 67

9.2.11. Modul: Weitere Fremdsprache II - Chinesisch 70
9.2.12. Modul: Weitere Fremdsprache: Berufliche Kommunikation - Spanisch 73
9.2.13. Modul: Weitere Fremdsprache: Berufliche Kommunikation - Französisch 75
9.2.14. Modul: Weitere Fremdsprache: Berufliche Kommunikation - Italienisch 77
9.2.15. Modul: Weitere Fremdsprache: Berufliche Kommunikation - Chinesisch 79
9.3. Modulbeschreibungen: Modulgruppe Betriebswirtschaftliche Kompetenzen 81
9.3.1. Modul: Bürgerliches Recht 82
9.3.2. Modul: Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre 84
9.3.3. Modul: Grundlagen der Volkswirtschaftslehre 86
9.3.4. Modul: Internationales Personalmanagement 88
9.3.5. Modul: Investition und Finanzierung 90
9.3.6. Modul: Unternehmensplanspiel 92
9.3.7. Modul: Wirtschaftsmathematik 94
9.3.8. Modul: Wissenschaftliches Arbeiten 96
9.4. Modulbeschreibungen: Modulgruppe Digitale Kompetenzen 98
9.4.1. Modul: Digitales Marketing 99
9.4.2. Modul: Innovationsmanagement und Digitalisierung 101
9.4.3. Modul: Marktforschung 104
9.4.4. Modul: Medien und Kommunikation 106
9.5. Modulbeschreibungen: Modulgruppe Studienschwerpunkte 109
9.5.1. Modulgruppe Studienschwerpunkt Gastronomie und Tourismus 110
9.5.1.1. Modul: Hotel- und Gastronomiemanagement 111
9.5.1.2. Modul: Eventmanagement 113
9.5.1.3. Modul: Nachhaltiger Tourismus 115
9.5.2. Modulgruppe Studienschwerpunkt Handel und Dienstleistungen 118
9.5.2.1. Modul: Servicemanagement 119
9.5.2.2. Modul: Unternehmensgründung und Entrepreneurship 121
9.5.2.3. Modul: Supply Chain Management 123
9.5.3. Modulgruppe Studienschwerpunkt Produktion und Handwerk 125
9.5.3.1. Modul: Technologiemanagement 126
9.5.3.2. Modul: Supply Chain Management 128
9.5.3.3. Modul: Digitale Arbeitswelten 130
9.6. Modulbeschreibungen: Modulgruppe Wahlpflichtmodule 134
9.6.1. Modul: Angewandtes Digitales Marketing 135
9.6.2. Modul: B2B-Marketing 137

9.6.3. Modul: Digitale Arbeitswelten ... 139
9.6.4. Modul: Digitale Geschäftsmodelle ... 143
9.6.5. Modul: English for Specific Purposes ... 145
9.6.6. Modul: Operations Management ... 148
9.6.7. Modul: Tourismusmanagement ... 150
9.6.8. Modul: Unternehmensgründung und Entrepreneurship ... 152
9.7. Modulbeschreibungen: Modulgruppe Praktisches Studiensemester ... 154
9.7.1. Modul: Betriebliche Praxis ... 155
9.7.2. Modul: Managementtechniken ... 157
9.8. Modulbeschreibungen: Modulgruppe Bachelorarbeit ... 160
9.8.1. Modul: Bachelorarbeit ... 161
9.8.2. Modul: Bachelorseminar ... 163
10. Modulbeschreibungen vorherige SPO IKM/HSAN 20162 ... 165
10.1. Modul: Angewandtes Projektmanagement I ... 166
10.2. Modul: Angewandtes Projektmanagement II ... 169
11. Abbildungsverzeichnis ... 172
12. Tabellenverzeichnis ... 173

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*inn, 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:

- Modulverantwortlich 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 20192) beschreibt in §2 Studienziel prägnant, was Sie mit dem Studium erreichen sollen:

> „Ziel des Bachelor Studiums 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 20192

- für alle Studierenden im Studiengang Interkulturelles Management, die im Wintersemester 2019/20 ihr Studium aufgenommen haben und
- für alle Studierenden im Studiengang Interkulturelles Management, die ab Wintersemester 2018/19 ihr Studium aufgenommen haben, und den Wechsel in die neue Studien- und Prüfungsordnung beantragt haben.

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 zudem 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 natürlich jederzeit direkt auf die Modulverantwortlichen, die Studiengangleitung und das gesamte Campus-Team zukommen.

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

Der folgende Überblick zeigt, wie die Module im Studiengang Interkulturelles Management auf Basis der aktuellen SPO IKM/HSAN 20192 aufeinander aufbauen.

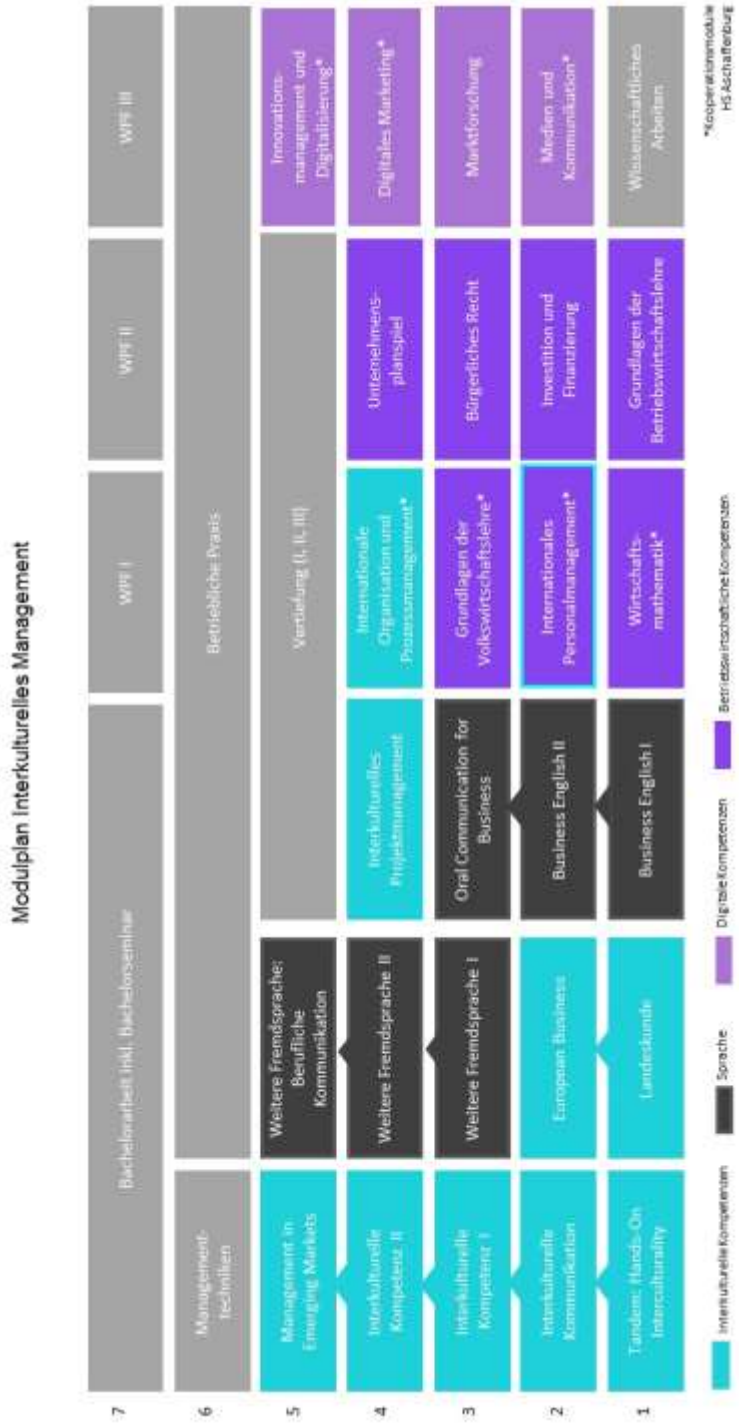

Abbildung 5 - Modulplan IKM

Wie schon erwähnt, dieser Modulplan gilt für alle Studierenden, die ab Wintersemester 2019/20 gestartet haben oder diejenigen, die auf die neue SPO gewechselt haben. Ihre individuelle Belegung legen Sie selbst fest. Idealerweise orientieren Sie sich dabei am aktuellen Studienablaufplan, wie in Tabelle 1 dargestellt.

Module	ECTS	Sem. 1 ECTS	Sem. 2 ECTS	Sem. 3 ECTS	Sem. 4 ECTS	Sem. 5 ECTS	Sem. 6 ECTS	Sem. 7 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 (Spanisch I / Französisch I / Italienisch I/ Chinesisch I)	5			5				
Weitere Fremdsprache II (Spanisch II / Französisch II/ Italienisch II / Chinesisch II)	5				5			
Weitere Fremdsprache: Berufliche Kommunikation (Spanisch / Französisch / Italienisch / Chinesisch)	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								
Digitales Marketing	5				5			
Innovationsmanagement und Digitalisierung	5					5		
Marktforschung	5			5				
Medien und Kommunikation	5		5					
Studienschwerpunkt								
Entweder: 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		

Module	ECTS	Sem. 1 ECTS	Sem. 2 ECTS	Sem. 3 ECTS	Sem. 4 ECTS	Sem. 5 ECTS	Sem. 6 ECTS	Sem. 7 ECTS
oder: Produktion und Handwerk								
Produktion und Handwerk I	5					5		
Produktion und Handwerk II	5					5		
Produktion und Handwerk III	5					5		
Wahlfpflichtmodule								
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
Summe	210	30	30	30	30	30	30	30

Tabelle 1 - Studienablaufplan ikm

7. Modulplan (Studien- und Prüfungsordnung – Studienbeginn vor 2019)

Für die Studierenden der alten Studien- und Prüfungsordnung zeigen wir in Tabelle 2 einen Überblick über die Veränderungen der bisherigen Module.
Wenn das Modul nach alter SPO (SPO IKM/HSAN 20162) in ein neues Modul überführt worden ist, können Sie als Studierender der alten SPO das neue Modul belegen.
In der neuen SPO nicht mehr erforderliche Module bieten wir bis zum vollständigen Übergang in die neue SPO weiter an.

Modul nach alter SPO: SPO IKM/HSAN 20162	Modul nach neuer SPO: SPO IKM/HSAN 20192	Veränderung über Adaption hinaus
Innovationsmanagement	Innovationsmanagement und Digitalisierung	-
Grundlagen der BWL	Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre	-
Tandem: Hands-On Interculturality	Tandem: Hands-On Interculturality	-
Erste Fremdsprache I Erste Fremdsprache II Oral Communication for Business	Business English I Business Englisch II Oral Communication for Business	-
Zweite Fremdsprache I Zweite Fremdsprache II	Weitere Fremdsprache I Weitere Fremdsprache II	wurde in das 3./4. Semester verlegt.
-	Weitere Fremdsprache: Berufliche Kommunikation	ggf. als WPF für die alte SPO angeboten
Intercultural Communication	Interkulturelle Kommunikation	Sprache deutsch
Interkulturelle Kompetenz I Interkulturelle Kompetenz II	Interkulturelle Kompetenz I Interkulturelle Kompetenz II	-
-	Managing in Emerging Marktes	Als WPF für die alte SPO angeboten
Wissenschaftliche Arbeitsweisen	Wissenschaftliche Arbeitsweisen	-
European Business	European Business	-
Personal	Internationales Personalmanagement	Kooperation mit HS AB und Teilmodul mit Prof. Dr. Garg
Unternehmenssimulation General Management	Unternehmensplanspiel	-
Organisation und Prozessmanagement	Internationale Organisation und Prozessmanagement	-
Grundlagen der VWL	Grundlagen der VWL	-
Arbeits- und Unternehmensrecht für KMU	Bürgerliches Recht	-
Digital Marketing	Digital Marketing	-
Medienkompetenz Grundlagen	Medien und Kommunikation	-
Selbstmanagement im Studium	-	Geht in Wissenschaftliche Arbeitsweisen auf
Quantitative Methoden	Wirtschaftsmathematik	Anpassung der Inhalte
Medienkompetenz Social Media	-	Inhalte werden in Digital Marketing mit aufgenommen
Digitale Geschäftsmodelle	Digitale Geschäftsmodelle	Modul wird WPF
WPF	-	Vertiefung hat nun 15 ECTS
Modulgruppe Vertiefung	Modulgruppe Vertiefung	Umfang 15 ECTS
WPF I, II und III	WPF I, II und III	-
Angewandtes Projektmanagement I	-	entfällt, wird noch angeboten
Angewandtes Projektmanagement II	-	entfällt, wird noch angeboten
-	Interkulturelles Projektmanagement	
Betriebliche Praxis	Betriebliche Praxis	-
Arbeitstechniken	Managementtechniken	-
Bachelorarbeit	Bachelorarbeit	-
Landeskunde (WPF)	Landeskunde	Pflichtbereich
-	Marktforschung	Als WPF für die alte SPO angeboten
-	Investition und Finanzierung	Als WPF für die alte SPO empfohlen

Tabelle 2 - Übersicht Modulübergang mit SPO-Wechsel

Der folgende Überblick zeigt, wie die Module im Studiengang Interkulturelles Management auf Basis der alten SPO IKM/HSAN 20162 aufeinander aufbauen.

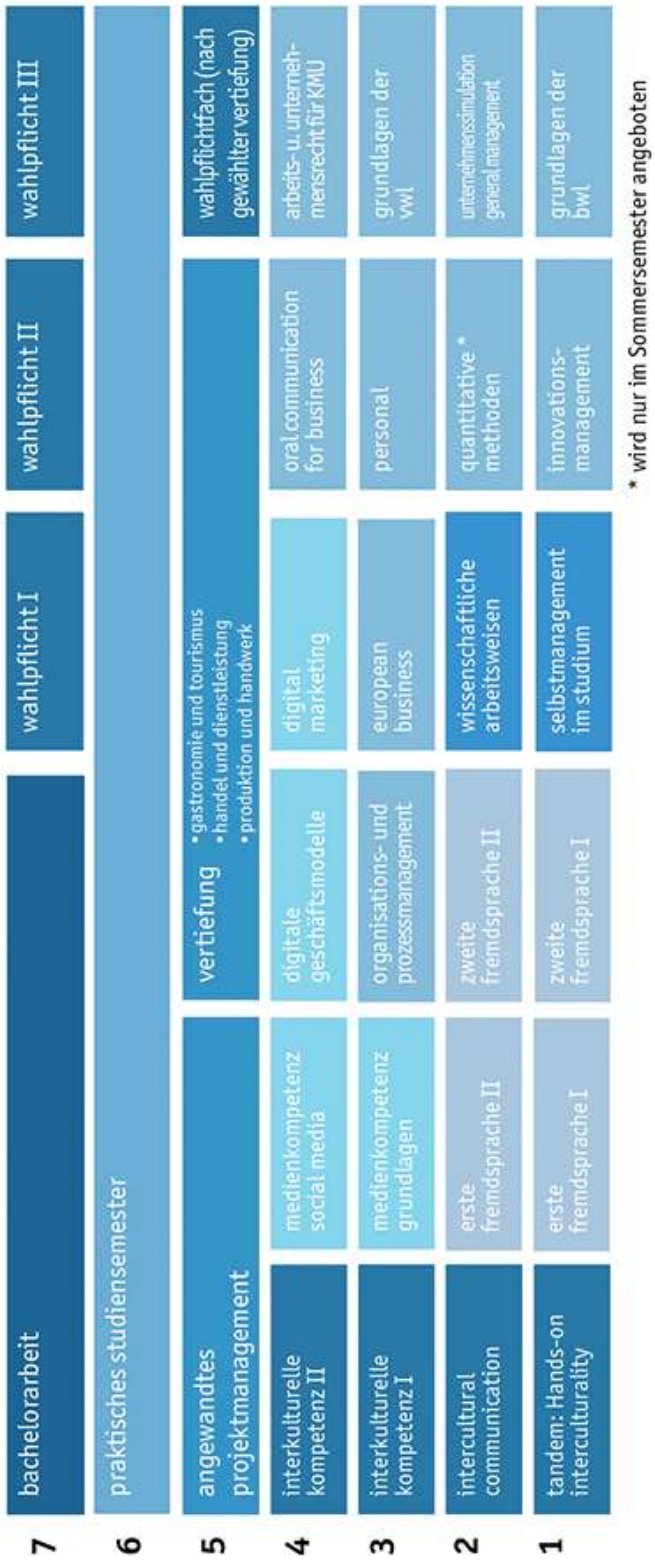

Abbildung 6 - Modulplan IKM nach alter SPO IKM/HSAN 20162

8. Modulübersicht mit Modulverantwortlichen

Hier finden Sie noch einmal den Überblick über alle Module analog der aktuellen SPO IKM/HSAN 20192.

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	Dr. Christian Gebhard
02	Landeskunde	Dr. Christian Gebhard
03	European Business	Prof. Dr. Ute Ambrosius
04	Interkulturelle Kommunikation	Christoph Bitzl, M.A.
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
08	Interkulturelles Projektmanagement	Prof. Dr. Dominik Kögel
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	Dr. Martina Zürn
13	Weitere Fremdsprache I: Spanisch	Dr. Christian Gebhard
	Weitere Fremdsprache I: Französisch	Sabine McIntosh
	Weitere Fremdsprache I: Italienisch	Sabine McIntosh
	Weitere Fremdsprache I: Chinesisch	Dr. Christian Gebhard
14	Weitere Fremdsprache II: Spanisch	Dr. Christian Gebhard
	Weitere Fremdsprache II: Französisch	Sabine McIntosh
	Weitere Fremdsprache II: Italienisch	Sabine McIntosh
	Weitere Fremdsprache II: Chinesisch	Dr. Christian Gebhard
15	Weitere Fremdsprache: Berufliche Kommunikation Spanisch	Dr. Christian Gebhard
	Weitere Fremdsprache: Berufliche Kommunikation Französisch	Sabine McIntosh
	Weitere Fremdsprache: Berufliche Kommunikation Italienisch	Sabine McIntosh
	Weitere Fremdsprache: Berufliche Kommunikation Chinesisch	Dr. Christian Gebhard
16	Bürgerliches Recht	Prof. Dr. Marc-Oliver Banzhaf (TH Aschaffenburg), Prof. Dr. Christiane Seidel (TH Aschaffenburg)

Modul-Nr.	Modul	Modulverantwortlich
17	Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre	Prof. Dr. Markus Skripek
18	Grundlagen der Volkswirtschaftslehre	Prof. Dr. Erich Ruppert (TH Aschaffenburg)
19	Internationales Personalmanagement	Prof. Dr. Ivo Schäfer (TH Aschaffenburg), Prof. Dr. Astrid Szebel-Habig (TH Aschaffenburg)
20	Investition und Finanzierung	Sven Kupfer
21	Unternehmensplanspiel	Prof. Dr. Markus Skripek
22	Wirtschaftsmathematik	Prof. Dr. Antje Wendler (TH Aschaffenburg)
23	Wissenschaftliches Arbeiten	Christoph Bitzl, M.A.
24	Digitales Marketing	Prof. Dr. Carolin Durst
25	Innovationsmanagement und Digitalisierung	Prof. Dr. Dominik Kögel
26	Marktforschung	Prof. Dr. Carolin Durst
27	Medien und Kommunikation	Florian Diener, M.A.
28.1	Gastronomie und Tourismus I: Hotel- und Gastronomiemanagement	Prof. Dr. Edgar E. Schaetzing
28.2	Gastronomie und Tourismus II: Eventmanagement	Prof. Dr. Carolin Durst
28.3	Gastronomie und Tourismus III: Nachhaltiger Tourismus	Dr. Ivan Paunovic
29.1	Handel und Dienstleistungen I: Servicemanagement	Prof. Dr. Carolin Durst
29.2	Handel und Dienstleistungen II: Unternehmensgründung und Entrepreneurship	Prof. Dr. Dominik Kögel
29.3	Handel und Dienstleistungen III: Supply Chain Management	Dr. Sebastian Huber, Dr. Sven Schwarz
30.1	Produktion und Handwerk I: Technologiemanagement	Prof. Dr. Carolin Durst
30.2	Produktion und Handwerk II: Supply Chain Management	Dr. Sebastian Huber, Dr. Sven Schwarz
30.3	Produktion und Handwerk III: Digitale Arbeitswelten	Dipl.-Ing. Bernd Meidel
31	Wahlpflichtmodul: Angewandtes Digitales Marketing	Prof. Dr. Carolin Durst
31	Wahlpflichtmodul: B2B-Marketing	Prof. Dr. Carolin Durst
31	Wahlpflichtmodul: Digitale Arbeitswelten	Dipl.-Ing. Bernd Meidel
31	Wahlpflichtmodul: Digitale Geschäftsmodelle	Prof. Dr. Dominik Kögel
31	Wahlpflichtmodul: English for Specific Purposes	Sabine McIntosh
31	Wahlpflichtmodul: Operations Management	Prof. Dr. Tim Pidun
31	Wahlpflichtmodul: Tourismusmanagement	Dr. Jörg Christöphler, Marc Frauenholz
31	Wahlpflichtmodul: Unternehmensgründung und Entrepreneurship	Prof. Dr. Dominik Kögel
32	Betriebliche Praxis	Prof. Dr. Carolin Durst

Modul-Nr.	Modul	Modulverantwortlich
33	Managementtechniken	Christian Wilkens
34	Bachelorarbeit	Prof. Dr. Carolin Durst
35	Bachelorseminar	Christoph Bitzl, M.A.

