HOCHSCHULE ANSBACH

Studiengang

Interkulturelles Management

Modulhandbuch

Stand März 2023

15.03.2023

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
Campusleitung Standort Rothenburg

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

Stand 09/2022

Relevante Kontaktdaten:

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

Studiengangassistenz:
Daniela Frank-Müller
daniela.frankmueller@hs-ansbach.de

Sandra Sauter
sandra.sauter@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. Modulübersicht mit Modulverantwortlichen 18
8. Modulbeschreibungen 21
8.1. Modulbeschreibungen: Modulgruppe Interkulturelle Kompetenzen 22
8.1.1. Modul: Tandem: Hands-on Interculturality 23
8.1.2. Modul: Landeskunde 25
8.1.3. Modul: European Business 27
8.1.4. Modul: Interkulturelle Kommunikation 29
8.1.5. Modul: Interkulturelle Kompetenz I 32
8.1.6. Modul: Interkulturelle Kompetenz II 34
8.1.7. Modul: Internationale Organisation und Prozessmanagement 36
8.1.8. Modul: Interkulturelles Projektmanagement 39
8.1.9. Modul: Management in Emerging Markets 42
8.2. Modulbeschreibungen: Modulgruppe Sprachen 44
8.2.1. Modul: Business English I 45
8.2.2. Modul: Business English II 48
8.2.3. Modul: Oral Communication for Business 51
8.2.4. Modul: Weitere Fremdsprache I - Spanisch 53
8.2.5. Modul: Weitere Fremdsprache I - Französisch 56
8.2.6. Modul: Weitere Fremdsprache I - Italienisch 59
8.2.7. Modul: Weitere Fremdsprache I - Chinesisch 62
8.2.8. Modul: Weitere Fremdsprache II - Spanisch 65
8.2.9. Modul: Weitere Fremdsprache II - Französisch 68
8.2.10. Modul: Weitere Fremdsprache II - Italienisch 71
8.2.11. Modul: Weitere Fremdsprache II - Chinesisch 74

8.2.12. Modul: Weitere Fremdsprache: Berufliche Kommunikation - Spanisch ... 77
8.2.13. Modul: Weitere Fremdsprache: Berufliche Kommunikation - Französisch ... 80
8.2.14. Modul: Weitere Fremdsprache: Berufliche Kommunikation - Italienisch ... 83
8.2.15. Modul: Weitere Fremdsprache: Berufliche Kommunikation - Chinesisch ... 86
8.3. Modulbeschreibungen: Modulgruppe Betriebswirtschaftliche Kompetenzen ... 89
8.3.1. Modul: Wissenschaftliches Arbeiten ... 90
8.3.2. Modul: Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre ... 92
8.3.3. Modul: Wirtschaftsmathematik ... 94
8.3.4. Modul: Investition und Finanzierung ... 96
8.3.5. Modul: Internationales Personalmanagement ... 98
8.3.6. Modul: Bürgerliches Recht ... 100
8.3.7. Modul: Grundlagen der Volkswirtschaftslehre ... 102
8.3.8. Modul: Unternehmensplanspiel ... 104
8.4. Modulbeschreibungen: Modulgruppe Digitale Kompetenzen ... 106
8.4.1. Modul: Medien und Kommunikation ... 107
8.4.2. Modul: Marktforschung & Datenanalyse ... 111
8.4.3. Modul: Digitales Marketing ... 113
8.4.4. Modul: Innovationsmanagement und Digitalisierung ... 115
8.5. Modulbeschreibungen: Modulgruppe Studienschwerpunkte ... 118
8.5.1. Modulgruppe Studienschwerpunkt Gastronomie und Tourismus ... 119
8.5.1.1. Modul: Hospitality Management ... 120
8.5.1.2. Modul: Eventmanagement ... 122
8.5.2. Modulgruppe Studienschwerpunkt Handel und Dienstleistungen ... 124
8.5.2.1. Modul: International E-Commerce ... 125
8.5.2.2. Modul: Digitale Arbeitswelten ... 127
8.5.2.3. Modul: Supply Chain Management ... 131
8.5.3. Modulgruppe Studienschwerpunkt Produktion und Handwerk ... 133
8.5.3.1. Modul: Supply Chain Management ... 134
8.5.3.2. Modul: Digitale Arbeitswelten ... 136
8.6. Modulbeschreibungen: Modulgruppe Wahlpflichtmodule ... 140
8.6.1. Modul: Digitale Arbeitswelten ... 141
8.6.2. Modul: English for Specific Purposes ... 145
8.6.3. Modul: Eventmanagement ... 148
8.6.4. Modul: Hackathon ... 150
8.6.5. Modul: Hospitality Management ... 152