Tabelle 3 – Modulübersicht mit Modulverantwortlichen

9. Modulbeschreibungen

Hier finden Sie nun komplett die Modulbeschreibungen aller Module des Studiengangs ikm nach der aktuellen SPO IKM/HSAN 20192.
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
- Modulgruppen Studienschwerpunkt
    - Gastronomie und Tourismus
    - Handel und Dienstleistungen
    - Produktion und Handwerk
- 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.

9.1. Modulbeschreibungen: Modulgruppe Interkulturelle Kompetenzen

Die folgenden Modulbeschreibungen gehören alle in die Modulgruppe Interkulturelle Kompetenzen. Tabelle 4 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 4 - Modulgruppe Interkulturelle Kompetenzen

9.1.1. Modul: Tandem: Hands-on Interculturality

Tandem: Hands-on Interculturality			
Modul-Nr.	01	SPO	SPO IKM/HSAN 20192
Verwendung des Moduls	Studiengang Interkulturelles Management (B.A.)	Pflichtfach	Modulgruppe (gem. SPO): Interkulturelle Kompetenzen
Moduldauer	1 Semester	Modulangebot	Winter und Sommer
Modulverantwortlich	Dr. Christian Gebhard		
Dozierende	Dr. Christian Gebhard		
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	Im Modul wird der Kontakt zu fremden Kulturen hergestellt und ein grundlegendes Verständnis für relevante Begrifflichkeiten des Fachbereichs interkulturelle Kommunikation geschaffen.		
Qualifikationsziele			
Fachkompetenz und Methodenkompetenz	Die Studierenden verfügen über breites und integriertes Wissen einschließlich wissenschaftlicher Grundlagen für die Beschreibung verschiedener Gesellschaften. Die Studierenden verfügen über breites und integriertes berufliches Wissen einschließlich aktueller Grundlagen in Kontaktsituationen mit Individuen aus anderen Gesellschaften. Die Studierenden verfügen über einschlägiges Wissen an Schnittstellen von interkultureller Kommunikation zum Bereich interkulturelle Kompetenz. Die Studierenden verfügen über ein sehr breites Spektrum an Methoden zur Bewältigung von Konflikten im interkulturellen Kontext. Die Studierenden erarbeiten neue Lösungen in Situationen wie "critical incidents" unter Berücksichtigung aktueller Entwicklungen. Die Studierenden bewerten und interpretieren relevante Informationen beim Vergleich der Gepflogenheiten verschiedener Gesellschaften		
Persönlichkeits-kompetenz und Sozialkompetenz	Die Studierenden reflektieren Ziele in ihrer persönlichen und beruflichen Entwicklung und gestalten die kulturgeografische Orientierung hierbei eigenständig und nachhaltig. Die Studierenden bringen sich verantwortlich und kollegial in Expertenteams zu Kultur- und Wertebeschreibung ein. Die Studierenden leiten verantwortlich und nachhaltig Teams im interkulturellen Kontext. Die Studierenden leiten die fachliche Entwicklung anderer vorausschauend an. Die Studierenden lösen Probleme und Konflikte im Team vorausschauend.		

Tandem: Hands-on Interculturality				
		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 interkulturellen Umfeld zielorientiert und effizient unter Berücksichtigung der interkulturellen Teamkonstellation sowie der eigenen Ziele.		
	Spezielle Kompetenz	Interkulturelle Kompetenzen: Die Studierenden bringen sich verantwortlich und kollegial in Expertenteams zu Kultur- und Wertebeschreibung ein. Die Studierenden leiten verantwortlich und nachhaltig Teams im interkulturellen Kontext.		
Inhalte		Im Tandem-Modul werden Grundlagen der interkulturellen Komparatistik erläutert und Kenntnisse interkultureller Situationen vermittelt. Das Modul besteht aus seminaristischem Unterricht, Selbststudium und Integrationsarbeit. Inhalt 1: Grundbegriffe der interkulturellen Komparatistik Inhalt 2: Erleben interkultureller Situationen Inhalt 3: Bewältigung von Konflikten im interkulturellen Kontext		
Literatur		Erin Myer: The Culture Map Andy Molinsky: Global Dexterity		
Zulassungsvoraussetzungen gem. SPO		- Keine -	Empfohlene Voraussetzungen	Offenheit und kommunikatives Geschick
Prüfungsart und Umfang gem. SPO		Projektarbeit (PA, 10-20 Seiten): Studienarbeit, 15-20 Seiten.		
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten		Bestehen der Modulprüfung gem. SPO und Studienplan		
Anmerkungen / Hinweise		Die Studienarbeit wird im Plenum präsentiert.		

9.1.2. Modul: Landeskunde

Landeskunde			
Modul-Nr.	02	SPO	SPO IKM/HSAN 20192
Verwendung des Moduls	Studiengang Interkulturelles Management (B.A.)	Pflichtfach	Modulgruppe (gem. SPO): Interkulturelle Kompetenzen
Moduldauer	1 Semester	Modulangebot	Winter und Sommer
Modulverantwortlich	Dr. Christian Gebhard		
Dozierende	Dr. Christian Gebhard		
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 landesspezifischen 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. Die Studierenden lösen Probleme im Team vorausschauend.		

Landeskunde				
		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, Onlinepräsentationen und Selbststudium. 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		Präsentation (Präs., 15-20 Min.): 15 Minuten		
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten		Bestehen der Modulprüfung gem. SPO und Studienplan		
Anmerkungen / Hinweise				

9.1.3. Modul: European Business

European Business			
Modul-Nr.	03	SPO	SPO IKM/HSAN 20192
Verwendung des Moduls	Studiengang Interkulturelles Management (B.A.)	Pflichtfach	Modulgruppe (gem. SPO): Interkulturelle Kompetenzen
Moduldauer	1 Semester	Modulangebot	Winter und Sommer
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Ute Ambrosius		
Dozierende	Prof. Dr. Ute Ambrosius, Christoph Bitzl, M.A., Martin Kastler		
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 auf der Basis des Wirtschaftsraumes Europa am Beispiel der Länder Frankreich, Tschechische Republik und Deutschland grundlegende Wirkfaktoren auf länderspezifischen Kulturausprägungen. Darüber hinaus wird der Zusammenhang zu länderspezifischen Unternehmenskulturen betrachtet sowie auf kulturgeprägte Unternehmensformen eingegangen		
Qualifikationsziele			
Fachkompetenz und Methodenkompetenz	Die Studierenden verfügen über grundlegende Kenntnisse der Grundannahmen zur kulturellen Prägung im europäischen Wirtschaftsraum sowie über kulturell geprägte Unternehmen. Die Studierenden verfügen über grundlegendes Verständnis und Entscheidungskompetenz in der Beurteilung interkultureller Beziehungen besonders in und zwischen Unternehmen.		
Persönlichkeits-kompetenz und Sozialkompetenz	Die Studierenden reflektieren über erlebte interkulturell geprägte Situationen. Sie sind in der Lage, ihr Verhaltensrepertoire für interkulturell geprägte Situationen anzupassen und weiter zu entwickeln und damit ihre Arbeits- und Lebensumfeld zu gestalten.		
Handlungskompetenz	Die Studierenden sind in der Lage, sich situativ auf interkulturell geprägte Verhandlungssituationen einzustellen und das erlernte Verhaltensrepertoire flexibel situationsadäquat anzuwenden.		
Spezielle Kompetenz	Interkulturelle Kompetenzen: Die Studierenden stellen sich situativ auf interkulturell geprägte Verhandlungssituationen ein und wenden erlernte Verhaltensrepertoire flexibel und situationsadäquat an.		
Inhalte	• Interkulturelle Beziehungen gestern und heute • Grundlagen kultureller Ausprägungen in Europa und EU am Beispiel Deutschland / Frankreich / Tschechische Republik • Kulturdimensionen in internationalen Unternehmen • Kulturgeprägte Unternehmensformen		

European Business			
Literatur	Baumer, Th.: Handbuch interkulturelle Kompetenz. Aktuelle Auflage Bergemann, N. (Hrsg.): Interkulturelles Management. Aktuelle Auflage Hofstede, G.: Lokales Denken, globales Handeln. Aktuelle Auflage Koch / Speiser (Hrsg.): Interkulturelles Management. Aktuelle Auflage Kotter/Heskett: Corporate Culture and Performance. Aktuelle Auflage Kutschker, Schmid: Internationales Management. Akt. Auflage Lewis, R. D.: Handbuch Internationale Kompetenz. Aktuelle Auflage Meier / Blom: Interkulturelles Management. Aktuelle Auflage Meier/Roehr: Einführung in das internationale Management. Aktuelle Auflage Neubauer, W.: Organisationskultur. Aktuelle Auflage Schein, E.: Organisationskultur. Aktuelle Auflage Schmid, Th.: Europa ist tot, es lebe Europa!: Eine Weltmacht muss sich neu erfinden. Aktuelle Auflage Schugk, M.: Interkulturelle Kommunikation in der Wirtschaft. Aktuelle Auflage. Schroll – Machl, S.: Die Deutschen – Wir Deutsche. Aktuelle Auflage. Schroll-Machl/ Novy: Beruflich in Tschechien. Trainingsprogramm für Manager, Fach- und Führungskräfte. Aktuelle Auflage Thomas/Mayr: Beruflich in Frankreich: Trainingsprogramm für Manager, Fach- und Führungskräfte. Aktuelle Auflage Thomas/Schroll-Machl (Hrsg.): Handbuch Interkulturelle Kommunikation und Kooperation: Band 1 und 2 . Aktuelle Auflage Vahs, D.: Organisation. Aktuelle 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	Das Modul beinhaltet zwei Exkursionen.		

9.1.4. Modul: Interkulturelle Kommunikation

Interkulturelle Kommunikation			
Modul-Nr.	04	SPO	SPO IKM/HSAN 20192
Verwendung des Moduls	Studiengang Interkulturelles Management (B.A.)	Pflichtfach	Modulgruppe (gem. SPO): Interkulturelle Kompetenzen
Moduldauer	1 Semester	Modulangebot	Winter und Sommer
Modulverantwortlich	Christoph Bitzl, M.A.		
Dozierende	Christoph Bitzl, M.A.		
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 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. Die Studierenden lernen komplexe wissenschaftliche Informationen im Plenum zu präsentieren und Argumentationen in selbst moderierten Diskussionen abzuwägen und festzuhalten.		

Interkulturelle Kommunikation			
	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	Projektarbeit (PA, 10-20 Seiten): Seminararbeit (10-15 Seiten) nach Instruktion		
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Bestehen der Modulprüfung gem. SPO und Studienplan		
Anmerkungen / Hinweise			

9.1.5. Modul: Interkulturelle Kompetenz I

Interkulturelle Kompetenz I			
Modul-Nr.	05	SPO	SPO IKM/HSAN 20192
Verwendung des Moduls	Studiengang Interkulturelles Management (B.A.)	Pflichtfach	Modulgruppe (gem. SPO): Interkulturelle Kompetenzen
Moduldauer	1 Semester	Modulangebot	Winter und Sommer
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	This course aims to introduce students to the various concepts of culture, including intercultural competence - ability to interact effectively with people of different cultures - the set of shared attitudes, values, goals, and practices that characterizes a group, from historical, political and sociological perspectives. This course draws from the theoretical perspectives provided by the culture experts like Hofstede, Hall etc., who have developed theories and principles to interpret the basics of intercultural barriers. These concepts provide a basic guideline on how to address different situations, and avoid any potential misperceptions, for better intercultural communication outcomes.		
Qualifikationsziele			
Fachkompetenz und Methodenkompetenz Persönlichkeits-kompetenz und Sozialkompetenz Handlungskompetenz	The main objective of this course is to study and understand underlying theories and concepts of culture, to not only understand the cultural differences that exist, but also to develop intercultural competence needed to alleviate any misunderstandings.		
Spezielle Kompetenz	Interkulturelle Kompetenzen: The main objective of this course is to study and understand underlying theories and concepts of culture, to not only understand the cultural differences that exist, but also to develop intercultural competence needed to alleviate any misunderstandings.		
Inhalte	• Define cultural competence and recognize why it is important to be interculturally competent. • Demonstrate the knowledge of various cultural concepts, including Hofstede, Hall, and Schein. • Develop intercultural sensitivity to comprehend the difference between ethnocentrism and ethnorelativism. • Students will be able to compare and contrast their own culture to other cultures.		

Interkulturelle Kompetenz I			
	• Develop an understanding of cultural differences, and how they can result in conflicts and how these conflicts might be resolved. • Use of intercultural trainings to develop overall intercultural competence.		
Literatur	Primary Source: The Instructor shall provide a variety of sources through in class slides/presentations, articles, cases and simulations to engage the students actively. Recommended Readings: 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). Additional reading: There is no particular textbook for this course. The instructor will provide readings via emails and/or handouts. However, students are encouraged to use additional books, journal articles, magazines, and approved online sources for completion of the assigned tasks		
Zulassungsvoraussetzungen gem. SPO	- Keine -	Empfohlene Voraussetzungen	
Prüfungsart und Umfang gem. SPO	Präsentation (Präs., 15-20 Min.): Präsentation, Dauer 15 Minuten		
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Bestehen der Modulprüfung gem. SPO und Studienplan		
Anmerkungen / Hinweise			

9.1.6. Modul: Interkulturelle Kompetenz II

Interkulturelle Kompetenz II			
Modul-Nr.	06	SPO	SPO IKM/HSAN 20192
Verwendung des Moduls	Studiengang Interkulturelles Management (B.A.)	Pflichtfach	Modulgruppe (gem. SPO): Interkulturelle Kompetenzen
Moduldauer	1 Semester	Modulangebot	Winter und 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	Building on the foundations laid in the Intercultural Competence I, this course will further enhance the understanding of culture by extending the literature to include the practical aspects of culture. Intercultural barriers and the subsequent misunderstandings can greatly influence any managerial decision and the potential outcomes. Ergo, for both leaders and managers, developing intercultural competence is of utmost requirement to be successful in an international and dynamic business environment. This course draws from key concepts from intercultural management research and provides a detailed understanding of these concepts through live cases and examples, by emphasizing on culturally diverse geographic regions and emerging markets.		
Qualifikationsziele			
Fachkompetenz und Methodenkompetenz Persönlichkeits-kompetenz und Sozialkompetenz Handlungskompetenz	The main objective of this course is to enable students to understand the various cultural aspects that can have an impact on international business outcomes, based on extensive intercultural management research. Students would learn the intercultural communication and negotiation issues that are important to consider while conducting cross border trade. Additionally, students would also learn about concepts like intercultural diversity in workplace, bi-culturalism, boundary spanners and other relevant concepts through the extant literature on the topic.		
Spezielle Kompetenz	Interkulturelle Kompetenzen: The main objective of this course is to enable students to understand the various cultural aspects that can have an impact on international business outcomes, based on extensive intercultural management research. Students would learn the intercultural communication and negotiation issues that are important to consider while conducting cross border trade. Additionally, students would also learn about concepts like intercultural diversity in workplace, bi-culturalism, boundary spanners and other relevant concepts through the extant literature on the topic.		