8.6.6. Modul: International E-Commerce 154
8.6.7. Modul: Management in East Asia 156
8.6.8. Modul: Supply Chain Management 158
8.7. Modulbeschreibungen: Modulgruppe Praktisches Studiensemester 160
8.7.1. Modul: Betriebliche Praxis 161
8.7.2. Modul: Managementtechniken 163
8.8. Modulbeschreibungen: Modulgruppe Bachelorarbeit 167
8.8.1. Modul: Bachelorarbeit 168
8.8.2. Modul: Bachelorseminar 170
9. Modulbeschreibungen vorherige SPO IKM/HSAN 20162 172
9.1. Modul: Angewandtes Projektmanagement I 173
9.2. Modul: Angewandtes Projektmanagement II 176
10. Abbildungsverzeichnis 179
11. Tabellenverzeichnis 180

Abkürzungsverzeichnis

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

1. Einleitung

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

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

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

Das vorliegende Modulhandbuch soll eine orientierende Hilfe zum Studienablauf geben.

2. Orientierungshilfe durch das Modulhandbuch

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

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

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

- 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.

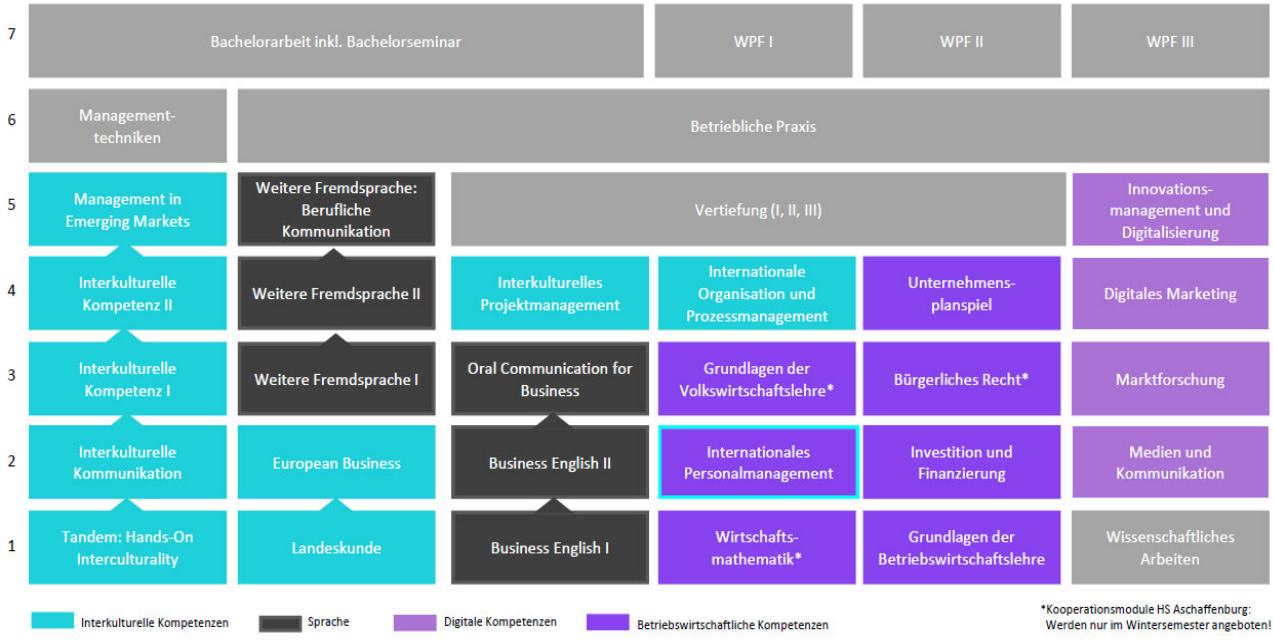

Abbildung 5 - Modulplan IKM

Wie schon erwähnt, dieser Modulplan gilt für alle Studierenden, die ab Wintersemester 2019/20 gestartet sind 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				

Module	ECTS	Sem. 1 ECTS	Sem. 2 ECTS	Sem. 3 ECTS	Sem. 4 ECTS	Sem. 5 ECTS	Sem. 6 ECTS	Sem. 7 ECTS
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 Personalmgmt	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		
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

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 English 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 SPO 2016 angeboten
Intercultural Communication	Interkulturelle Kommunikation	Sprache deutsch
Interkulturelle Kompetenz I Interkulturelle Kompetenz II	Interkulturelle Kompetenz I Interkulturelle Kompetenz II	Sprache englisch Sprache englisch
-	Managing in Emerging Marktes	Als WPF für SPO 2016 angeboten
Wissenschaftliche Arbeitsweisen	Wissenschaftliches Arbeiten	-
European Business	European Business	-
Personal	Internationales Personalmanagement	Prof. Dr. Garg, Sprache englisch (Kooperation mit TH AB eingestellt)
Unternehmenssimulation General Management	Unternehmensplanspiel	wurde in das 4. Semester verlegt
Organisation und Prozessmanagement	Internationale Organisation und Prozessmanagement	-
Grundlagen der VWL	Grundlagen der VWL	-
Arbeits- und Unternehmensrecht für KMU	Bürgerliches Recht	-
Digital Marketing	Digitales Marketing	-
Medienkompetenz Grundlagen	Medien und Kommunikation	-
Selbstmanagement im Studium	-	-
Quantitative Methoden	Wirtschaftsmathematik	Anpassung der Inhalte
Medienkompetenz Social Media	Marktforschung & Datenanalyse	
Digitale Geschäftsmodelle	-	-
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	Interk. Projektmanagement	
Angewandtes Projektmanagement II	Hackathon	(über Anrechnung v. Kompetenzen)
Betriebliche Praxis	Betriebliche Praxis	-
Arbeitstechniken	Managementtechniken	-
Bachelorarbeit	Bachelorarbeit	-
Landeskunde (WPF)	Landeskunde	Pflichtbereich
-	Marktforschung	Als WPF für SPO 2016 angeboten
-	Investition und Finanzierung	Als WPF für SPO 2016 empfohlen
-	Management in Emerging Markets	Als Schwerpunktmodule und WPF für SPO 2016 angeboten

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.