Interkulturelle Kompetenz II			
Inhalte	• Intercultural management research • Concepts of Culture • Inter Cultural diversity • Intercultural Communication and Negotiations • Management and Culture • Indigenous management research		
Literatur	Primary Source: The Instructor shall provide a variety of sources through in class slides/presentations, articles, cases and simulations to engage the students actively. Recommended readings: 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). Additional reading: There is no particular textbook for this course. The instructor will provide readings via emails and/or handouts. However, students are encouraged to use additional books, journal articles, magazines, and approved online sources for completion of assigned work.		
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			

9.1.7. Modul: Internationale Organisation und Prozessmanagement

Internationale Organisation und Prozessmanagement			
Modul-Nr.	07	SPO	SPO IKM/HSAN 20192
Verwendung des Moduls	Studiengang Interkulturelles Management (B.A.)	Pflichtfach	Modulgruppe (gem. SPO): Interkulturelle Kompetenzen
Moduldauer	1 Semester	Modulangebot	Winter und Sommer
Modulverantwortlich	Maximilian May, MBA M.Sc. PMM		
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 Organisationskontext 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 Organisationsentwicklung 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 Veränderungsvorhaben 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 Veränderungsvorhaben. Digitale Kompetenzen: Die Studierenden erstellen anspruchsvolle Management-Präsentationen, in denen komplexe Sachverhalte in relevanten Punkten ansprechend dargestellt werden.
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, Verhaltenstheoretische Ansätze, Entscheidungstheoretische Ansätze, Systemtheoretische Ansätze, Ökonomische Ansätze, Situativer Ansatz • Aufgabendifferenzierung und -integration • Gestaltung der Aufbauorganisation: Stellen und Gremien, Primärorganisation (funktional, divisional, Matrix, Holding) und Sekundärorganisation (Produktorganisation, Funktionsmanagement, Projektmanagement, SGE), Informale Strukturelemente und Organisationskultur • Gestaltung der Ablauforganisation: Prozessdefinition, Wertkettenmodell, Prozessorientierung, Prozessmodelle, Prozessmanagement nach dem P-D-C-A-Zyklus u.a. mit Prozesszielen und SPC, Prozessmodellierung (ARIS-Konzept, EPK, BPMN) • Gestaltung organisatorischen Wandels: Organisationsgestaltung und Organisationsentwicklung, Change-Modelle (3-Phasen Lewin, Kotter, Kraftfeldanalyse, Emotionskurve), Einstellungen gegenüber Wandel und Reaktionsmaßnahmen, Organisationales Lernen, Beratungsinterventionen, Lean-Ansätze, EFQM, Changemaßnahmen, Multiplikatorenmodell
Literatur		Vahs, D. (2015): Organisation – Ein Lehr- und Managementbuch. 9. Auflage, Verlag Schäffer Poeschel, Stuttgart. 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 Kotter, J.P. (2011): Leading Change. Wie Sie Ihr Unternehmen in acht Schritten erfolgreich verändern. Vahlen, München

Internationale Organisation und Prozessmanagement			
	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 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	Projektarbeit (PA, 10-20 Seiten): Seminararbeit 15-20 Seiten – konkrete unternehmerische Fallstellung, bearbeitet mit Begründung aus der Theorie		
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Bestehen der Modulprüfung gem. SPO und Studienplan		
Anmerkungen / Hinweise			

9.1.8. Modul: Interkulturelles Projektmanagement

Interkulturelles Projektmanagement			
Modul-Nr.	08	SPO	SPO IKM/HSAN 20192
Verwendung des Moduls	Studiengang Interkulturelles Management (B.A.)	Pflichtfach	Modulgruppe (gem. SPO): Interkulturelle Kompetenzen
Moduldauer	1 Semester	Modulangebot	Winter und Sommer
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Dominik Kögel		
Dozierende	Prof. Dr. Dominik Kögel, Maximilian May, MBA PMM		
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. Ein interkulturelles Projekt mit Studierenden von Partnerhochschulen sichert den Transfer in die Praxis ab.		
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).		
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.		

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 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.
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 Praxisprojektes unter ausgewählten Projektmanagement-Aspekten vor dem Hintergrund interkultureller Zusammenarbeit Die Durchführung eines studentischen Projektes zusammen mit Studierenden internationaler Partnerhochschulen ermöglicht die Anwendung des interkulturellen Projektmanagements in einem konkreten Beispiel.
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.

Interkulturelles Projektmanagement			
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 • Scrum Master (Scrum.org) Diese Zertifizierungen sind bei Arbeitgebern gut bekannt und können mit der Vorbereitung durch die Lehrveranstaltungen gut absolviert werden		

9.1.9. Modul: Management in Emerging Markets

Management in Emerging Markets			
Modul-Nr.	09	SPO	SPO IKM/HSAN 20192
Verwendung des Moduls	Studiengang Interkulturelles Management (B.A.)	Pflichtfach	Modulgruppe (gem. SPO): Interkulturelle Kompetenzen
Moduldauer	1 Semester	Modulangebot	Winter und 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	This course is intended for students who would like to know more about emerging markets, for example China, India, Africa etc., and would include management concepts from the emerging markets' context. This module would help the students to develop and enhance their knowledge about these markets by emphasizing on the strategies, business models, market growth potential, cultural characteristics and economic trends that are important to understand in the context of emerging markets.		
Qualifikationsziele			
Fachkompetenz und Methodenkompetenz Persönlichkeits-kompetenz und Sozialkompetenz Handlungskompetenz	The main objective of this course is to enable the students to comprehend the importance of emerging markets, and the role they play in the global economy. Additionally, this course would enable the students to study the business aspects, for example bottom of the pyramid etc., and management practices, for example in the field of expatriate management, that might be different from the developed economies.		
Spezielle Kompetenz	Interkulturelle und Betriebswirtschaftliche Kompetenzen: The main objective of this course is to enable the students to comprehend the importance of emerging markets, and the role they play in the global economy. Additionally, this course would enable the students to study the business aspects, for example bottom of the pyramid etc., and management practices, for example in the field of expatriate management, that might be different from the developed economies.		
Inhalte	• Difference between developed and emerging markets • Importance of emerging markets in the global economy • CSR and sustainability practices • OFDI and IFDI • Internationalization theories • Role of BRIC & N11 economies		

Management in Emerging Markets			
Literatur	Recommended readings: 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. Additionally, the instructor will provide the relevant material through in-class discussions, cases, articles and research papers.		
Zulassungsvoraussetzungen gem. SPO	Modul ikm-06 Interkulturelle Kompetenz II	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			

9.2. Modulbeschreibungen: Modulgruppe Sprachen

Die folgenden Modulbeschreibungen gehören alle in die Modulgruppe Sprachen. Tabelle 5 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
	Weitere Fremdsprache: Berufliche Kommunikation - Chinesisch

Tabelle 5 - 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.

9.2.1. Modul: Business English I

Business English I			
Modul-Nr.	10	SPO	SPO IKM/HSAN 20192
Verwendung des Moduls	Studiengang Interkulturelles Management (B.A.)	Pflichtfach	Modulgruppe (gem. SPO): Sprachen
Moduldauer	1 Semester	Modulangebot	Winter und 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 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.		
Handlungskompetenz	Die Studierenden kommunizieren ohne größere Einschränkung fließend und wirksam. Sie agieren und reagieren dabei je nach Situation und Adressatenkreis flexibel und angemessen.		

Business English I			
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 Email 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 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).		

Business English I	
	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.

9.2.2. Modul: Business English II

Business English II			
Modul-Nr.	11	SPO	SPO IKM/HSAN 20192
Verwendung des Moduls	Studiengang Interkulturelles Management (B.A.)	Pflichtfach	Modulgruppe (gem. SPO): Sprachen
Moduldauer	1 Semester	Modulangebot	Winter und 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: Die Studierenden haben vertiefte Kenntnis landeskundlicher und interkultureller Aspekte des englischen Sprachraums und ein Verständnis für grundlegende Verhaltensregeln im Geschäftskontext.		

Business English II			
	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. 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.		

9.2.3. Modul: Oral Communication for Business

Oral Communication for Business			
Modul-Nr.	12	SPO	SPO IKM/HSAN 20192
Verwendung des Moduls	Studiengang Interkulturelles Management (B.A.)	Pflichtfach	Modulgruppe (gem. SPO): Sprachen
Moduldauer	1 Semester	Modulangebot	Winter und Sommer
Modulverantwortlich	Dr. Martina Zürn		
Dozierende	Dr. Martina Zürn		
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	Fachkompetenz • 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 Methodenkompetenz: • Schulung der mündlichen Ausdrucksweise durch Vortrag einer Präsentation, sowie durch Rollenspiele von geschäftstypischen Situationen		
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.): mündliche Prüfung 15-20 Minuten		
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.		

9.2.4. Modul: Weitere Fremdsprache I - Spanisch

Weitere Fremdsprache I - Spanisch			
Modul-Nr.	13	SPO	SPO IKM/HSAN 20192
Verwendung des Moduls	Studiengang Interkulturelles Management (B.A.)	Pflichtfach	Modulgruppe (gem. SPO): Sprachen
Moduldauer	1 Semester	Modulangebot	Winter und Sommer
Modulverantwortlich	Dr. Christian Gebhard		
Dozierende	Dr. Christian Gebhard, Marcela Schmidt		
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: Die Studierenden verfügen über kommunikative Grundfertigkeiten, verstärkt im mündlichen Bereich, überwiegend für das private Umfeld. Neben allgemeinen		

Weitere Fremdsprache I - Spanisch			
	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: Universo.ele A2 – Digitale Ausgabe Digitalisiertes Kurs- und Arbeitsbuch mit integrierten Audiodateien ISBN 978-3-19-264333-0		
Zulassungsvoraussetzungen gem. SPO	- Keine -	Empfohlene Voraussetzungen	Nachweis über Sprachniveau A1 notwendig
Prüfungsart und Umfang gem. SPO	Projektarbeit (PA, 10-20 Seiten): Hausarbeit (Lernportfolio)		
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.		

9.2.5. Modul: Weitere Fremdsprache I - Französisch

Weitere Fremdsprache I - Französisch			
Modul-Nr.	13	SPO	SPO IKM/HSAN 20192
Verwendung des Moduls	Studiengang Interkulturelles Management (B.A.)	Pflichtfach	Modulgruppe (gem. SPO): Sprachen
Moduldauer	1 Semester	Modulangebot	Winter und Sommer
Modulverantwortlich	Sabine McIntosh		
Dozierende	Sabine McIntosh		
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 allgemeinen		

Weitere Fremdsprache I - Französisch			
	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.		

9.2.6. Modul: Weitere Fremdsprache I - Italienisch

Weitere Fremdsprache I - Italienisch			
Modul-Nr.	13	SPO	SPO IKM/HSAN 20192
Verwendung des Moduls	Studiengang Interkulturelles Management (B.A.)	Pflichtfach	Modulgruppe (gem. SPO): Sprachen
Moduldauer	1 Semester	Modulangebot	Winter und Sommer
Modulverantwortlich	Sabine McIntosh		
Dozierende	Sabine McIntosh		
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.		

9.2.7. Modul: Weitere Fremdsprache I - Chinesisch

Weitere Fremdsprache I - Chinesisch			
Modul-Nr.	13	SPO	SPO IKM/HSAN 20192
Verwendung des Moduls	Studiengang Interkulturelles Management (B.A.)	Pflichtfach	Modulgruppe (gem. SPO): Sprachen
Moduldauer	1 Semester	Modulangebot	Winter und Sommer
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 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 allgemeinen		

Weitere Fremdsprache I - Chinesisch			
	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

Weitere Fremdsprache I - Chinesisch	
Prüfungsart und Umfang gem. SPO	Projektarbeit (PA, 10-20 Seiten): Hausarbeit (Lernportfolio)
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.

9.2.8. Modul: Weitere Fremdsprache II - Spanisch

Weitere Fremdsprache II - Spanisch			
Modul-Nr.	14	SPO	SPO IKM/HSAN 20192
Verwendung des Moduls	Studiengang Interkulturelles Management (B.A.)	Pflichtfach	Modulgruppe (gem. SPO): Sprachen
Moduldauer	1 Semester	Modulangebot	Winter und Sommer
Modulverantwortlich	Dr. Christian Gebhard		
Dozierende	Dr. Christian Gebhard, Marcela Schmidt		
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.		

Weitere Fremdsprache II - Spanisch				
	Spezielle Kompetenz	Interkulturelle Kompetenz: 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: Universo.ele B1 – Digitale Ausgabe Digitalisiertes Kurs- und Arbeitsbuch mit integrierten Audiodateien ISBN 978-3-19-254334-0		
Zulassungsvoraussetzungen gem. SPO		Modul ikm-13 Weitere Fremdsprache I Spanisch oder entsprechende Kenntnisse	Empfohlene Voraussetzungen	s. Zulassungs-voraussetzungen
Prüfungsart und Umfang gem. SPO		Projektarbeit (PA, 10-20 Seiten): Hausarbeit (Lernportfolio)		
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.		

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

9.2.9. Modul: Weitere Fremdsprache II - Französisch

Weitere Fremdsprache II - Französisch			
Modul-Nr.	14	SPO	SPO IKM/HSAN 20192
Verwendung des Moduls	Studiengang Interkulturelles Management (B.A.)	Pflichtfach	Modulgruppe (gem. SPO): Sprachen
Moduldauer	1 Semester	Modulangebot	Winter und Sommer
Modulverantwortlich	Sabine McIntosh		
Dozierende	Sabine McIntosh		
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.		

Weitere Fremdsprache II - Französisch			
	Spezielle Kompetenz	Interkulturelle Kompetenz: 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) • Geŕondif • 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 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).		

Weitere Fremdsprache II - Französisch	
	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.

9.2.10. Modul: Weitere Fremdsprache II - Italienisch

Weitere Fremdsprache II - Italienisch			
Modul-Nr.	14	SPO	SPO IKM/HSAN 20192
Verwendung des Moduls	Studiengang Interkulturelles Management (B.A.)	Pflichtfach	Modulgruppe (gem. SPO): Sprachen
Moduldauer	1 Semester	Modulangebot	Winter und Sommer
Modulverantwortlich	Sabine McIntosh		
Dozierende	Sabine McIntosh		
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.		

Weitere Fremdsprache II - Italienisch			
Spezielle Kompetenz	Interkulturelle Kompetenz: 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 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 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).		

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.

9.2.11. Modul: Weitere Fremdsprache II - Chinesisch

Weitere Fremdsprache II - Chinesisch			
Modul-Nr.	14	SPO	SPO IKM/HSAN 20192
Verwendung des Moduls	Studiengang Interkulturelles Management (B.A.)	Pflichtfach	Modulgruppe (gem. SPO): Sprachen
Moduldauer	1 Semester	Modulangebot	Winter und Sommer
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 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.		

Weitere Fremdsprache II - Chinesisch			
	Spezielle Kompetenz	Interkulturelle Kompetenz: 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	Projektarbeit (PA, 10-20 Seiten): Hausarbeit (Lernportfolio)		
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Bestehen der Modulprüfung gem. SPO und Studienplan		

Weitere Fremdsprache II - Chinesisch	
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.

9.2.12. Modul: Weitere Fremdsprache: Berufliche Kommunikation - Spanisch

Weitere Fremdsprache: Berufliche Kommunikation - Spanisch			
Modul-Nr.	15	SPO	SPO IKM/HSAN 20192
Verwendung des Moduls	Studiengang Interkulturelles Management (B.A.)	Pflichtfach	Modulgruppe (gem. SPO): Sprachen
Moduldauer	1 Semester	Modulangebot	Winter und Sommer
Modulverantwortlich	Dr. Christian Gebhard		
Dozierende	Dr. Christian Gebhard, Marcela Schmidt		
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 oder Produktion und Handwerk, je nach ihrem gewählten Studienschwerpunkt. 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	Spanisch: Tano, Marcelo (2009): Expertos. Curso avanzado de español orientado al mundo del trabajo. Difusión/Klett. Libro del alumno + Audio-CD + DVD: 978-3-12-515595-4 (3-12-515595-9), Cuaderno de ejercicios + Audio-CD: 978-3-12-515596-1 Als digitale Ausgabe über Campus Difusión erhältlich.		
Zulassungsvoraussetzungen gem. SPO	- Keine -	Empfohlene Voraussetzungen	Modul Weitere Fremdsprache II - Spanisch 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	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.		

9.2.13. Modul: Weitere Fremdsprache: Berufliche Kommunikation - Französisch

Weitere Fremdsprache: Berufliche Kommunikation - Französisch			
Modul-Nr.	15	SPO	SPO IKM/HSAN 20192
Verwendung des Moduls	Studiengang Interkulturelles Management (B.A.)	Pflichtfach	Modulgruppe (gem. SPO): Sprachen
Moduldauer	1 Semester	Modulangebot	Winter und Sommer
Modulverantwortlich	Sabine McIntosh		
Dozierende	Sabine McIntosh		
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 oder Produktion und Handwerk, je nach ihrem gewählten Studienschwerpunkt. 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 - Französisch			
	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: • 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		
Zulassungsvoraussetzungen gem. SPO	- Keine -	Empfohlene Voraussetzungen	Modul Weitere Fremdsprache II – Französisch 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	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.		

9.2.14. Modul: Weitere Fremdsprache: Berufliche Kommunikation - Italienisch

Weitere Fremdsprache: Berufliche Kommunikation - Italienisch			
Modul-Nr.	15	SPO	SPO IKM/HSAN 20192
Verwendung des Moduls	Studiengang Interkulturelles Management (B.A.)	Pflichtfach	Modulgruppe (gem. SPO): Sprachen
Moduldauer	1 Semester	Modulangebot	Winter und Sommer
Modulverantwortlich	Sabine McIntosh		
Dozierende	Sabine McIntosh		
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 oder Produktion und Handwerk, je nach ihrem gewählten Studienschwerpunkt. 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 - Italienisch			
	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: • 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: Skript 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	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. 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.		

9.2.15. Modul: Weitere Fremdsprache: Berufliche Kommunikation - Chinesisch

Weitere Fremdsprache: Berufliche Kommunikation - Chinesisch			
Modul-Nr.	15	SPO	SPO IKM/HSAN 20192
Verwendung des Moduls	Studiengang Interkulturelles Management (B.A.)	Pflichtfach	Modulgruppe (gem. SPO): Sprachen
Moduldauer	1 Semester	Modulangebot	Winter und Sommer
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 oder Produktion und Handwerk, je nach ihrem gewählten Studienschwerpunkt. 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 - Chinesisch			
	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: • 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	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. 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.		

9.3. Modulbeschreibungen: Modulgruppe Betriebswirtschaftliche Kompetenzen

Die folgenden Modulbeschreibungen gehören alle in die Modulgruppe Betriebswirtschaftliche Kompetenzen. Tabelle 6 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	Bürgerliches Recht
17	Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre
18	Grundlagen der Volkswirtschaftslehre
19	Internationales Personalmanagement
20	Investition und Finanzierung
21	Unternehmensplanspiel
22	Wirtschaftsmathematik
23	Wissenschaftliches Arbeiten

Tabelle 6 - Modulgruppe Betriebswirtschaftliche Kompetenzen

9.3.1. Modul: Bürgerliches Recht

Bürgerliches Recht			
Modul-Nr.	16	SPO	SPO IKM/HSAN 20192
Verwendung des Moduls	Studiengang Interkulturelles Management (B.A.)	Pflichtfach	Modulgruppe (gem. SPO): Betriebswirtschaftliche Kompetenzen
Moduldauer	1 Semester	Modulangebot	Winter und Sommer
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Marc-Oliver Banzhaf (TH Aschaffenburg), Prof. Dr. Christiane Seidel (TH Aschaffenburg)		
Dozierende	Prof. Dr. Marc-Oliver Banzhaf (TH Aschaffenburg), 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 Rechtskenntnisse 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.		

Bürgerliches Recht			
Inhalte	Grundzüge des Allgemeinen Teils des BGB Grundzüge des Schuldrechts Grundzüge ds Sachenrechts		
Literatur	Gesetzessammlung zum Wirtschaftsrecht Führich, Wirtschaftsprivatrecht, Vahlen Verlag		
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)		

9.3.2. Modul: Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre

Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre			
Modul-Nr.	17	SPO	SPO IKM/HSAN 20192
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 Entscheidungen 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 II.) Konstitutive Entscheidungen für Unternehmen a. Rechtsformen/ Mitbestimmung		

Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre			
	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			

9.3.3. Modul: Grundlagen der Volkswirtschaftslehre

Grundlagen der Volkswirtschaftslehre			
Modul-Nr.	18	SPO	SPO IKM/HSAN 20192
Verwendung des Moduls	Studiengang Interkulturelles Management (B.A.)	Pflichtfach	Modulgruppe (gem. SPO): Betriebswirtschaftliche Kompetenzen
Moduldauer	1 Semester	Modulangebot	Winter und Sommer
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Erich Ruppert (TH Aschaffenburg)		
Dozierende	Prof. Dr. Erich Ruppert (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. Sie erwerben die Befähigung, Konsequenzen wirtschaftspolitischer Entscheidungen für das unternehmerische Handeln zu erkennen und problemadäquate Lösungen zu formulieren.		

Grundlagen der Volkswirtschaftslehre			
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)		

9.3.4. Modul: Internationales Personalmanagement

Internationales Personalmanagement			
Modul-Nr.	19	SPO	SPO IKM/HSAN 20192
Verwendung des Moduls	Studiengang Interkulturelles Management (B.A.)	Pflichtfach	Modulgruppe (gem. SPO): Betriebswirtschaftliche Kompetenzen
Moduldauer	1 Semester	Modulangebot	Winter und Sommer
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Ivo Schäfer (TH Aschaffenburg), Prof. Dr. Astrid Szebel-Habig (TH Aschaffenburg)		
Dozierende	Prof. Dr. Ivo Schäfer (TH Aschaffenburg), Prof. Dr. Astrid Szebel-Habig (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 behandelt wesentliche Konzepte des Personalmanagements inklusive Leadership und Führung. Das Modul wird von der TH Aschaffenburg durchgeführt. Am Campus Rothenburg wird ergänzend ein Workshop „Talent-Management" angeboten, der die internationale Suche nach Talenten im Fokus hat.		
Qualifikationsziele			
Fachkompetenz und Methodenkompetenz	Die Studierenden kennen die wichtigsten Grundbegriffe zu den Themen Personalmanagement, Leadership und Führung. Sie können die aktuellen Herausforderungen einer Führungskraft benennen wie z.B. Virtuelle Führung und Teamarbeit. Die Studierenden können die zentrale Bedeutung der Humanressourcen für den Unternehmenserfolg erläutern. Anhand von Fallbeispielen lernen sie Führungstechniken anzuwenden z.B. Das Führen von Mitarbeitergesprächen oder das Führungskonzept „Management by objectives" (MbO).		
Persönlichkeits-kompetenz und Sozialkompetenz	Die Studierenden reflektieren ihre eigene Rolle als potentielle Führungskraft und setzen ihre Stärken situationsadäquat ein.		
Handlungskompetenz	Die Studierenden sind in der Lage, für ein konkretes Führungsproblem die situativ richtige Lösung anzuwenden und ihre Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter so zu motivieren, dass Fehlzeiten und Fluktuation niedrig bleiben. Die Studierenden können die zentrale Bedeutung der Humanressourcen für den Unternehmenserfolg erläutern.		

Internationales Personalmanagement			
Spezielle Kompetenz	Betriebswirtschaftliche Kompetenzen: Die Studierenden kennen ausgewählte Instrumente moderner Personalarbeit und sind in der Lage, diese im Unternehmensalltag erfolgreich anzuwenden.		
Inhalte	Modul der TH Aschaffenburg: Die Studierenden haben einen Überblick erarbeitet über Theorien und Instrumente der Menschenführung mit Schwerpunkten in den Bereichen 1. Individualverhalten (Motive; Motivation) 2. Führungsverhalten (Führungsstile; Führungskonzepte; Führungstheorien) 3. Gruppenverhalten (Optimierung von Teamarbeit) Damit erwerben die Studierenden die Fähigkeit, das Instrumentarium der zeitgemäßen Personalarbeit im Tagesgeschäft einzusetzen Ausgewählte Instrumente zeitgemäßer Personalarbeit in den folgenden Aufgabenfeldern: • Unternehmensstrategie und Personalmanagement • Personalplanung • Personalgewinnung • Personaleinsatz • Personalentwicklung • Personalerhaltung Alle inhaltlichen Schwerpunkte werden regelmäßig mit internationalen Bezügen behandelt. Workshop Talent Management: • Besonderheiten internationalen Recruitings • Kulturelle Spezifika • Umsetzung Talent Management in Organisationen		
Literatur	Reineck, Uwe/ Sambeth, Ulrich/ Winklhofer, Andreas, (2. Aufl. 2011): Handbuch Führungskompetenzen trainieren Blessin, Bernd; Wick, Alexander (7. Aufl. 2014): Führen und führen lassen Stock-Homburg, Ruth (3. Aufl. 2013): Personalmanagement Bröckermann, Reiner (6. Aufl. 2011): Personalwirtschaft Olfert, Klaus (16. Aufl. 2015): Personalwirtschaft Purps-Pardigol, Sebastian (2015): Führen mit Hirn Petry, Thorsten (2016): Digital Leadership Steinmann, Horst / Schreyögg, Georg / Koch, Jochen (7. Aufl. 2013): Management - Grundlagen der Unternehmensführung Weitere Unterlagen und e-Learning-Komponenten stehen auf Moodle zur Verfügung		
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)		

9.3.5. Modul: Investition und Finanzierung

Investition und Finanzierung			
Modul-Nr.	20	SPO	SPO IKM/HSAN 20192
Verwendung des Moduls	Studiengang Interkulturelles Management (B.A.)	Pflichtfach	Modulgruppe (gem. SPO): Betriebswirtschaftliche Kompetenzen
Moduldauer	1 Semester	Modulangebot	Winter und Sommer
Modulverantwortlich	Sven Kupfer		
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.		
Inhalte	Im Modul Investition und Finanzierung werden die Grundlagen dieser beiden Themengebiete vermittelt.		

Investition und Finanzierung			
	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			

9.3.6. Modul: Unternehmensplanspiel

Unternehmensplanspiel			
Modul-Nr.	21	SPO	SPO IKM/HSAN 20192
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	Text		
Qualifikationsziele			
Fachkompetenz und Methodenkompetenz	Kenntnis der unterschiedlichen Aspekte des strategischen Managements und dessen direkte operative Umsetzung in abgestimmte Managemententscheidungen im Rahmen einer Unternehmenssimulation. 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 ins Besondere 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 wettbewerbsfähige Strategie zu entwickeln. Dazu nutzen sie klassische Controlling- und Planungsinstrumente ebenso wie Techniken zur Strukturierung und Analyse komplexer Daten, um daraus sowohl strategische als auch operative Initiativen auf Grundlage des Unternehmensplanspieles zu entwickeln.		

Unternehmensplanspiel			
	Spezielle Kompetenz	Betriebswirtschaftliche Kompetenzen: Die Studierenden wenden erlernte Problem-Lösungskompetenz in unterschiedlichen Managementdisziplinen an, um eine wettbewerbsfähige Strategie zu entwickeln. Dazu nutzen sie klassische Controlling- und Planungsinstrumente ebenso wie Techniken zur Strukturierung und Analyse komplexer Daten, um daraus sowohl strategische als auch operative Initiativen auf Grundlage des Unternehmensplanspieles zu entwickeln. 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		Projektarbeit (PA, 10-20 Seiten): Studienarbeit, 10-15 Seiten, nach Instruktion: Erstellung von Unternehmensberichten zur „Hauptversammlung"	
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten		Bestehen der Modulprüfung gem. SPO und Studienplan	
Anmerkungen / Hinweise			

9.3.7. Modul: Wirtschaftsmathematik

Wirtschaftsmathematik			
Modul-Nr.	22	SPO	SPO IKM/HSAN 20192
Verwendung des Moduls	Studiengang Interkulturelles Management (B.A.)	Pflichtfach	Modulgruppe (gem. SPO): Betriebswirtschaftliche Kompetenzen
Moduldauer	1 Semester	Modulangebot	Winter und Sommer
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 • Differentiation und ihre ökonomische Anwendung bei Funktion mit einer und mehreren unabhängigen Variablen (Differentiationsregeln,		

<table>
<tr><th colspan="4">Wirtschaftsmathematik</th></tr>
<tr><td></td><td colspan="3">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.</td></tr>
<tr><td>Literatur</td><td colspan="3">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</td></tr>
<tr><td>Zulassungsvoraussetzungen gem. SPO</td><td>- Keine -</td><td>Empfohlene Voraussetzungen</td><td></td></tr>
<tr><td>Prüfungsart und Umfang gem. SPO</td><td colspan="3">schriftlicher Leistungsnachweis (schrLN, 60-120 Min.): Klausur, Dauer 120 Minuten</td></tr>
<tr><td>Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten</td><td colspan="3">Bestehen der Modulprüfung gem. SPO und Studienplan</td></tr>
<tr><td>Anmerkungen / Hinweise</td><td colspan="3">Das Modul wird im Rahmen der Kooperation regioBWL von der TH Aschaffenburg durchgeführt.

Quelle: Modulbeschreibung TH Aschaffenburg</td></tr>
</table>

9.3.8. Modul: Wissenschaftliches Arbeiten

Wissenschaftliches Arbeiten			
Modul-Nr.	23	SPO	SPO IKM/HSAN 20192
Verwendung des Moduls	Studiengang Interkulturelles Management (B.A.)	Pflichtfach	Modulgruppe (gem. SPO): Betriebswirtschaftliche Kompetenzen
Moduldauer	1 Semester	Modulangebot	Winter und Sommer
Modulverantwortlich	Christoph Bitzl, M.A.		
Dozierende	Christoph Bitzl, M.A.		
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 Basisinhalte der Wissenschaftstheorie sowie die grundlegenden Arbeitstechniken zum Verständnis und eigenem Verfassen wissenschaftlicher Arbeiten und deren Präsentation im wissenschaftlichen Plenum.		
Qualifikationsziele			
Fachkompetenz und Methodenkompetenz	Die Studierenden erwerben grundlegende Kenntnisse zur Bedeutung und wissenschaftstheoretischen Genealogie des methodengeleiteten Erkenntnisgewinns durch die Wissenschaften. Die Studierenden erlangen die Fähigkeit, selbstständig prozessual wissenschaftlich zu arbeiten. Dies reicht von der Themenfindung bis zur schriftlichen Ausformulierung und mündlichen Präsentation einer wissenschaftlichen Arbeit. Die Studierenden sind in der Lage, unterschiedliche aktuelle Forschungsthemen anhand von Originalliteratur zu bearbeiten.		
Persönlichkeits-kompetenz und Sozialkompetenz	Die Studierenden lernen, selbstorganisiert und systematisch wissenschaftliche Fragestellungen zu bearbeiten. Die Studierenden werden befähigt, erworbenes Wissen kritisch zu reflektieren und eine wissenschaftliche Diskussion selbstständig aufzubereiten. Die Studierenden erwerben die Fähigkeit, eigenständig einen Standpunkt zu einer Forschungsfrage anhand einer Analyse des Forschungsstands zu erläutern, kritisch abzuwägen und wiederzugeben. Die Studierenden erlangen Fähigkeiten zur Präsentation, Diskussionsführung sowie Beurteilung von Vorträgen im wissenschaftlichen Plenum.		
Handlungskompetenz	Die Studierenden erwerben grundlegende Fähigkeiten der wissenschaftlichen Literaturrecherche sowie des kritischen Urteilsvermögens im wissenschaftlichen Diskurs. Die Studierenden sind in der Lage, ein Exposé für ein von Ihnen zu bearbeitendes Thema (inkl. Projektplan) zu erstellen. Die Studierenden sind fähig, komplexe wissenschaftliche Zusammenhänge systematisch aus Texten zu erschließen (exzerpieren).		

Wissenschaftliches Arbeiten				
		Die Studierenden erlangen die Fähigkeit, ansprechende wissenschaftliche Präsentationen zu erstellen. Die Studierenden sind in der Lage, schriftlich und mündlich logisch zu argumentieren und diese Argumente systematisch darzulegen.		
	Spezielle Kompetenz	Betriebswirtschaftliche und digitale Kompetenzen: Selbstorganisation und Recherchetechniken		
Inhalte		Im Modul Wissenschaftliches Arbeiten werden grundlegende Kenntnisse zu Wissenschaftstheorie, dem Verständnis wissenschaftlicher Texte, dem logischem Argumentieren, der Literaturrecherche und -beurteilung sowie dem schriftlichen und mündlichen Verfassen wissenschaftlicher Arbeiten und Präsentationen vermittelt. • Wissenschaftstheorie & Grundlagen wissenschaftlichen Arbeitens • Planung & Aufbau einer wissenschaftlichen Arbeit • Verfassen von Exzerpten, Essays und Exposés • Logisches wissenschaftliches Argumentieren • Literaturrecherche • Präsentieren wissenschaftlicher Arbeiten • Techniken der Selbstorganisation und Konzentration		
Literatur		Bänsch, A. (2013): Wissenschaftliches Arbeiten. Berlin Berger-Grabner, D. (2016): Wissenschaftliches Arbeiten in den Wirtschafts- und Sozialwissenschaften. Wiesbaden Chalmers, A. (2007): Wege der Wissenschaft. Berlin [u.a.] Kornmeier, M. (2007): Wissenschaftstheorie und Wissenschaftliches Arbeiten. Kornmeier, M. (2018): Wissenschaftlich schreiben leicht gemacht. Bern Manschwetus, U. (2017): Ratgeber wissenschaftliches Arbeiten. Lüneburg Nöllke, C. / Schmettkamp, M. (2011): Präsentieren. Freiburg; München. Sandberg, B. (2017): Wissenschaftliches Arbeiten von Abbildung bis Zitat. Berlin Theisen, M.-R. (2017): Wissenschaftliches Arbeiten. München		
Zulassungsvoraussetzungen gem. SPO		- Keine -	Empfohlene Voraussetzungen	
Prüfungsart und Umfang gem. SPO		Projektarbeit (PA, 10-20 Seiten): Seminararbeit, 10-15 Seiten, nach Instruktion		
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten		Bestehen der Modulprüfung gem. SPO und Studienplan		
Anmerkungen / Hinweise				

9.4. Modulbeschreibungen: Modulgruppe Digitale Kompetenzen

Die folgenden Modulbeschreibungen gehören alle in die Modulgruppe Digitale Kompetenzen. Tabelle 7 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
27	Medien und Kommunikation

Tabelle 7 - Modulgruppe Digitale Kompetenzen

9.4.1. Modul: Digitales Marketing

Digitales Marketing			
Modul-Nr.	25	SPO	SPO IKM/HSAN 20192
Verwendung des Moduls	Studiengang Interkulturelles Management (B.A.)	Pflichtfach	Modulgruppe (gem. SPO): Digitale Kompetenzen
Moduldauer	1 Semester	Modulangebot	Winter und 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.		

Digitales Marketing			
	Betriebswirtschaftliche Kompetenzen: Die Studierenden sind in der Lage die Ressourcen für Marketingkampagnen abzuschätzen und die Kampagne an den jeweiligen Unternehmenskontext anzupassen. 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	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			

9.4.2. Modul: Innovationsmanagement und Digitalisierung

Innovationsmanagement und Digitalisierung			
Modul-Nr.	25	SPO	SPO IKM/HSAN 20192
Verwendung des Moduls	Studiengang Interkulturelles Management (B.A.)	Pflichtfach	Modulgruppe (gem. SPO): Digitale Kompetenzen
Moduldauer	1 Semester	Modulangebot	Winter und Sommer
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Dominik Kögel		
Dozierende	Prof. Dr. Dominik Kögel, Maximilian May, MBA 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 Studierenden 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 im Rahmen eines DesignThinking-Workshops.		
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 Bestimmungsmechanismen von Innovation sowie der wesentlichen Ansatzpunkte 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.		
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.		

Innovationsmanagement und Digitalisierung				
	Handlungskompetenz	Die Studierenden gestalten Innovationsmanagement als grundlegende organisationale Einbindung von Innovation in Organisationen auf Basis der Kenntnis von Methoden und Abläufen des Innovationsmanagements. Sie moderieren kleine, partizipative Workshops eigenständig unter Einsatz von Moderationsmethoden und -medien. Sie differenzieren die verschiedenen Schritte und Herangehensweisen strukturierter Problemlösungs- und Ideenfindungsherangehensweisen und kennen aktuelle Trendthemen.		
	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 J. Bessant (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. Koltze, K. und Souckov, V. (2011): Systematische Innovation. TRIZ-Anwendung in der Produkt- und Prozessentwicklung. Hanser, München.		
Zulassungsvoraussetzungen gem. SPO		- Keine -	Empfohlene Voraussetzungen	Empfehlenswert ist eine vorherige Beschäftigung mit wesentlichen Innovationen von

Innovationsmanagement und Digitalisierung			
			erfolgreichen Organisationen.
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			

9.4.3. Modul: Marktforschung

Marktforschung			
Modul-Nr.	26	SPO	SPO IKM/HSAN 20192
Verwendung des Moduls	Studiengang Interkulturelles Management (B.A.)	Pflichtfach	Modulgruppe (gem. SPO): Digitale Kompetenzen
Moduldauer	1 Semester	Modulangebot	Winter und Sommer
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Carolin Durst		
Dozierende	vhb Bayern / 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	Im Modul werden detailliert Instrumente der Marktforschung beleuchtet. Hier sind insbesondere die quantitativen Methoden und die Anwendung spezieller Statistiksoftware SPSS im Fokus. Dies erfolgt in zwei Teilen: Teil I: Kurs „Marktforschung mit SPSS“ an der Virtuellen Hochschule Bayern Teil II: Vertiefende Workshops zur angewandten Marktforschung		
Qualifikationsziele			
Fachkompetenz und Methodenkompetenz	Die Studierendenden bewerten unterschiedliche Methoden quantitativer Forschung im Marktumfeld. Sie kennen den Weg von der Erstellung eines Fragebogens bis zur Auswertung in SPSS und bewerten die Ergebnisse einfacher Auswertungen. Die Studierenden verfügen über ein grundlegendes Spektrum an Methoden quantitativer Forschung. Sie kennen Auswertestrategien und können diese zur Fragebogenauswertung anwenden. Sie wenden unterschiedliche Mittelwerte, Streuungsmasse und Datenbereinigung ebenso an wie analytisch-methodische Verfahren (Chi-Quadrat-Test, Regressionsanalyse).		
Persönlichkeits-kompetenz und Sozialkompetenz	Die Studierenden kommunizieren professionell im Rahmen qualitativer Marktforschungsvorhaben über alle Phasen hinweg.		
Handlungskompetenz	Die Studierenden führen eigene, kleine Marktforschungsvorhaben selbstständig durch. Dabei sind sowohl Fragebogenauswertung wie auch die Auswertung und Bewertung mittels SPSS als Standardsoftware an den Regeln guter Forschungspraxis orientiert.		
Spezielle Kompetenz	Betriebswirtschaftliche Kompetenzen: Die Studierenden bewerten unterschiedliche Einsatzgebiete quantitativer Marktforschung und führen eigenständige Marktforschungsvorhaben durch. Dabei verfügen sie über Verständnis der Verfahren der Marktforschung, interpretieren Kennzahlen und erkennen signifikante Unterschiede.		