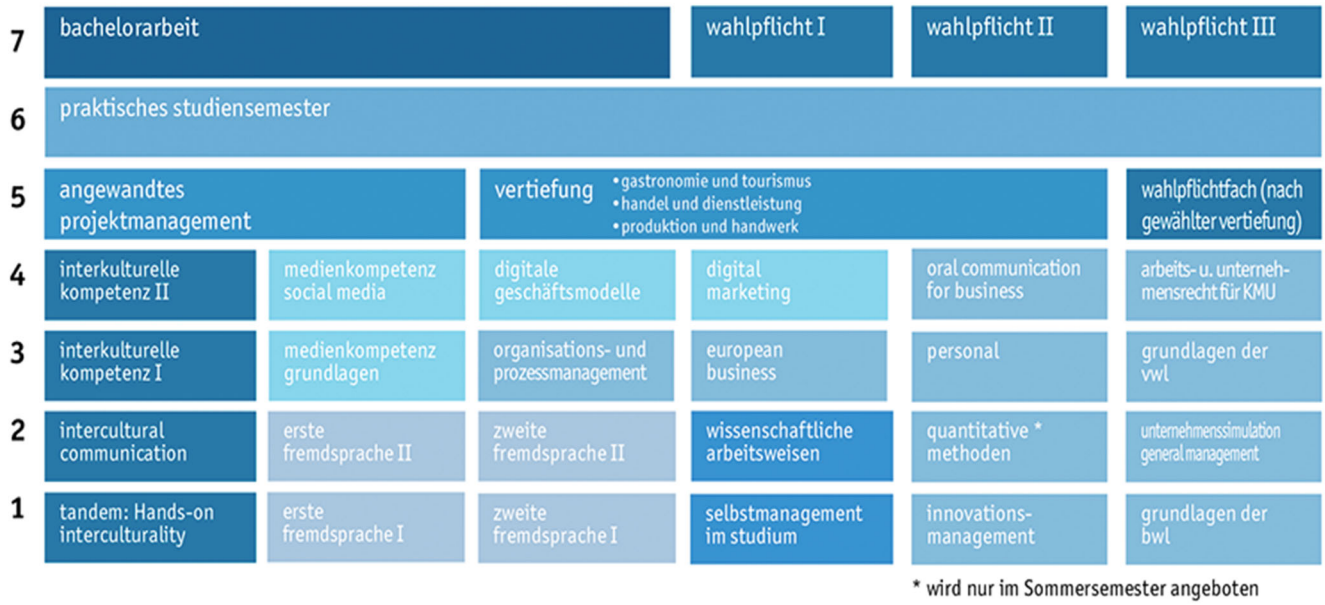

Abbildung 6 - Modulplan IKM nach alter SPO IKM/HSAN 20162

7. 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, M.A. Prof. Dr. Ritam Garg
08	Interkulturelles Projektmanagement	Christian Schönfelder Prof. Dr. Ritam Garg
09	Management in Emerging Markets	Prof. Dr. Ritam Garg
10	Business English I	Sabine McIntosh
11	Business English II	Sabine McIntosh
12	Oral Communication for Business	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

Modul-Nr.	Modul	Modulverantwortlich
16	Wissenschaftliches Arbeiten	Christoph Bitzl, M.A.
17	Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre	Prof. Dr. Markus Skripek
18	Wirtschaftsmathematik	Prof. Dr. Antje Wendler (TH Aschaffenburg)
19	Investition und Finanzierung	Sven Kupfer Prof. Dr. Ritam Garg
20	Internationales Personalmanagement	Prof. Dr. Ritam Garg
21	Bürgerliches Recht	Prof. Dr. Marc-Oliver Banzhaf (TH Aschaffenburg), Prof. Dr. Christiane Seidel (TH Aschaffenburg)
22	Grundlagen der Volkswirtschaftslehre	Myrto Pavlidis (TH Aschaffenburg)
23	Unternehmensplanspiel	Prof. Dr. Markus Skripek
24	Medien und Kommunikation	Dr. Florian Diener, M.A.
25	Marktforschung & Datenanalyse	Prof. Dr. Alexander Piazza
26	Digitales Marketing	Prof. Dr. Carolin Durst
27	Innovationsmanagement und Digitalisierung	Maximilian May, M.A. Prof. Dr. Carolin Durst
28.1	Gastronomie und Tourismus I: Hospitality Management	Anton Leiner Prof. Dr. Ritam Garg
28.2	Gastronomie und Tourismus II: Eventmanagement	Sophia Hübner Prof. Dr. Carolin Durst
28.3	--	--
29.1	Handel und Dienstleistung I: International E-Commerce	Dr. Sue Claire Trage Prof. Dr. Ritam Garg
29.2	Handel und Dienstleistung II: Digitale Arbeitswelten	Dipl.-Ing. Bernd Meidel Prof. Dr. Ritam Garg
29.3	Handel und Dienstleistung III: Supply Chain Management	Dr. Sebastian Huber, Dr. Sven Schwarz Prof. Dr. Carolin Durst
30.1	--	--
30.2	Produktion und Handwerk II: Supply Chain Management	Dr. Sebastian Huber, Dr. Sven Schwarz Prof. Dr. Carolin Durst
30.3	Produktion und Handwerk III: Digitale Arbeitswelten	Dipl.-Ing. Bernd Meidel Prof. Dr. Ritam Garg
31	Wahlpflichtmodul: Digitale Arbeitswelten	Dipl.-Ing. Bernd Meidel Prof. Dr. Ritam Garg
31	Wahlpfichtmodul: E-Commerce	Dr. Sue Claire Trage Prof. Dr. Ritam Garg
31	Wahlpflichtmodul: English for Specific Purposes	Sabine McIntosh
31	Wahlpflichtmodul: Eventmanagement	Sophia Hübner Prof. Dr. Carolin Durst

Modul-Nr.	Modul	Modulverantwortlich
31	Wahlpflichtmodul: Hackathon	Dr. Johannes Hähnlein Prof. Dr. Michael Walter
31	Wahlpflichtmodul: Hospitality Management	Anton Leiner Prof. Dr. Ritam Garg
31	Wahlpflichtmodul: Management in East Asia	Prof. Dr. Ritam Garg
31	Wahlpflichtmodul: Supply Chain Management	Dr. Sebastian Huber, Dr. Sven Schwarz Prof. Dr. Carolin Durst
32	Betriebliche Praxis	Prof. Dr. Carolin Durst
33	Managementtechniken	Christian Wilkens Prof. Dr. Ritam Garg
34	Bachelorarbeit	Prof. Dr. Carolin Durst
35	Bachelorseminar	Christoph Bitzl, M.A.

Tabelle 3 – Modulübersicht mit Modulverantwortlichen

8. 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.

8.1. 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

8.1.1. 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
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.		

Tandem: Hands-on Interculturality				
		Die Studierenden leiten die fachliche Entwicklung anderer vorausschauend an. Die Studierenden lösen Probleme und Konflikte im Team vorausschauend. Die Studierenden erläutern komplexe Themen vor Fachleuten verständlich und korrekt, vertreten ihren Standpunkt argumentativ und entwickeln diesen gemeinsam weiter. Die Studierenden übernehmen Verantwortung für ein Team.		
	Handlungskompetenz	Die Studierenden gestalten Prozesse im 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.		

8.1.2. 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
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.		

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

8.1.3. Modul: European Business

European Business			
Modul-Nr.	03	**SPO**	SPO IKM/HSAN 20192
Verwendung des Moduls	Studiengang Interkulturelles Management (B.A.)	Pflichtfach	Modulgruppe (gem. SPO): Interkulturelle Kompetenzen
Moduldauer	1 Semester	**Modulangebot**	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		

European Business			
	• Grundlagen kultureller Ausprägungen in Europa und EU am Beispiel Deutschland / Frankreich / Tschechische Republik • Kulturdimensionen in internationalen Unternehmen • Kulturgeprägte Unternehmensformen		
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	Projektarbeit (PA, 10-20 Seiten): Seminararbeit (10-20 Seiten) nach Instruktion		
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Bestehen der Modulprüfung gem. SPO und Studienplan		
Anmerkungen / Hinweise	Das Modul beinhaltet zwei Exkursionen.		

8.1.4. 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**	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.		

Interkulturelle Kommunikation			
		Die Studierenden lernen komplexe wissenschaftliche Informationen im Plenum zu präsentieren und Argumentationen in selbst moderierten Diskussionen abzuwägen und festzuhalten.	
	Handlungskompetenz	Die Studierenden begegnen Diversität im Organisationsumfeld mit adäquatem Wissen über Konstruktion, Herkunft und Wahrnehmung von kulturellen Differenzen und können somit selbstreflektierend in Kommunikationsprozesse eintreten.	
	Spezielle Kompetenz	**Interkulturelle Kompetenzen:** Die Studierenden begegnen Diversität im Organisationsumfeld mit adäquatem Wissen über Konstruktion, Herkunft und Wahrnehmung von kulturellen Differenzen und können somit selbstreflektierend in Kommunikationsprozesse eintreten.	
Inhalte		Im Modul wird grundlegendes Fachwissen zur Genealogie der Begriffe Kultur & Interkulturelle Kommunikation vermittelt. Darüber hinaus erlangen die Studierenden Wissen zu geisteswissenschaftlichen Theorien der Konstruktion von ‚Eigenem' und ‚Fremden' sowie Identitätstheorien. Im Seminarverlauf erwerben die Studierenden Kenntnisse über die teils machtvollen Wirkungen kultureller Zuschreibungen und kultureller Differenzierung von statisch anmutenden Kollektiven. • Theorien zur gesellschaftlichen Konstruktion von Wirklichkeit • Genealogische Beschaffenheit des Kulturbegriffs • Identitäts-, Fremdheits- und Kollektivitätstheorien • Theorien Interkultureller Kommunikationsforschung • Alternativkonzepte von Interkulturalität • Kritische Analyse einer ‚deutschen' Kultur • Kritische Analyse & Rezeption machtvoller (rassistischer) Kulturdiskurse	
Literatur		Abels, H. (2017): Identität. Wiesbaden. Broszinsky-Schwabe (2017): Interkulturelle Kommunikation – Missverständnisse und Verständigungen. Wiesbaden. Lüsebrink, H.-J. (2016): Interkulturelle Kommunikation – Interaktion, Fremdwahrnehmung, Kulturtransfer. Stuttgart. Müller-Funk, W. (2016): Theorien des Fremden. Eine Einführung. Tübingen. Rauh, A. (2017): Fremdheit und Interkulturalität. Aspekte kultureller Pluralität. Bielefeld. Terkessidis, M. (2015): Interkultur. Frankfurt a. M. Welsch, W. (2017): Transkulturalität. Realität – Geschichte – Aufgabe. Wien. Yousefi, H. R./ Braun, I. (2011): Interkulturalität – Eine interdisziplinäre Einführung. Weitere Literatur wird im Kurs angegeben.	
Zulassungsvoraussetzungen gem. SPO	- Keine -	**Empfohlene Voraussetzungen**	Kenntnisse im Bereich wissenschaftlicher Arbeitsweisen sind von Vorteil.
Prüfungsart und Umfang gem. SPO	Projektarbeit (PA, 10-20 Seiten): Seminararbeit (10-15 Seiten) nach Instruktion		