Marktforschung			
	Digitale Kompetenzen: Die Studierenden wenden Fragebogensoftware sowie SPSS als Auswertungssoftware eigenständig an.		
Inhalte	Inhalte des vhb-Moduls Marktforschung mit SPSS: 1.1 Einführung in die Statistik-Software SPSS 1.2 Vom Fragebogen zur Datei 1.3 Offene Angaben und Teilmengen 2.1 Häufigkeiten analysieren und visualisieren 2.2 Lageparameter 2.3 Streuungsparameter und Schiefe 3.1 Identifikation und Behandlung von Ausreissern 3.2 Umkodieren 3.3 Mehrfachantworten-Sets 4.1 Kreuztabellen 4.2 Chi-Quadrat-Tests 4.3 Kreuztabellen und Chi-Quadrat-Tests in SPSS 5.1 Gruppenmittelwerte und Varianzanalysen 5.2 Der F-Wert 5.3 Varianzanalysen mit SPSS 6.1 Regressionsgleichung 6.2 F-Wert Regression 6.3 Regressionsanalyse mit SPSS 7.1 Korrelationen zwischen variablen untersuchen 7.2 Multiple Regressionsanalyse mit SPSS 7.3 Mehrdimensionale Varianzanalyse Ergänzende Workshops am Campus als begleitendes Angebot: • Wie funktioniert Marktforschung in der Praxis? • Wie akquiriert man Kunden und wie setzt man ein Marktforschungsprojekt auf?		
Literatur	vhb Kursmaterial, aktuelle Version		
Zulassungsvoraussetzungen gem. SPO	- Keine -	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	SPSS ist über die Hochschul-IT vorhanden		

9.4.4. Modul: Medien und Kommunikation

Medien und Kommunikation			
Modul-Nr.	27	SPO	SPO IKM/HSAN 20192
Verwendung des Moduls	Studiengang Interkulturelles Management (B.A.)	Pflichtfach	Modulgruppe (gem. SPO): Digitale Kompetenzen
Moduldauer	1 Semester	Modulangebot	Winter und Sommer
Modulverantwortlich	Florian Diener, M.A.		
Dozierende	Florian Diener, M.A.		
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	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 praktischen Übungen in virtuellen Kleingruppen sowie individuell zu bearbeitende Aufgabenstellungen. Im Rahmen einer Präsenzveranstaltung werden Handlungskompetenzen vertieft und ausgebaut.		
Qualifikationsziele			
Fachkompetenz und Methodenkompetenz Persönlichkeits-kompetenz und Sozialkompetenz	Generelle Qualifikationsziele • Wissen über grundlegende Medien- und Kommunikationstheorien erlangen • Grundwissen über die Medienlandschaft und Medientypen wiedergeben • Medienangebote kritisch reflektieren und analysieren		

Medien und Kommunikation	
	• 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 2 – Medienarbeit / PR in Unternehmen 3 – Kritischer Umgang mit Medien I (Fake News)

Medien und Kommunikation			
	4 – Kritischer Umgang mit Medien II (Stereotype in den Medien & Gender Marketing) 5 – Videoproduktion und digitale Fotografie (Theorie und Praxis) 6 – Besprechungs- und Präsentationsmedien 7 – Visualisieren & Grundlagen der Mediengestaltung 8 – Datenschutz und Datensicherheit 9 – Mediennutzung		
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	Projektarbeit (PA, 10-20 Seiten): Seminararbeit, 10-15 Seiten nach Instruktion		
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Bestehen der Modulprüfung gem. SPO und Studienplan		
Anmerkungen / Hinweise			

9.5. Modulbeschreibungen: Modulgruppe Studienschwerpunkte

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

- Gastronomie und Tourismus
- Handel und Dienstleistungen
- Produktion und Handwerk

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.

9.5.1. 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 8 - Modulgruppe Studienschwerpunkt Gastronomie und Tourismus

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

- Hotel- und Gastronomiemanagement
- Eventmanagement
- Nachhaltiger Tourismus

9.5.1.1. Modul: Hotel- und Gastronomiemanagement

Hotel- und Gastronomiemanagement			
Modul-Nr.	28.1	SPO	SPO IKM/HSAN 20192
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	Winter und Sommer
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Edgar E. Schaetzing		
Dozierende	Prof. Dr. Edgar E. Schaetzing		
Sprache	Deutsch		
Leistungspunkte	5	SWS	4
Arbeitsaufwand	Kontaktstunden: 36 h Selbststudium: 114 h Gesamtaufwand: 150 h		
Lehrformen (gem. SPO):	☒ e-Learning (eL) ☒ Vorlesung (V) ☒ Übung (Ü) ☐ Exkursion (Ex) ☐ Praktikum		
Kurzbeschreibung	Im Modul werden die Besonderheiten des Hospitality- und Gastronomiemanagements und geeignete Methoden des Managements in diesem Bereich beleuchtet. Das Modul behandelt die Arbeitsweise von Hospitality- und Gastronomieunternehmen vor dem Hintergrund umfassender globaler Herausforderungen.		
Qualifikationsziele			
Fachkompetenz und Methodenkompetenz	Die Studierenden erkennen Strukturen und Potentiale von Hospitality- und Gastronomiemanagement, lernen die Besonderheiten von Wertschöpfungsprozessen von Hotellerie und Gastronomie kennen, um effektives Management und Innovationen abzuleiten		
Persönlichkeits-kompetenz und Sozialkompetenz	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 analysieren konkrete Geschäftssituationen im Hospitality- und Gastronomiebereich und erarbeiten fundierte Lösungsoptionen.		
Spezielle Kompetenz	Betriebswirtschaftliche Kompetenzen: Die Studierenden analysieren konkrete Geschäftssituationen im Hospitality- und Gastronomiebereich und erarbeiten fundierte Lösungsoptionen.		
Inhalte	Hospitality-Management: • Grundlagen und Struktur des Beherbergungswesens • Einordnung der Hotellerie in die Tourismuswirtschaft • Food & Beverage-Management und Rooms-Division-Management • Hotelmanagement - generelle Managementfunktionen eines Hotels einschließlich Preiskalkulationen, Erfolgsrechnung, Uniform System of Accounts sowie strategischem Hotelmanagement • Marketing & Vertrieb		

Hotel- und Gastronomiemanagement			
	Gastronomie-Management: • Einführung in die Bereiche des Gastronomie- Managements • Dienstleistungselemente und Dienstleistungskette in der Gastronomie • Betriebsarten der Gastronomiebranche und Unterscheidung von Verpflegungsbetrieben einschließlich Individual-, System-/Markengastronomie • Wettbewerb und Trends in der Gastronomie		
Literatur	Berg, W. (2012): Tourismusmanagement, Herne Bowie, D. et al. (2017): Hospitality Marketing, London Dreyer, A., Dehner, C (2003).: Kundenzufriedenheit im Tourismus. Entstehung, Messung und Sicherung mit Beispielen aus der Hotelbranche, München Fachzeitschriften: Journal of Tourism and Hospitality Management, AHGZ-Allgemeine Hotel- und Gaststättenzeitung, TOP Hotel, Rolling Pin Freyer, W. (2015): Tourismus. Einführung in die Fremdenverkehrsökonomie, Berlin/München/Boston Gardini, M. A., (2015). Marketing Management in der Hotellerie (3. Aufl.). Berlin: De Gruyter Oldenbourg. Hänssler, K. H. (2016). Management in Hotellerie und Gastronomie: Betriebswirtschaftliche Grundlagen. De Gruyter, Oldenbourg. Henschel, U. C., (2018) Hotelmanagement (8. Aufl.). Berlin: De Gruyter Oldenbourg Kotler, P.T. (2016): Marketing for Hospitality and Tourism, Harlow		
Zulassungsvoraussetzungen gem. SPO	- Keine -	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			

9.5.1.2. Modul: Eventmanagement

Eventmanagement			
Modul-Nr.	28..2	SPO	SPO IKM/HSAN 20192
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 und Sommer
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Carolin Durst		
Dozierende	Prof. Dr. Carolin Durst , Sophia Hübner		
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	Wie manage ich ein Event von der Planung bis zur Umsetzung? Ob Messen, Ausstellungen, Konferenzen, Marketingveranstaltungen von Unternehmen oder öffentliche Sport- und Kulturveranstaltungen – die Eventbranche ist vielfältig. Im B2B finden Events häufig Anwendung im Rahmen von Produkt-Roadshows, aber auch als team- oder kundenfokussierte Veranstaltungen haben sie ihren festen Platz als essenzielles Marketinginstrument in der Unternehmenslandschaft gefunden. Politik, Wirtschaft und Gesellschaft nutzen Messen, Konferenzen und Tagungen zur effektiven Informationsvermittlung; Live-Veranstaltungen wie Tage der offenen Tür, Konzerte, Festivals, Fußballspiele oder Ausstellungen richten sich an die Öffentlichkeit an. Die nötigen Kenntnisse und Fertigkeiten zum Management verschiedenster Veranstaltungsarten werden 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 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): Seminararbeit, 10-15 Seiten gem. Instruktion	
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten		Bestehen der Modulprüfung gem. SPO und Studienplan	
Anmerkungen / Hinweise			

9.5.1.3. Modul: Nachhaltiger Tourismus

Nachhaltiger Tourismus			
Modul-Nr.	28. 3	SPO	SPO IKM/HSAN 20192
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	Dr. Ivan Paunovic		
Dozierende	Dr. Ivan Paunovic		
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	Das Modul vermittelt Basiskonzepte des Tourismus, Nachhaltigkeit und Destinationsmanagement für nachhaltigen Tourismus.		
Qualifikationsziele			
Fachkompetenz und Methodenkompetenz	Studierende verfügen über einschlägiges Wissen an der Schnittstelle zwischen Organisation und Destination um tourismusbezogene Aufgaben- und Problemstellungen eigenständig, zu bearbeiten und das Ergebnis ethisch wie auch fachlich zu beurteilen. Fähigkeit und Bereitschaft zur einfachen graphischen Darstellung von Managementproblemen unter Betracht von internationalen Standards, sowie Basisanwendung von Excel und/oder SPSS zum Datenanalyse, was zur Entwicklung weiterer analytischen und wissenschaftlichen Kompetenzen notwendig ist.		
Persönlichkeits-kompetenz und Sozialkompetenz	Fähigkeit und Bereitschaft, aktuelle Themen zu erkennen und zu reflektieren, sowie eigene Interessen zu erkennen, eine eigene Meinung zu bilden und verständlich zu äußern. Fähigkeit und Bereitschaft, zielorientiert mit Kommilitonen zusammen zu diskutieren und zu einem Beschluss zu kommen unter Betracht von ethischen Aspekten, sozialen Umfeld, Umweltaspekten Organisationszielen und Destinationszielen.		
Handlungskompetenz	Fähigkeit und Bereitschaft, Fach-, Methoden-, Persönlichkeits- und Sozialkompetenzen in einem Interorganisationalem Umfeld zielorientiert einzusetzen, um Ziele des eigenen Unternehmens sicher und ethisch in der Öffentlichkeit zu vertreten.		
Spezielle Kompetenz	Interkulturelle Kompetenzen: Fähigkeit bereits geschaffene Interkulturelle Kompetenzen im Tourismus und Gastronomie anzuwenden. Die studierende sind in der Lage eine ausgeprägt dynamische, exportorientierte und interkulturelle Industrie zu verstehen, international sicher aufzutreten und effektiv kommunizieren zu können.		

Nachhaltiger Tourismus			
	Betriebswirtschaftliche Kompetenzen: Studierende erstellen einfache graphische Darstellung von unternehmerischen Forschungsproblemen und führen Benchmarking Analyse mittels Excel durch. Digitale Kompetenzen: Studierende beurteilen und nutzen elektronische Literaturquellen im Bereich Tourismus und führen einfache Datenanalysen Mittels Excel und/oder SPSS durch.		
Inhalte	Im Modul nachhaltiger Tourismus werden Grundlagen der Nachhaltigkeit, Tourismus- und Freizeitindustrie erläutert und grundlegende Kenntnisse in den Methoden der Managementforschung vermittelt. Das Modul besteht aus seminaristischem Unterricht, Fallstudien, Übungen und Vorbereitung und Präsentation der Seminararbeit. Inhalt 1: Basiskonzepte der Freizeit und Tourismus (Garaeva, 2012) Inhalt 2: Historische Entwicklung der Tourismuswirtschaft, nachhaltiger Tourismus (Bowie, 2018) Inhalt 3: Nachhaltige Planung, Politik und Strategie des Tourismusentwicklung (Pillmayer and Scherle, 2013) Inhalt 4: Die Rolle des UNWTO (Welt Tourismusorganisation) im nachhaltigem Tourismus sowie Messung von Auswirkungen des Tourismus (Generalversammlung der Vereinten Nationen, 2015) Inhalt 5: Corporate Social Responsibility (CSR) für Soziale- und Umweltverantwortung (Scherer and Palazzo, 2007) Inhalt 6: Marketing, Konsumentenverhalten und Personalmanagement im Tourismus (Günther and Hopfinger, 2009, Gardini, 2014) Inhalt 7: Übung für Seminararbeit- Methodologie im Tourismus-/Managementforschung sowie Nutzung der SPSS zur Datenanalyse (Sarstedt and Mooi, 2014)		
Literatur	BACHLEITNER, R. & ASCHAUER, W. 2012. Tourismus und EU-Wahlen. Effekte des Reisens auf die Identittsbildung und die Wahlbeteiligung. *Zeitschrift für Tourismuswissenschaft,* 4. BOWIE, D. 2018. Innovation and 19 th century hotel industry evolution. *Tourism Management,* 64, 314-323. GARAEVA, G. 2012. „Interkultouralität?" oder: Kritische Überlegungen zu interkulturellen Aspekten des Tourismus. *Zeitschrift für Tourismuswissenschaft,* 4, 209-220. GARDINI, M. A. 2014. Personalmanagement im Tourismus zwischen theoretischen Anforderungen und betrieblicher Realität: Eine kritische Bestandsaufnahme. *Zeitschrifft für Tourismuswissenschaft,* 6, 57-73. GENERALVERSAMMLUNG DER VEREINTEN NATIONEN 2015. Transformation unserer Welt: die Agenda 2030 für nachhaltige Entwicklung. New York: Vereinte Nationen. GÜNTHER, A. & HOPFINGER, H. 2009. Neue Medien – neues Reisen? Wirtschafts- und kulturwissenschaftliche Perspektiven der eTourismus Forschung. *Zeitschrifft für Tourismuswissenschaft,* 1. PILLMAYER, M. & SCHERLE, N. 2013. Tourismuslobbying als strategisches Instrumentarium für eine erfolgreiche Interessenpolitik im Spannungsfeld von Destinationsmanagement und Tourismuspolitik? Das Fallbeispiel Bayern. *Zeitschrifft für Tourismuswissenschaft,* 5. SARSTEDT, M. & MOOI, E. 2014. *A concise guide to market research The process, data, and Methods using IBM SPSS Statistics,* Berlin Heidelberg, Springer. SCHERER, A. G. & PALAZZO, G. 2007. Towards a political conception of corporate responsibility: business and society seen from a Habermasian Perspective. *Academy of Management Review,* 32, 1096-1120.		
Zulassungsvoraussetzungen gem. SPO	- Keine -	Empfohlene Voraussetzungen	

Nachhaltiger Tourismus	
Prüfungsart und Umfang gem. SPO	Projektarbeit (PA, 10-20 Seiten): Seminararbeit, 10-15 Seiten, nach Instruktion
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Bestehen der Modulprüfung gem. SPO und Studienplan
Anmerkungen / Hinweise	

9.5.2. 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 9 - Modulgruppe Studienschwerpunkt Handel und Dienstleistungen

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

- Servicemanagement
- Unternehmensgründung und Entrepreneurship
- Supply Chain Management

9.5.2.1. Modul: Servicemanagement

Servicemanagement			
Modul-Nr.	29.1	SPO	SPO IKM/HSAN 20192
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	Winter und 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	Das Internet der Dinge und seine intelligenten Sensoren ermöglichen uns den sofortigen Zugriff auf Informationen über die physische Welt und den Kontext einzelner Objekte. Diese Informationen sind die Basis für neue und innovative Dienstleistungen. Services, die Daten auf der Basis vernetzter, intelligenter technischer Systeme und Plattformen aggregieren, analysieren und dadurch einen Kundennutzen stiften, werden als Smart Services bezeichnet. In diesem Modul lernen die Studierenden, was Smart Services sind und wie sie zielgerichtet entwickelt werden können. Hierbei wird auf spezifische Besonderheiten des Einzelhandels eingegangen.		
Qualifikationsziele			
Fachkompetenz und Methodenkompetenz	Die Studierenden können die Grundidee sowie die zeitliche Entwicklung von Smart Services sowie Voraussetzungen für die Entwicklung und Nutzung von Smart Services erläutern.		
Persönlichkeits-kompetenz und Sozialkompetenz	Die Studierenden reflektieren Ziele und Bedarfe für den Einzelhandel und gestalten die Smart Services eigenständig und nachhaltig. Die Studierenden bringen sich verantwortlich und kollegial in Expertenteams zur Entwicklung von Smart Services ein.		
Handlungskompetenz	Studierende erläutern Anwendungsfelder von Smart Services im Einzelhandel, analysieren und entwickeln Smart-Services-Geschäftsmodelle und konzipieren prototypisch Smart Services.		
Spezielle Kompetenz	Interkulturelle Kompetenzen: Studierende vertiefen in der Gruppenarbeit individuelle und kulturelle Stärken und Schwächen der einzelnen Gruppenmitglieder zielgerichtet für den Projekterfolg einzusetzen. Betriebswirtschaftliche Kompetenzen: Studierende können die Methode Smart Service Canvas zur Dienstleistungsentwicklung verstehen und im Kontext des Einzelhandels anwenden.		

Servicemanagement			
	Digitale Kompetenzen: Studierende verstehen digitale Technologien im Bereich der Smart-Service-Entwicklung und können dies zur Entwicklung von Smart-Services im Einzelhandel anwenden.		
Inhalte	• Grundlagen Service und Servicemanagement • Product-dominant Logic und Service-dominant Logic • Trends und Technologien, die Smart Services ermöglichen • Daten und Algorithmen, die für Smart Services genutzt werden • Smart-Service-Geschäftsmodelle • Übersicht E-Commerce und Retail • Herausforderungen im E-Commerce und Retail • Aktuelle Servicelandschaft im E-Commerce und Retail • Interaktive Gruppenarbeit zur prototypischen Entwicklung von Smart Services für den Einzelhandel		
Literatur	Ahlert, Kenning, Brock (2018). Handelsmarketing - Grundlagen der marktorientierten Führung von Handelsbetrieben, Springer Gabler. Allmendinger, Lombreglia (2005). Four strategies for the age of smart services. Harvard Business Review, 83(10). https://doi.org/10.1225/R0510J Pöppelbuß, Durst (2017). Die Smart Service Canvas – Ein Werkzeug zur strukturierten Beschreibung und Entwicklung von Smart-Service-Geschäftsmodellen. In: Bruhn, M.; Hadwich, K.: Forum Dienstleistungsmanagement – Dienstleistungen 4.0. Gabler, S. 91-110.		
Zulassungsvoraussetzungen gem. SPO	- Keine -	Empfohlene Voraussetzungen	Offenheit und kommunikatives Geschick
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			

9.5.2.2. Modul: Unternehmensgründung und Entrepreneurship

Unternehmensgründung und Entrepreneurship			
Modul-Nr.	29.2	SPO	SPO IKM/HSAN 20192
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 und Sommer
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Dominik Kögel		
Dozierende	Prof. Dr. Dominik Kögel		
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	Das Modul befasst sich sowohl aus theoretischer wie auch praktischer Perspektive mit dem Phänomen Unternehmertum auseinander. Über seine Rolle für die Innovation spielt Unternehmertum (Entrepreneurship) eine zentrale Rolle für die wirtschaftliche Entwicklung. Dabei wird Unternehmertum oft als Gründung missverstanden, geht jedoch weit darüber hinaus – man denke an Intrapreneurship, unternehmerisches Handeln innerhalb eines bestehenden Unternehmens. Eine Kenntnis des Gründungsprozesses und der im Rahmen einer Gründung zu beachtenden Thematiken ist nichtsdestotrotz eine wichtige Voraussetzung, um potenzielle Unternehmer zur Gründung zu ermutigen, und spielt daher für Studierende der Wirtschaftswissenschaften eine wichtige Rolle, gerade dann, wenn die Arbeit im Angestelltenverhältnis nicht den persönlichen Zielen des Studierenden entspricht. Der Businessplan ist Grundlage für unternehmerisches Handeln und nimmt in diesem Modul eine zentrale Stellung ein.		
Qualifikationsziele			
Fachkompetenz und Methodenkompetenz	Die Studierenden verfügen über ausreichende Kenntnisse zu volkswirtschaftlicher Theorie bzw. allgemeiner betriebswirtschaftlicher Theorie um das Phänomen Unternehmertum einzuordnen und den Prozess Unternehmertum sowie die grundlegenden Mechanismen hinter dem Erkennen unternehmerischer Gelegenheiten zu verstehen. Sie verfügen über ein grundlegendes Verständnis des Konzepts der Geschäftsidee sowie des Geschäftsmodells und flankierender Theorie zu Strategischem Management sowie Innovation. Die Studierenden verstehen den Gründungsprozess sowie damit verbundene wesentliche Entscheidungen, wie z.B. die Wahl der Rechtsform, und deren Implikationen. Die Studierenden verfügen über die Methodenkompetenz, einen Businessplan zu erstellen, der den qualitativen Anforderungen im realen Gründungsprozess bzw. im Unternehmen genügt.		