Interkulturelle Kommunikation	
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Bestehen der Modulprüfung gem. SPO und Studienplan
Anmerkungen / Hinweise	

8.1.5. Modul: Interkulturelle Kompetenz I

Interkulturelle Kompetenz I			
Modul-Nr.	05	**SPO**	SPO IKM/HSAN 20192
Verwendung des Moduls	Studiengang Interkulturelles Management (B.A.)	Pflichtfach	Modulgruppe (gem. SPO): Interkulturelle Kompetenzen
Moduldauer	1 Semester	**Modulangebot**	Winter
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Ritam Garg		
Dozierende	Prof. Dr. Ritam Garg		
Sprache	Englisch		
Leistungspunkte	5	**SWS**	4
Arbeitsaufwand	Kontaktstunden: 25 h Selbststudium: 125 h Gesamtaufwand: 150 h		
Lehrformen (gem. SPO):	☒ e-Learning (eL) ☒ Vorlesung (V) ☒ Übung (Ü) ☐ Exkursion (Ex) ☐ Praktikum		
Kurzbeschreibung	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.		

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

8.1.6. Modul: Interkulturelle Kompetenz II

Interkulturelle Kompetenz II			
Modul-Nr.	06	**SPO**	SPO IKM/HSAN 20192
Verwendung des Moduls	Studiengang Interkulturelles Management (B.A.)	Pflichtfach	Modulgruppe (gem. SPO): Interkulturelle Kompetenzen
Moduldauer	1 Semester	**Modulangebot**	Sommer
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Ritam Garg		
Dozierende	Prof. Dr. Ritam Garg		
Sprache	Englisch		
Leistungspunkte	5	**SWS**	4
Arbeitsaufwand	Kontaktstunden: 30 h Selbststudium: 120 h Gesamtaufwand: 150 h		
Lehrformen (gem. SPO):	☒ e-Learning (eL) ☒ Vorlesung (V) ☒ Übung (Ü)	☐ Exkursion (Ex) ☐ Praktikum	
Kurzbeschreibung	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		

Interkulturelle Kompetenz II			
	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.		
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			

8.1.7. 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**	Sommer
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Ritam Garg		
Dozierende	Maximilian May, MBA M.Sc. PMM		
Sprache	Deutsch		
Leistungspunkte	5	**SWS**	4
Arbeitsaufwand	Kontaktstunden: 40 h Selbststudium: 110 h Gesamtaufwand: 150 h		
Lehrformen (gem. SPO):	☒ e-Learning (eL) ☒ Vorlesung (V) ☒ Übung (Ü) ☐ Exkursion (Ex) ☐ Praktikum		
Kurzbeschreibung	Im Modul werden grundlegende und aufbauende Kenntnisse über Organisationen im nationalen und internationalen Umfeld vermittelt. Dazu sind drei Schwerpunktthemen im Modul integriert. Zunächst bilden grundlegende Organisationstheorien und deren konkrete Anwendung in der Gestaltung von Aufbauorganisation die Basis. Im Rahmen der Ablauforganisation stehen betriebliche Abläufe und Prozessmanagement im Fokus. Der Umgang mit Veränderungen im internationalen 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		