Unternehmensgründung und Entrepreneurship		
	Persönlichkeits-kompetenz und Sozialkompetenz	Die Studierenden kennen die Bedeutung unternehmerischen Handelns für die Gesellschaft und lernen die Herausforderungen und Spannungsfelder, denen Unternehmer ausgesetzt sind, verstehen und einzuordnen.
	Handlungskompetenz	Die Studierenden sind in der Lage, einen Businessplan gemäß den üblichen Anforderungen zu erstellen.
	Spezielle Kompetenz	Betriebswirtschaftliche Kompetenzen: Die Studierenden kennen den Stellenwert von Entrepreneurship im Unternehmen sowie Kompetenzen im Kontext der während einer Gründung nötigen Fertigkeiten sowie die Fähigkeit, einen professionellen Businessplan zu erstellen. Digitale Kompetenzen: Die Studierenden nutzen grundlegende Standard-Software zur Erstellung ihres Businessplans.
Inhalte		Das Modul Unternehmensgründung und Entrepreneurship befasst sich sowohl aus theoretischer wie auch praktischer Perspektive mit dem Phänomen Unternehmertum, sowie Businessplanung und Gründung. Im Rahmen des seminaristischen Unterrichts sowie der dazwischengelegenen Recherche- und Praxisphasen beschäftigen sich die Studierenden mit den wesentlichen Inhalten: • Theorie zu Unternehmertum sowie Intrapreneurship • Erkennen unternehmerischer Gelegenheiten • Geschäftsidee, Geschäftsmodell • Erstellen eines Businessplans • Gründungsprozess
Literatur		Fueglistaller, Urs, Christoph Müller, Susan Müller, Thierry Volery (2016) Entrepreneurship, 4. Auflage, Springer Kubr, Thomas, Daniel Ilar, Heinz Marchesi (2016) Planen, gründen, wachsen: Mit dem professionellen Businessplan zum Erfolg, 8. Auflage, Redline Verlag Ggf. weitere, nach Ankündigung i.R. der Veranstaltung Osterwalder, Alexander, Yves Pigneur (2011) Business Model Generation – ein Handbuch für Visionäre, Spielveränderer und Herausforderer, Campus Grichnik, Dietrich, Malte Brettel, Christian Koropp, Réné Maurer (2010) Entrepreneurship: Unternehmerisches Denken, Entscheiden und Handeln in innovativen und technologieorientierten Unternehmungen, Schäffer-Poeschel Fritsch, Michael (2015) Entrepreneurship: Theorie, Empirie, Politik, Springer Fink, Christian und Eva Vogelsang (2016) Existenzgründung und Businessplan: Ein Leitfaden für erfolgreiche Startups Gassmann, Oliver und Karolin Frankenberger (2013) Geschäftsmodelle entwickeln: 55 innovative Konzepte mit dem St.Galler Business Model Navigator, Hanser Ries, Eric (2017) The Lean Startup: How Today's Entrepreneurs Use Continuous Innovation To Create Radically Successful Business, Penguin
Zulassungsvoraussetzungen gem. SPO	- Keine -	Empfohlene Voraussetzungen:
Prüfungsart und Umfang gem. SPO		Projektarbeit (PA, 10-20 Seiten): Seminararbeit ca. 10-15 Seiten, gem. Instruktion: selbst zu erstellender Businessplan zu einem vorgegebenen Thema
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten		Bestehen der Modulprüfung gem. SPO und Studienplan
Anmerkungen / Hinweise		

9.5.2.3. Modul: Supply Chain Management

Supply Chain Management			
Modul-Nr.	29. 3	SPO	SPO IKM/HSAN 20192
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 und Sommer
Modulverantwortlich	Dr. Sebastian Huber, Dr. Sven Schwarz		
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	D 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	

9.5.3. Modulgruppe Studienschwerpunkt Produktion und Handwerk

Im Studienschwerpunkt Produktion und Handwerk absolvieren Sie drei Schwerpunktpflichtmodule.

Modul-Nr.	Modul
30.1	Produktion und Handwerk I
30.2	Produktion und Handwerk II
30.3	Produktion und Handwerk III

Tabelle 10 - Modulgruppe Studienschwerpunkt Produktion und Handwerk

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

- Technologiemanagement
- Supply Chain Management
- Digitale Arbeitswelten

9.5.3.1. Modul: Technologiemanagement

Technologiemanagement			
Modul-Nr.	30.1	SPO	SPO IKM/HSAN 20192
Verwendung des Moduls	Studiengang Interkulturelles Management (B.A.) Studienschwerpunkt Produktion und Handwerk I	Pflichtfach	Modulgruppe (gem. SPO): Studienschwerpunkt Produktion und Handwerk
Moduldauer	1 Semester	Modulangebot	Winter und Sommer
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Carolin Durst		
Dozierende	Prof. Dr. Carolin Durst, Philipp Maron, M.Sc.		
Sprache	Deutsch		
Leistungspunkte	5	SWS	4
Arbeitsaufwand	Kontaktstunden: 50 h Selbststudium: 100 h Gesamtaufwand: 150 h		
Lehrformen (gem. SPO):	☒ e-Learning (eL) ☒ Vorlesung (V) ☒ Übung (Ü) ☐ Exkursion (Ex) ☐ Praktikum		
Kurzbeschreibung	Moderne Unternehmen sind auf Technologien angewiesen. Sie werden benötigt, um Produkte oder Dienstleistungen für die Kunden zu erbringen und damit das nachhaltige Fortbestehen des Unternehmens sowie die zukünftige Wettbewerbsfähigkeit zu sichern. Aus diesem Grund müssen Unternehmen in der heutigen Zeit Antworten auf sich immer schneller und immer disruptiver ablaufender Technologieschübe finden, um nicht selbst dem Markt und damit den Kundenbedürfnissen hinterher zu laufen. Hier setzt das Technologiemanagement an, welches sich sowohl mit einer großen Bandbreite an Themen orientiert und häufig langfristige Entwicklungen bzw. Veränderungen in Unternehmen („Transformationen") mit sich bringt. Im Rahmen der Vorlesung werden grundlegende Kenntnisse in diesem Bereich vermittelt.		
Qualifikationsziele			
Fachkompetenz und Methodenkompetenz	Kenntnisse über grundlegende Teilbereiche / Aktivitäten des Technologiemanagements, Fähigkeiten zur Entwicklung einer Technologiestrategie und damit verbundenen Informationsbeschaffungs- und Bewertungsmethoden		
Persönlichkeits-kompetenz und Sozialkompetenz	Sensibilisierung für die Rolle von Technologien in unserer heutigen Wirtschaft und Erwerb grundlegender strategischer Denkweisen, sowie Förderung des eigenverantwortlichen und konzeptionellen Denkens und eigener Präsentationsfähigkeiten.		
Handlungskompetenz	Die Studierenden gestalten im Rahmen des Moduls eine Technologiestrategie für ein fiktives Unternehmen, präsentieren diese abschließend vor einem „Management Board" und beantworten Rückfragen selbstsicher.		
Spezielle Kompetenz	Betriebswirtschaftliche Kompetenzen: Die Studierenden gestalten im Rahmen des Moduls eine Technologiestrategie für ein fiktives Unternehmen, präsentieren diese abschließend vor einem „Management Board" und beantworten Rückfragen selbstsicher.		
Inhalte	• Grundlagen des Technologiemanagements • Technologiestrategie		

<table>
<tr><th colspan="4">Technologiemanagement</th></tr>
<tr><td></td><td colspan="3">• Technologiefrüherkennung
• Technologiebewertung
• Technologieplanung und -entwicklung
• Technologieverwertung und -Schutz</td></tr>
<tr><td>Literatur</td><td colspan="3">G. Schuh, S. Klappert (Hrsg.) (2011), Technologiemanagement, Springer-Verlag
ggf. weitere aktuelle Journals / Artikel kommuniziert im Rahmen der Vorlesung</td></tr>
<tr><td>Zulassungsvoraussetzungen gem. SPO</td><td>- Keine -</td><td>Empfohlene Voraussetzungen</td><td>Grundlegendes Interesse an Technologien und technologischen Entwicklungen, Kenntnisse über Produktionstechnologien oder technologische Funktionsprinzipien von alltäglichen Grundlagentechnologien (bspw. Mobiltelefone, Automobile, Flugzeuge, etc.) von Vorteil</td></tr>
<tr><td>Prüfungsart und Umfang gem. SPO</td><td colspan="3">Präsentation (Präs., 15-20 Min.): Die Studierenden werden die Prüfungsleistung im Rahmen einer Gruppenarbeit erbringen. Die finale Bewertung erfolgt auf einer 20-minütigen Abschluss Präsentation mit anschließender Fragerunde. Innerhalb des Moduls wird es noch kurze zwischen Präsentationen (ca. 10 Minuten) geben in denen die Studierenden Teilergebnisse vorstellen. Die Dokumentation der Prüfungsleistung erfolgt dabei innerhalb der abzugebenden PowerPoint Präsentation in dem zwischen „Präsentationsfolien“ (P) und „Dokumentationsfolien“ (D) unterschieden wird.</td></tr>
<tr><td>Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten</td><td colspan="3">Bestehen der Modulprüfung gem. SPO und Studienplan</td></tr>
<tr><td>Anmerkungen / Hinweise</td><td colspan="3">Damit im Rahmen der Vorlesung aktiv mitgearbeitet werden kann, ist es erforderlich, dass Studierende Ihre Laptops mitbringen.</td></tr>
</table>

9.5.3.2. Modul: Supply Chain Management

Supply Chain Management			
Modul-Nr.	30.2	SPO	SPO IKM/HSAN 20192
Verwendung des Moduls	Studiengang Interkulturelles Management (B.A.) Studienschwerpunkt Produktion und Handwerk II	Pflichtfach	Modulgruppe (gem. SPO): Studienschwerpunkt Produktion und Handwerk
Moduldauer	1 Semester	Modulangebot	Winter und Sommer
Modulverantwortlich	Dr. Sebastian Huber, Dr. Sven Schwarz		
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	D 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	

9.5.3.3. Modul: Digitale Arbeitswelten

Digitale Arbeitswelten			
Modul-Nr.	30.3	SPO	SPO IKM/HSAN 20192
Verwendung des Moduls	Studiengang Interkulturelles Management (B.A.) Studienschwerpunkt Produktion und Handwerk III	Pflichtfach	Modulgruppe (gem. SPO): Studienschwerpunkt Produktion und Handwerk
Moduldauer	1 Semester	Modulangebot	Winter und Sommer
Modulverantwortlich	Dipl.-Ing. Bernd Meidel		
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 weiter zu entwickeln 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 auseinanderzusetzen und zu verständigen sowie die Arbeits- und Lebenswelt mitgestalten.		

Digitale Arbeitswelten		
		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 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 Selbstlernphasen) 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 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

Digitale Arbeitswelten			
	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): zum Thema: "Wie verändert die Digitalisierung der Arbeitswelt eine Branche ODER ein spezielles Berufsbild?" (1 Interview, 10 Quellen, 3.000 Worte / 10 Seiten) Gehen Sie auf möglichst viele der gemeinsam erarbeiteten Aspekte ein!• Die Leistung hat jeder Studierende für sich alleine zu erbringen.		
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Bestehen der Modulprüfung gem. SPO und Studienplan		
Anmerkungen / Hinweise			

9.6. Modulbeschreibungen: Modulgruppe Wahlpflichtmodule

Ergänzend zum Studienschwerpunkt absolvieren Sie drei Wahlpflichtmodule.

Modul-Nr.	Modul
31.1	Wahlpflichtmodul I
31.2	Wahlpflichtmodul II
31.3	Wahlpflichtmodul III

Tabelle 11 - Modulgruppe Wahlpflichtmodule

Wir entwickeln unser Angebot an Wahlpflichtmodulen 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 12 dargestellt.

Modul	Empfohlen zu Schwerpunkt
Angewandtes Digitales Marketing	Gastronomie und Tourismus
B2B-Marketing	Handel und Dienstleistung
Digitale Arbeitswelten	Handel und Dienstleistung
Digitale Geschäftsmodelle	Handel und Dienstleitung
English for Specific Purposes	
Operations Management	Produktion und Handwerk
Tourismusmanagement	Gastronomie und Tourismus
Unternehmensgründung und Entrepreneurship	Gastronomie und Tourismus Handel und Dienstleistung

Tabelle 12 - Angebotene Wahlpflichtmodule

9.6.1. Modul: Angewandtes Digitales Marketing

Angewandtes Digitales Marketing			
Modul-Nr.	31.1/.2/.3	SPO	SPO IKM/HSAN 20192
Verwendung des Moduls	Studiengang Interkulturelles Management (B.A.) Wahlpflichtfach I, II, III	Wahlpflichtfach	Modulgruppe (gem. SPO): Wahlpflichtfach
Moduldauer	1 Semester	Modulangebot	Winter und Sommer
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Carolin Durst		
Dozierende	Prof. Dr. Carolin Durst		
Sprache	Deutsch		
Leistungspunkte	5	SWS	4
Arbeitsaufwand	Kontaktstunden: 50 h Selbststudium: 100 h Gesamtaufwand: 150 h		
Lehrformen (gem. SPO):	☒ e-Learning (eL) ☒ Vorlesung (V) ☒ Übung (Ü) ☐ Exkursion (Ex) ☐ Praktikum		
Kurzbeschreibung	Marketing ist heute digital. In diesem Modul lernen die Studierenden an einem Praxisbeispiel ihre eigene digitale Marketingkampagne zu planen und umzusetzen. Die Planung und Umsetzung findet im realen Unternehmenskontext statt. Die Studierenden begleiten und steuern die Umsetzung mit einem selbst entwickelten Kontrollkonzept.		
Qualifikationsziele			
Fachkompetenz und Methodenkompetenz	Die Studierenden verfügen über breites und integriertes berufliches Wissen einschließlich aktueller Grundlagen in digitalem Marketing. Durch die Anwendung von digitalen Marketinginstrumenten im Rahmen eines Gruppenprojekts sind Sie in der Lage, eigenständig digitale Marketingkampagnen zu planen, umzusetzen und zu steuern.		
Persönlichkeits-kompetenz und Sozialkompetenz	Die Studierenden reflektieren unternehmerische Ziele im Bereich Kampagnenmanagement, lösen Probleme im Team vorausschauend und übernehmen Verantwortung für ein Team.		
Handlungskompetenz	Die Studierenden planen und setzen digitale Marketingkampagnen im Organisationskontext zielorientiert und effizient um - unter Berücksichtigung der zu Verfügung stehenden finanziellen und personellen Ressourcen.		
Spezielle Kompetenz	Interkulturelle Kompetenzen: Studierende setzen in der Gruppenarbeit individuelle und kulturelle Stärken und Schwächen der einzelnen Gruppenmitglieder zielgerichtet für den Projekterfolg ein. Sprachkompetenzen: Die Studierenden formulieren Marketingbotschaften und –texte entsprechend der zugrundeliegenden Zielgruppe. Betriebswirtschaftliche Kompetenzen: Die Studierenden sind in der Lage die Ressourcen für Marketingkampagnen abzuschätzen und die Kampagne an den jeweiligen Unternehmenskontext anzupassen, umzusetzen und in Bezug auf die Kampagnenziele zu steuern.		

Angewandtes Digitales Marketing			
	Digitale Kompetenzen: Die Studierenden wenden digitale Marketinginstrumente zielorientiert an, können digitale Inhalte eigenständig erstellen und analysieren den Erfolg der Marketingkampagnen auf Basis digitaler Signale.		
Inhalte	Im Modul „Angewandtes digitales Marketing" werden digitale Marketingkampagnen geplant, umgesetzt und gesteuert. Hierzu wird auf folgende Inhalte eingegangen: • Digitaler Marketingmix • Planung einer digitalen Marketingkampagne • Projektmanagement im Marketing • Erfolgsmessung digitaler Marketingkampagnen • Steuerung digitaler Marketingkampagnen		
Literatur	Pietzcker (2016). Kampagnen führen: Potenziale professioneller Kommunikation im digitalen Zeitalter, Springer Gabler. Gross (2017). Projektmanagement im Marketing, Haufe. 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		
Zulassungsvoraussetzungen gem. SPO	- Keine -	Empfohlene Voraussetzungen	Erfolgreiche Teilnahme am IKM-Modul „Digitales Marketing"
Prüfungsart und Umfang gem. SPO	Projektarbeit (PA, 10-20 Seiten): Projektarbeit, 20 Seiten, nach Instruktion		
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Bestehen der Modulprüfung gem. SPO und Studienplan		
Anmerkungen / Hinweise			

9.6.2. Modul: B2B-Marketing

B2B-Marketing			
Modul-Nr.	31.1/.2/.3	SPO	SPO IKM/HSAN 20192
Verwendung des Moduls	Studiengang Interkulturelles Management (B.A.) Wahlpflichtfach I, II, III	Wahlpflichtfach	Modulgruppe (gem. SPO): Wahlpflichtfach
Moduldauer	1 Semester	Modulangebot	Winter und 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	B2B-Marketing beschreibt Marketing-Beziehungen zwischen Unternehmen oder Organisationen. Prinzipiell gelten für das B2B Marketing die gleichen Grundregeln wie für das B2C-Marketing. Während im B2C jedoch der einzelne Verbraucher häufig durch Emotionalität, Popularität und eine großflächig angelegte Werbekampagne angeregt wird, entscheiden sich im B2B Unternehmen oder Organisationen eher aufgrund rationaler und preisbezogener Kriterien. Daher muss das dem B2B Marketing zur Verfügung stehende Instrumentarium an diese speziellen Voraussetzungen angepasst werden. Diese Kenntnisse und Fertigkeiten werden hier vermittelt.		
Qualifikationsziele			
Fachkompetenz und Methodenkompetenz	Die Studierenden haben Kenntnis grundlegender konzeptioneller Ansätze und Instrumente des B2B Marketing und können Erörterung der Unterschiede zum B2C Marketing und den damit einhergehenden Herausforderungen und Besonderheiten des B2B Marketing.		
Persönlichkeits-kompetenz und Sozialkompetenz	Die Studierenden bearbeiten eigenverantwortlich Themenstellungen zum B2B Marketing und geben konstruktives Feedback bei der Präsentation der Projektergebnisse.		
Handlungskompetenz	Studierende wenden im Rahmen einer praxisbezogenen Projektarbeit selbständig Instrumente des B2B Marketing an.		
Spezielle Kompetenz	Sprachkompetenzen: Die Studierenden können Marketingbotschaften und –texte entsprechend der zugrundeliegenden Zielgruppe formulieren. Betriebswirtschaftliche Kompetenzen: Die Studierenden sind in der Lage betriebswirtschaftliche Methoden zur Unternehmenspositionierung sowie zur Erarbeitung eines Nutzenversprechens für verschiedene Marketinginstrumente im spezifischen B2B Unternehmenskontext anzuwenden. Digitale Kompetenzen: Die Studierenden verstehen die Funktionsweise und Wirksamkeit digitaler Marketinginstrumente im B2B und wenden diese im Rahmen ihrer Projektarbeit an.		

<table>
<tr><th colspan="4">B2B-Marketing</th></tr>
<tr><td>Inhalte</td><td colspan="3">• Merkmale und Besonderheiten des B2B Marketing
• Unterschiede B2B und B2C Marketing
• Herausforderungen an die Instrumente des Marketings für den B2B Bereich
• Handlungsfelder/Instrumente des B2B Marketings
• B2B Marketing im Internet
• Analyse und Vorstellung exemplarischer Praxisbeispiele
• Erarbeitung eines B2B-Marketing-Konzepts anhand eines konkreten Anwendungsfalls
• Reflexion, Transfer und Präsentation der Inhalte und Ergebnisse</td></tr>
<tr><td>Literatur</td><td colspan="3">Masciadri, Zupancic. (2013) Marken- und Kommunikationsmanagement im B-to-B-Geschäft: Clever positionieren, erfolgreich kommunizieren, Springer Gabler.
Kreutzer, Rumler, Wille-Baumkauff (2014) B2B-Online-Marketing und Social Media: Ein Praxisleitfaden, Springer Gabler.
Aktuelle Tagespresse, Zeitschriften und Unternehmensportraits.</td></tr>
<tr><td>Zulassungsvoraussetzungen gem. SPO</td><td>- Keine -</td><td>Empfohlene Voraussetzungen</td><td>Erfolgreiche Teilnahme am IKM-Modul „Digitales Marketing“</td></tr>
<tr><td>Prüfungsart und Umfang gem. SPO</td><td colspan="3">Projektarbeit (PA, 10-20 Seiten): Projektarbeit, 20 Seiten, nach Instruktion</td></tr>
<tr><td>Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten</td><td colspan="3">Bestehen der Modulprüfung gem. SPO und Studienplan</td></tr>
<tr><td>Anmerkungen / Hinweise</td><td colspan="3"></td></tr>
</table>

9.6.3. Modul: Digitale Arbeitswelten

Digitale Arbeitswelten			
Modul-Nr.	31.1/.2/.3	SPO	SPO IKM/HSAN 20192
Verwendung des Moduls	Studiengang Interkulturelles Management (B.A.) Wahlpflichtfach I, II, III	Wahlpflichtfach	Modulgruppe (gem. SPO): Wahlpflichtfach
Moduldauer	1 Semester	Modulangebot	Winter und Sommer
Modulverantwortlich	Dipl.-Ing. Bernd Meidel		
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 weiter zu entwickeln 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 auseinanderzusetzen und zu verständigen sowie die Arbeits- und Lebenswelt mitgestalten.		

Digitale Arbeitswelten		
		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

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 Selbstlernphasen) 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): zum Thema: "Wie verändert die Digitalisierung der Arbeitswelt eine Branche ODER ein spezielles Berufsbild?" (1 Interview, 10 Quellen, 3.000 Worte / 10 Seiten) Gehen Sie auf möglichst viele der gemeinsam erarbeiteten Aspekte ein!• Die Leistung hat jeder Studierende für sich alleine zu erbringen.		
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Bestehen der Modulprüfung gem. SPO und Studienplan		
Anmerkungen / Hinweise			

9.6.4. Modul: Digitale Geschäftsmodelle

Digitale Geschäftsmodelle			
Modul-Nr.	31.1/.2/.3	SPO	SPO IKM/HSAN 20192
Verwendung des Moduls	Studiengang Interkulturelles Management (B.A.) Wahlpflichtfach I, II, III	Wahlpflichtfach	Modulgruppe (gem. SPO): Wahlpflichtfach
Moduldauer	1 Semester	Modulangebot	Winter und Sommer
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Dominik Kögel		
Dozierende	Prof. Dr. Dominik Kögel		
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	Neue Geschäftsmodelle verändern die Welt. Dies bietet Chancen für Gründer und junge Unternehmen und stellt für etablierte Unternehmen Risiken dar. Ein Verständnis der Theorie zur Geschäftsmodellinnovation und die entsprechenden Fähigkeiten, in Kategorien von Geschäftsmodellen zu denken und neue Geschäftsmodelle zu entwickeln, stellen eine nützliche Qualifikation dar, die sowohl als Gründer, als auch als Führungskraft, Berater oder Investor genutzt werden kann. Viele neue Geschäftsmodelle sind „digital“, weswegen Kenntnis zum Megatrend Digitalisierung und der Digitalen Transformation von Unternehmen nützliches Hintergrundwissen darstellt. Das Modul befasst sich mit theoretischen Ansätzen zur Geschäftsmodellinnovation ebenso wie mit pragmatischen Ansätzen zur Entwicklung von neuen Geschäftsmodellen in der Praxis. Ergänzt wird dies durch Einblicke in das Thema Megatrends als Treiber neuer Geschäftsmodelle sowie Wissen zur Digitalisierung und Digitalen Transformation. Flankierend wird auf Konzepte aus dem Strategischen Management und Theorie zur Innovation eingegangen.		
Qualifikationsziele			
Fachkompetenz und Methodenkompetenz	Die Studierenden sind in der Lage, in Geschäftsmodellen zu denken und Geschäftsmodelle strategisch einzuordnen. Die Studierenden verfügen über Ansätze zur pragmatischen Gestaltung von Geschäftsmodellen, und sind fähig, jeweils angemessene Ansätze zu wählen bzw. zu betonen.		
Persönlichkeits-kompetenz und Sozialkompetenz	Die Studierenden lernen, unterschiedliche Theorieansätze abzuwägen und gemäß konkreten Anforderungen darauf Bezug zu nehmen. Die Studierenden sind in der Lage, in Teams kreativ neue Geschäftsmodelle zu skizzieren und auszuarbeiten		

Digitale Geschäftsmodelle				
	Handlungskompetenz	Den Studierenden gelingt es, Workshops zur Geschäftsmodellinnovation zu moderieren und im Rahmen dieser Workshops unter Anwendung von Kreativitätstechniken neue Ideen zu entwickeln und einzubringen. Dabei sind sie in der Lage, Wissen bzw. Theorieansätze aus anderen Fachgebieten zu berücksichtigen.		
	Spezielle Kompetenz	Betriebswirtschaftliche Kompetenzen: Die Studierenden wenden einen gesamtheitlichen Blick auf eine Unternehmenssituation an. Sie verstehen die Auswirkungen und gewinnen einen Blick für die Nutzbarkeit technologischer und gesellschaftlicher Entwicklungen (Trends). Digitale Kompetenzen: Die Studierenden kennen wesentliche Aspekte der Digitalisierung und Digitalen Transformation. Sie verstehen die Hintergründe des Phänomens und sind in der Lage, diese Kenntnis im Rahmen der Geschäftsmodellinnovation zu nutzen.		
Inhalte		Das Modul Digitale Geschäftsmodelle vermittelt einen Überblick über das Feld der Geschäftsmodellinnovation und führt in Techniken und Methoden der Entwicklung von neuen Geschäftsmodellen ein. Im Rahmen des seminaristischen Unterrichts sowie der dazwischengelegenen Recherche- und Praxisphasen beschäftigen sich die Studierenden mit den wesentlichen Inhalten: • Theorie zu neuen Geschäftsmodellen und Geschäftsmodellinnovation • Strategische Einordnung des Themas sowie wesentliche Theorie zu Betriebswirtschaft und Innovation • Megatrends, deren Identifikation, Bewertung und Nutzbarkeit für die Entwicklung neuer Geschäftsmodelle; sowie Kritik am Konzept • Digitalisierung, Digitale Transformation aus kaufmännischer Perspektive		
Literatur		Osterwalder, Alexander, Yves Pigneur (2011) Business Model Generation – ein Handbuch für Visionäre, Spielveränderer und Herausforderer, Campus Grassmann, Oliver, Karolin Frankenberger, Michaela Csik (2014) The Business Model Navigator, FT Publishing Mindestens ein Buch (freie Wahl) über Digitalisierung, z.B.: Keese, Christoph (2016) Silicon Germany – Wie wir die Digitale Transformation schaffen Im Laufe des Semesters bekannt gegebene aktuelle Fachartikel		
Zulassungsvoraussetzungen gem. SPO		- Keine -	Empfohlene Voraussetzungen	
Prüfungsart und Umfang gem. SPO		Projektarbeit (PA, 10-20 Seiten): Studienarbeit, 10-15 Seiten, nach Instruktion: schriftliche Ausarbeitung über die Entwicklung eines neuen Geschäftsmodells oder Anpassung bzw. „Digitalisierung“ eines bestehenden		
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten		Bestehen der Modulprüfung gem. SPO und Studienplan		
Anmerkungen / Hinweise				

9.6.5. Modul: English for Specific Purposes

English for Specific Purposes			
Modul-Nr.	31.1/.2/.3	SPO	SPO IKM/HSAN 20192
Verwendung des Moduls	Studiengang Interkulturelles Management (B.A.) Wahlpflichtfach I, II, III	Wahlpflichtfach	Modulgruppe (gem. SPO): Wahlpflichtfach
Moduldauer	1 Semester	Modulangebot	Winter und Sommer
Modulverantwortlich	Sabine McIntosh		
Dozierende	Sabine McIntosh		
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) ☐ Exkursion (Ex) ☐ Vorlesung (V) ☐ Praktikum ☒ Übung (Ü)		
Kurzbeschreibung	Das Modul vermittelt kontextbezogene Fachsprache aus einem berufsrelevanten thematischen Zielbereich auf dem Niveau B2/C1. Der Zielbereich kann je nach Interesse der Studierenden variieren.		
Qualifikationsziele			
Fachkompetenz und Methodenkompetenz	Fachkompetenz • Die Studierenden vertiefen vorhandene Sprachkenntnisse in einem speziellen Themengebiet und erweitern ihr Wissen an spezifischer Terminologie. • Die Studierenden wenden vorhandenes Fachwissen und Kompetenzen aus den zwei anderen Studienbereichen (Wirtschaft und Kultur) in der Fremdsprache an. Methodenkompetenz: • Die Studierenden erschließen Informationen eigenständig über das Internet. • Die Studierenden beschreiben und bewerten Strategien und Konzepte aus dem gewählten Themenbereich, je nach Aufgabenstellung mündlich oder schriftlich. • Sie entwickeln bestehende Meeting-Strategien weiter, erweitern ihre fachbezogenen Diskussions-, Moderations- und Präsentationstechniken und verbessern ihre Verhandlungsfähigkeiten mit besonderer Berücksichtigung interkultureller Beziehungen und interkultureller Kommunikation.		
Persönlichkeits-kompetenz und Sozialkompetenz	Persönlichkeitskompetenz • Die Studierenden reflektieren erarbeitete Ziele und gestalten die notwendigen Prozesse eigenständig und nachhaltig. Sozialkompetenz: • Die Studierenden bringen sich verantwortlich und kollegial im Team ein und lösen Probleme und Aufgaben gemeinsam und vorausschauend.		

English for Specific Purposes				
		• Sie erläutern komplexe Themen verständlich und korrekt, vertreten ihren Standpunkt argumentativ und entwickeln diesen gemeinsam weiter. • Die Studierenden geben ihren Kommilitonen im Rahmen ihrer Präsentation wertschätzendes FeedbackDie Studierenden beschreiben und bewerten Strategien und Konzepte aus dem gewählten Themenbereich, je nach Aufgabenstellung mündlich oder schriftlich.		
	Handlungskompetenz	Die Studierenden gestalten die für die Erschließung des Themenbereiches notwendigen Prozesse zielorientiert und effizient, unter Berücksichtigung der Teamkonstellation sowie der eigenen Ziele und wenden dabei die erforderlichen sprachlichen Mittel korrekt an. Sie gestalten ihre Texte in der Zielsprache inklusiv, gerecht und genderneutral.		
	Spezielle Kompetenz	Interkulturelle Kompetenz: Die Studierenden sind sich der kulturellen Vielfalt in modernen Unternehmen bewusst und wissen um die Notwendigkeit der besonderen Berücksichtigung interkultureller Beziehungen und interkultureller Kommunikation im beruflichen Alltag. Sprachkompetenz: Die Studierenden beherrschen entsprechendes Fachsprachregister kompetent. Digitale Kompetenzen: Die Studierenden verwenden elektronische Hilfsmittel zur Organisation ihrer Gruppenarbeiten, zur Kommunikation in der Zielsprache und zur Erstellung von Präsentationen, Postern u.a.		
Inhalte		Das Modul führt in die Konventionen fachorientierter Kommunikation in einem globalen Kontext ein. Es wird Fachsprache erarbeitet und angewandt, die die Studierenden in ihrem späteren beruflichen Umfeld nutzen, und es werden Strategien zur Förderung einer effektiven adessatenspezifischen fachsprachigen Kompetenz entwickelt. Es handelt sich hierbei entweder um spezifische Fertigkeiten (z.B. das Erstellen einer professionellen Bewerbungsmappe) oder aber entsprechendes Fachsprachregister, z.B. für den gewählten Schwerpunkt. Themenbereiche können u.a. sein: • Job Application / Recruitment / Human Resources • Hospitality and Tourism • Accounting and Finance / International Trade • Marketing / International Management / Working Across Cultures		
Literatur		Aktuelle Literatur wird im Kurs bekannt gegeben.		
Zulassungsvoraussetzungen gem. SPO		- Keine -	Empfohlene Voraussetzungen	Sehr gute Englischkenntnisse. Idealerweise Englischmodule aus dem Pflichtbereich bereits abgelegt.
Prüfungsart und Umfang gem. SPO		Präsentation (Präs., 15-20 Min.): Mündliche Vorstellung eines im Rahmen der Lehrveranstaltung festgelegten Themas in Einzel- oder Gruppenpräsentation (10 Minuten pro Studierendem) während des Semesters und Abgabe einer individuellen schriftlichen Ausarbeitung von 3 – 10 Seiten in der Zielsprache.		
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten		Bestehen der Modulprüfung gem. SPO und Studienplan		
Anmerkungen / Hinweise		In den Präsenzveranstaltungen werden Themenbereiche erarbeitet, in Gruppen- und Partnerabeit bearbeitet, Ziele und Strategien entwickelt und anschließend		

English for Specific Purposes	
	eigenständig (individuell, in Kleingruppen – auch virtuell) für das Plenum aufbereitet. Die Arbeiten der einzelnen Gruppen stellen die Basis für die Prüfungsleistung und werden am Ende zu einem Gesamtwerk zusammengefügt. Die Veranstaltung hat hohe Praxis- und Übungsanteile, wobei die aktive Mitarbeit der Anwesenden und das Feedback anderer Studierender eine wesentliche Rolle spielt, was eine regelmäßige Teilnehme voraussetzt.

9.6.6. Modul: Operations Management

Operations Management			
Modul-Nr.	31.1/.2/.3	SPO	SPO IKM/HSAN 20192
Verwendung des Moduls	Studiengang Interkulturelles Management (B.A.) Wahlpflichtfach I, II, III	Wahlpflichtfach	Modulgruppe (gem. SPO): Wahlpflichtfach
Moduldauer	1 Semester	Modulangebot	Winter und Sommer
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Tim Pidun		
Dozierende	Prof. Dr. Tim Pidun		
Sprache	Deutsch		
Leistungspunkte	5	SWS	4
Arbeitsaufwand	Kontaktstunden: 48 h Selbststudium: 102 h Gesamtaufwand: 150 h		
Lehrformen (gem. SPO):	☒ e-Learning (eL) ☒ Vorlesung (V) ☒ Übung (Ü) ☐ Exkursion (Ex) ☐ Praktikum		
Kurzbeschreibung	Das Modul beschäftigt sich mit grundlegendem Fachwissen des Operations Management: Produktionsplanung und Produktionslogistik werden aus interdisziplinär beleuchtet und das notwendige Fachwissen vermittelt.		
Qualifikationsziele			
Fachkompetenz und Methodenkompetenz	Die Studierenden beherrschen das grundlegende Fachwissen des Operations Management sowie seine Anwendung in der industriellen Produktion. Vermittlung von mathematischen Modellen und Heuristiken, aus betriebswirtschaftlicher Sicht von Vorgehensmodellen und Organisationsansätzen sowie der sozio-technischen Integration von entsprechenden Informations- und Managementsystemen.		
Persönlichkeits-kompetenz und Sozialkompetenz	Die Studierenden haben die Fähigkeit zur selbständigen Strukturierung und Lösung von Aufgabenstellungen und trainieren dabei v.a. ihre Team- und Kommunikationsfähigkeit.		
Handlungskompetenz	Die Studierenden entwickeln die Fähigkeit zur Beurteilung der behandelten Modelle und Systeme in Bezug auf Zweck, Einsetzbarkeit, Nutzen und sinnvolle Kombinierbarkeit.		
Spezielle Kompetenz	Betriebswirtschaftliche Kompetenzen: Die Studierenden entwickeln die Fähigkeit zur Beurteilung der behandelten Modelle und Systeme in Bezug auf Zweck, Einsetzbarkeit, Nutzen und sinnvolle Kombinierbarkeit		
Inhalte	Lehre von Produktionsplanung und –steuerung, Prozess- und Fertigungsdesign, Operativer Planung, Optimierung, Verfügbarkeit, Qualität, Zuverlässigkeit sowie Supply Chain Management. Übung von Methoden und mit Werkzeugen zur Problemlösung, Modellierung, Simulation, Optimierung und Controlling.		
Literatur	Thonemann, U. (2015): Operations Management. 3. Auflage, Pearson Studium, London		
Zulassungsvoraussetzungen gem. SPO	- Keine -	Empfohlene Voraussetzungen	

Operations Management	
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	

9.6.7. Modul: Tourismusmanagement

Tourismusmanagement			
Modul-Nr.	31.1/.2/.3	SPO	SPO IKM/HSAN 20192
Verwendung des Moduls	Studiengang Interkulturelles Management (B.A.) Wahlpflichtfach I, II, III	Wahlpflichtfach	Modulgruppe (gem. SPO): Wahlpflichtfach
Moduldauer	1 Semester	Modulangebot	Winter und Sommer
Modulverantwortlich	Dr. Jörg Christöphler, Marc Frauenholz		
Dozierende	Dr. Jörg Christöphler, Marc Frauenholz		
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 Studenten entwickeln Anwendungskompetenzen für die Identifikation von Marktkräften im Tourismus, ihre kritische Evaluierung und die Erstellung von marktfähigen und innovativen Produkten. Besonderes Gewicht wird auf Instrumente der Potenzialanalyse und der Initiierung von Innovationsprozessen gelegt. Organisationsstrukturen des Destinationsmanagements samt Finanzplanung werden genauso thematisiert wie organisationspolitische Parameter wie Rechtsform, Stakeholder, Organisationsplanung und Organisationsprozesse, Marketingstrategien und Maßnahmenumsetzung, hin zu einer Digital-Connected-Strategie.		
Qualifikationsziele			
Fachkompetenz und Methodenkompetenz	Tourismus ist eine klassische Querschnittsbranche. Dies macht es nicht allein von der Definition, sondern auch von der Vielzahl an Gegenstandsbereichen und Methoden her zu einem spannenden Untersuchungsfeld. Ziel dieses Moduls ist es, ein Grundverständnis für Interdependenzen und Prozesse in der Tourismuswirtschaft zu gewinnen. Im ersten Teil des Moduls wird bewusst der Standpunkt des Destinationsmanagements bezogen, im zweiten Teil wird dies mit der Kundensicht konfrontiert: die Herausforderungen der Digitalisierung sollen anhand aller Phasen der Customer Journey und deren Touchpoints für eine Destination nicht nur allein nachvollziehbar gemacht werden, sondern im praktischen Teil auch angewendet werden. Der Student soll so lernen, sich auf stetig verändernde Marktbedingungen im Tourismus und deren neue Herausforderungen dank smarter Technologien einzustellen, diese zu erkennen und zu nutzen. Erwerb von grundlegenden Kenntnissen im Tourismusmanagement am Beispiel verschiedener Destinationstypen (Ammergauer Alpen, Rothenburg ob der Tauber, Erlebnisweingut und München). Unterscheidung von Vor- und Nachteilen bestimmter Organisations- und Rechtsformen. Verständnis für die unter dem Einfluss der Digitalisierung sich verändernden Kommunikations- und Vertriebswege.		

Tourismusmanagement		
	Persönlichkeits-kompetenz und Sozialkompetenz	Durchführung von Workshops und strukturierte Präsentation von Ergebnissen. Berücksichtigung von Kriterien wie Validität und Reliabilität.
	Handlungskompetenz	Fähigkeit zur Anwendung der Customer Journey und ihrer Touchpoints sowie ein Verständnis für die komplexen Umwelt- und Einflussfaktoren einer Destination. Zielführende Umsetzung einer digitalen Marketingstrategie. Konkret wird die Evaluation von Potenzialen erlernt, die u.a. in regionalen Produktangeboten (Gastronomie und Einzelhandel), in lokalen Kulturinstitutionen (Museen) und Geschichten (Storytelling) liegen.
	Spezielle Kompetenz	Betriebswirtschaftliche Kompetenzen: Umsetzung einer digitalen Marketingstrategie im Tourismus
Inhalte		• Tourismus als industriegesellschaftliches Modell und als Querschnittsbranche • Verschiedene wissenschaftliche Methoden zur Erfassung und Beschreibung des Phänomens Tourismus • Grundzüge des Destinationsmanagements: Aufgaben und Grenzen • Modelle der Markt- und Zielgruppensegmentierung • Digitalisierung im Tourismus • Customer Journey und ihre Touch Points • Smarte Technologien und die Integration auf Destinationsebene
Literatur		Barth et al 2018. Bertram Barth/Berthold Bodo Flaig et al. (Hg): Praxis der Sinus Milieus, Wiesbaden 2018 Bieger 32010. Thomas Bieger, Tourismuslehre – ein Grundriss, Bern 32010 Breyer-Mayländer/Zerres 2019. Thomas Breyer-Mayländer /Christopher Zerres: Stadtmarketing – Grundlagen, Analysen, Praxis, Wiesbaden 2019. Freyer 102011. Walter Freyer: Tourismus, München 102011 Gatti/Richter 2019. Iena Gatti/Christina Richter: Digitales China. Basiswissen und Inspirationen für Ihren Geschäftserfolg im Reich der Mitte, Wiesbaden 2019. Kamp 1996. Michael Kamp: Die touristische Entdeckung Rothenburgs ob der Tauber im 19. Jahrhundert, Schillingsfürst 1996 Kruse/Wolfram 2018. Brandão Kruse /Wolfram: Digital Connection – Die bessere Customer Journey mit smarten Technologien – Strategie und Praxisbeispiele. Wiesbaden 2018. Letzner 22014. Volker Letzner: Tourismusökonomie – Volkswirtschaftliche Aspekte rund ums Reisen, München 22014 Linnhoff-Popien/Zaddach et al. 2015. Claudia Linnhoff-Popien/Michael Zaddach Andreas Grahl: Marktplätze im Umbruch. Digitale Strategien für Services im Mobilen Internet. Berlin/Heidelberg 2015. Ratajczak / Jockwer 2016. Oliver Ratajczak/Axel Jockwer: Kundenorientierung und Kundenservice in der Touristik, Wiesbaden 2016 Urry/Larsen 2011. John Urry, Jonas Larsen: The Tourist Gaze 3.0, London 2011 Wagner/Schobert et al. 2019. Daniela Wagner/Martin Schobert/Georg Christian Steckenbauer: Experience Design im Tourismus – eine Branche im Wandel Gestaltung von Gäste-Erlebnissen, Erlebnismarketing und Erlebnisvertrieb. Wiesbaden 2019.
Zulassungsvoraussetzungen gem. SPO	- Keine -	Empfohlene Voraussetzungen:
Prüfungsart und Umfang gem. SPO	Projektarbeit (PA, 10-20 Seiten): Projektarbeit, ca. 15-20 Seiten, nach Instruktion	
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Bestehen der Modulprüfung gem. SPO und Studienplan	
Anmerkungen / Hinweise		

9.6.8. Modul: Unternehmensgründung und Entrepreneurship

Unternehmensgründung und Entrepreneurship			
Modul-Nr.	31.1/.2/.3	SPO	SPO IKM/HSAN 20192
Verwendung des Moduls	Studiengang Interkulturelles Management (B.A.) Wahlpflichtfach I, II, III	Wahlpflichtfach	Modulgruppe (gem. SPO): Wahlpflichtfach
Moduldauer	1 Semester	Modulangebot	Winter und Sommer
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Dominik Kögel		
Dozierende	Prof. Dr. Dominik Kögel		
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	Das Modul befasst sich sowohl aus theoretischer wie auch praktischer Perspektive mit dem Phänomen Unternehmertum auseinander. Über seine Rolle für die Innovation spielt Unternehmertum (Entrepreneurship) eine zentrale Rolle für die wirtschaftliche Entwicklung. Dabei wird Unternehmertum oft als Gründung missverstanden, geht jedoch weit darüber hinaus – man denke an Intrapreneurship, unternehmerisches Handeln innerhalb eines bestehenden Unternehmens. Eine Kenntnis des Gründungsprozesses und der im Rahmen einer Gründung zu beachtenden Thematiken ist nichtsdestotrotz eine wichtige Voraussetzung, um potenzielle Unternehmer zur Gründung zu ermutigen, und spielt daher für Studierende der Wirtschaftswissenschaften eine wichtige Rolle, gerade dann, wenn die Arbeit im Angestelltenverhältnis nicht den persönlichen Zielen des Studierenden entspricht. Der Businessplan ist Grundlage für unternehmerisches Handeln und nimmt in diesem Modul eine zentrale Stellung ein.		
Qualifikationsziele			
Fachkompetenz und Methodenkompetenz	Die Studierenden verfügen über ausreichende Kenntnisse zu volkswirtschaftlicher Theorie bzw. allgemeiner betriebswirtschaftlicher Theorie, um das Phänomen Unternehmertum einzuordnen und den Prozess Unternehmertum sowie die grundlegenden Mechanismen hinter dem Erkennen unternehmerischer Gelegenheiten zu verstehen. Sie verfügen über ein grundlegendes Verständnis des Konzepts der Geschäftsidee sowie des Geschäftsmodells und flankierender Theorie zu Strategischem Management sowie Innovation. Die Studierenden verstehen den Gründungsprozess sowie damit verbundene wesentliche Entscheidungen, wie z.B. die Wahl der Rechtsform, und deren Implikationen. Die Studierenden verfügen über die Methodenkompetenz, einen Businessplan zu erstellen, der den qualitativen Anforderungen im realen Gründungsprozess bzw. im Unternehmen genügt.		

Unternehmensgründung und Entrepreneurship		
	Persönlichkeits-kompetenz und Sozialkompetenz	Die Studierenden kennen die Bedeutung unternehmerischen Handelns für die Gesellschaft und lernen die Herausforderungen und Spannungsfelder, denen Unternehmer ausgesetzt sind, verstehen und einzuordnen.
	Handlungskompetenz	Die Studierenden sind in der Lage, einen Businessplan gemäß den üblichen Anforderungen zu erstellen.
	Spezielle Kompetenz	Betriebswirtschaftliche Kompetenzen: Die Studierenden kennen den Stellenwert von Entrepreneurship im Unternehmen sowie Kompetenzen im Kontext der während einer Gründung nötigen Fertigkeiten sowie die Fähigkeit, einen professionellen Businessplan zu erstellen. Digitale Kompetenzen: Die Studierenden nutzen grundlegende Standard-Software zur Erstellung ihres Businessplans.
Inhalte		Das Modul Unternehmensgründung und Entrepreneurship befasst sich sowohl aus theoretischer wie auch praktischer Perspektive mit dem Phänomen Unternehmertum, sowie Businessplanung und Gründung. Im Rahmen des seminaristischen Unterrichts sowie der dazwischengelegenen Recherche- und Praxisphasen beschäftigen sich die Studierenden mit den wesentlichen Inhalten: • Theorie zu Unternehmertum sowie Intrapreneurship • Erkennen unternehmerischer Gelegenheiten • Geschäftsidee, Geschäftsmodell • Erstellen eines Businessplans • Gründungsprozess
Literatur		Fueglistaller, Urs, Christoph Müller, Susan Müller, Thierry Volery (2016) Entrepreneurship, 4. Auflage, Springer Kubr, Thomas, Daniel Ilar, Heinz Marchesi (2016) Planen, gründen, wachsen: Mit dem professionellen Businessplan zum Erfolg, 8. Auflage, Redline Verlag Ggf. weitere, nach Ankündigung i.R. der Veranstaltung Osterwalder, Alexander, Yves Pigneur (2011) Business Model Generation – ein Handbuch für Visionäre, Spielveränderer und Herausforderer, Campus Grichnik, Dietrich, Malte Brettel, Christian Koropp, Réné Maurer (2010) Entrepreneurship: Unternehmerisches Denken,Entscheiden und Handeln in innovativen und technologieorientierten Unternehmungen, Schäffer-Poeschel Fritsch, Michael (2015) Entrepreneurship: Theorie, Empirie, Politik, Springer Fink, Christian und Eva Vogelsang (2016) Existenzgründung und Businessplan: Ein Leitfaden für erfolgreiche Startups Gassmann, Oliver und Karolin Frankenberger (2013) Geschäftsmodelle entwickeln: 55 innovative Konzepte mit dem St.Galler Business Model Navigator, Hanser Ries, Eric (2017) The Lean Startup: How Today's Entrepreneurs Use Continuous Innovation To Create Radically Successful Business, Penguin
Zulassungsvoraussetzungen gem. SPO	- Keine -	Empfohlene Voraussetzungen:
Prüfungsart und Umfang gem. SPO		Projektarbeit (PA, 10-20 Seiten): Seminararbeit ca. 10-15 Seiten, gem. Instruktion: selbst zu erstellender Businessplan zu einem vorgegebenen Thema
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten		Bestehen der Modulprüfung gem. SPO und Studienplan
Anmerkungen / Hinweise		

9.7. 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 13 zeigt den Überblick inklusive begleitender Seminare.

Modul-Nr.	Modul
32	Betriebliche Praxis
33	Managementtechniken

Tabelle 13 - Modulgruppe Praktisches Studiensemester

9.7.1. Modul: Betriebliche Praxis

Betriebliche Praxis			
Modul-Nr.	32	SPO	SPO IKM/HSAN 20192
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. Carolin Durst		
Dozierende	Prof. Dr. Carolin Durst		
Sprache	Deutsch		
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 Bescheinigung und Bericht		
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Bestehen der Modulprüfung gem. SPO und Studienplan		
Anmerkungen / Hinweise			

9.7.2. Modul: Managementtechniken

Managementtechniken			
Modul-Nr.	33	SPO	SPO IKM/HSAN 20192
Verwendung des Moduls	Studiengang Interkulturelles Management (B.A.)	Pflichtseminar	Modulgruppe (gem. SPO): Praktisches Studiensemester
Moduldauer	1 Semester	Modulangebot	Winter und Sommer
Modulverantwortlich	Christian Wilkens		
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.		
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:		

Managementtechniken	

	• 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 sowie Produktion und Handwerk)
	• 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
	• Grundlegende Motivationstheorie (Herzberg)
	• Stakeholder Analyse
	• Grundlegende Kommunikationsprinzipien
	• Sender/ Empfänger

Managementtechniken	
	• 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): Teilnahme und Präsentation
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Bestehen der Modulprüfung gem. SPO und Studienplan
Anmerkungen / Hinweise	

9.8. Modulbeschreibungen: Modulgruppe Bachelorarbeit

Mit den Modulen der Modulgruppe Bachelorarbeit beschäftigen Sie sich intensiv mit Ihrer Bachelorarbeit. Tabelle 14 zeigt den Überblick inklusive begleitender Seminare.

Modul-Nr.	Modul
34	Bachelorarbeit
35	Bachelorseminar

Tabelle 14 - Modulgruppe Bachelorabeit

9.8.1. Modul: Bachelorarbeit

Bachelorarbeit			
Modul-Nr.	34	SPO	SPO IKM/HSAN 20192
Verwendung des Moduls	Studiengang Interkulturelles Management (B.A.)	Bachelorarbeit	Modulgruppe (gem. SPO): Bachelorarbeit
Moduldauer	1 Semester	Modulangebot	Winter und Sommer
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Carolin Durst		
Dozierende	Prof. Dr. Carolin Durst, Prof. Dr. Dominik Kögel, Prof. Dr. Ritam Garg, Dr. Christian Gebhard, Christoph Bitzl, M.A., Florian Diener, M.A., Maximilian May, MBA PMM		
Sprache	Deutsch		
Leistungspunkte	12	SWS	-
Arbeitsaufwand	Kontaktstunden: 3 h Selbststudium: 357 h Gesamtaufwand: 360 h		
Lehrformen (gem. SPO):	☐ e-Learning (eL) ☐ Exkursion (Ex) ☐ Vorlesung (V) ☐ Praktikum ☐ Übung (Ü)		
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 Schwerpunktthema. Sprachkompetenzen: Die Studierenden erstellen eine wissenschaftliche Arbeit in einer angemessenen Wissenschaftssprache. Digitale Kompetenzen: Die Studierenden erstellen eine wissenschaftliche Arbeit mit den notwendigen technischen Hilfsmitteln.		
Inhalte	Eigenständige Erstellung der Bachelorarbeit		

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.		

9.8.2. Modul: Bachelorseminar

Bachelorseminar			
Modul-Nr.	35	SPO	SPO IKM/HSAN 20192
Verwendung des Moduls	Studiengang Interkulturelles Management (B.A.)	Pflichtseminar	Modulgruppe (gem. SPO): Bachelorarbeit
Moduldauer	1 Semester	Modulangebot	Winter und Sommer
Modulverantwortlich	Christoph Bitzl, M.A.		
Dozierende	Prof. Dr. Carolin Durst, Prof. Dr. Dominik Kögel, Prof. Dr. Ritam Garg, Dr. Christian Gebhard, Christoph Bitzl, M.A., Florian Diener, M.A., Maximilian May, MBA PMM		
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 in der Mitte und am Ende des Semesters den Fortschritt ihrer eigenen Abschlussarbeit im Plenum und nehmen unter Anleitung von Professor/innen kritisch und aktiv an der Diskussion anderer vorgestellter Abschlussarbeiten teil.		
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			

10. Modulbeschreibungen vorherige SPO IKM/HSAN 20162

Für die Studierenden der alten Studien- und Prüfungsordnung hatten wir die Regelungen in Kapitel 7 aufgezeigt. Hier sehen Sie in Tabelle 15 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 15 - Module nach der vorherigen 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.

10.1. 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. Dominik Kögel		
Dozierende	Prof. Dr. Dominik Kögel, Maximilian May, MBA 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.		
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		

Angewandtes Projektmanagement I	
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

10.2. 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 und Sommer
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Dominik Kögel		
Dozierende	Prof. Dr. Dominik Kögel, Maximilian May, MBA PMM		
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	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: Die Studierenden berücksichtigen die interkulturelle Diversität in organisations- und länderübergreifenden Projektteams und deren Hintergründe und finden lösungsorientierte Wege der Zusammenarbeit in Projekten.		

Angewandtes Projektmanagement II			
	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		
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)		

Angewandtes Projektmanagement II	
	Diese Zertifizierungen sind bei Arbeitgebern gut bekannt und können mit der Vorbereitung durch die Lehrveranstaltungen gut absolviert werden

11. 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
Abbildung 6 - Modulplan IKM nach alter SPO IKM/HSAN 20162 18

12. Tabellenverzeichnis

Tabelle 1 - Studienablaufplan ikm 16
Tabelle 2 - Übersicht Modulübergang mit SPO-Wechsel 17
Tabelle 3 – Modulübersicht mit Modulverantwortlichen 21
Tabelle 4 - Modulgruppe Interkulturelle Kompetenzen 23
Tabelle 5 - Modulgruppe Sprachen 44
Tabelle 6 - Modulgruppe Betriebswirtschaftliche Kompetenzen 81
Tabelle 7 - Modulgruppe Digitale Kompetenzen 98
Tabelle 8 - Modulgruppe Studienschwerpunkt Gastronomie und Tourismus 110
Tabelle 9 - Modulgruppe Studienschwerpunkt Handel und Dienstleistungen 118
Tabelle 10 - Modulgruppe Studienschwerpunkt Produktion und Handwerk 125
Tabelle 11 - Modulgruppe Wahlpflichtmodule 134
Tabelle 12 - Angebotene Wahlpflichtmodule 134
Tabelle 13 - Modulgruppe Praktisches Studiensemester 154
Tabelle 14 - Modulgruppe Bachelorabeit 160
Tabelle 15 - Module nach der vorherigen SPO IKM/HSAN 20162 165