Internationale Organisation und Prozessmanagement		
		Organisationen an und verstehen die Besonderheiten in internationalen Organisationen.
	Persönlichkeits-kompetenz und Sozialkompetenz	Die Studierenden verfügen über eine Sensibilität für organisationsspezifische Besonderheiten und setzen diese im eigenen Einsatz in Organisationen ein. Sie kennen die Zielsetzungen von Organisationen und wissen um mögliche Zielkonflikte innerhalb von Organisationen, aber insbesondere auch mit persönlichen Zielen und verfügen über mögliche Bewältigungsstrategien. Die Studierenden bringen sich verantwortlich und kollegial in Teams ein, sie kennen den Hintergrund notwendiger Zusammenarbeit in Organisationen.
	Handlungskompetenz	Die Studierenden gestalten betriebliche Fragen der Aufbau- und Ablauforganisation in Organisationen selbstständig und wenden grundsätzliche Fragen des ChangeManagements in Veränderungs-vorhaben an.
	Spezielle Kompetenz	**Interkulturelle Kompetenzen:** Die Studierenden wenden die Besonderheit kultureller Diversität – sowohl auf ethnografisch-gesellschaftlicher Kulturebene, wie auch auf organisationskultureller Ebene – in Gestaltungsfragen der Organisation passend an. **Betriebswirtschaftliche Kompetenzen:** Die Studierenden gestalten Aufbau- und Ablauforganisation in einfachen, internationalen Kontexten eigenständig und verstehen diese Strukturen in komplexen Fragen internationaler Organisationen. Sie gestalten einfache ChangeManagement-Abläufe eigenständig und verstehen den Einsatz in komplexen, internationalen Veränderungs-vorhaben. **Digitale Kompetenzen:** Die Studierenden erstellen anspruchsvolle Management-Präsentationen, in denen komplexe Sachverhalte in relevanten Punkten ansprechend dargestellt werden. **Sprachkompetenz**
Inhalte		Das Modul gliedert sich in drei wesentliche Teile: Grundlagen der Organisationstheorien und Aufbauorganisation, Ablauforganisation und Prozessmanagement sowie ChangeManagement. Das Modul besteht aus seminaristischem Unterricht und e-learning-Sequenzen. • Organisationstheorien: Klassische Ansätze, 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

Internationale Organisation und Prozessmanagement			
	gegenüber Wandel und Reaktionsmaßnahmen, Organisationales Lernen, Beratungsinterventionen, Lean-Ansätze, EFQM, Changemaßnahmen, Multiplikatorenmodell Kontextkompetenz, d.h. Fähigkeit zur Einordnung und Verständnis allgemeiner betriebs- und wirtschaftswissenschaftlicher Themenstellungen, gehört ebenso ins Modul.		
Literatur	Vahs, D. (2015): Organisation – Ein Lehr- und Managementbuch. 9. Auflage, Verlag Schäffer Poeschel, Stuttgart. **(Pflichtlektüre)** Schmelzer, H., Sesselmann, W. (2013): Geschäftsprozessmanagement in der Praxis. 8. Auflage. Hanser, München, 2013 Allweyer, T. (2015): BPMN 2.0 Business Process Model and Notation – Einführung in den Standard für die Geschäftsprozessmodellierung. 3. Auflage, Verlag BOD Books on Demand **(Pflichtlektüre)** Kotter, J.P. (2011): Leading Change. Wie Sie Ihr Unternehmen in acht Schritten erfolgreich verändern. Vahlen, München Doppler, K., Lauterburg, K. (2008): ChangeManagement. Den Unternehmenswandel gestalten. 12. Auflage. Campus, Frankfurt Schreyögg, G. (2003): Organisation. Grundlagen moderner Organisationsgestaltung. Mit Fallstudien. 4. Auflage. Gabler, Wiesbaden **(Pflichtlektüre)** Zollondz, H.-D. (2013): Grundlagen Lean Management. Oldenbourg, Edition Managment, München Holtbrügge, D., Welge, M. (2010): Internationales Management. 5. Auflage. Schäffer Poeschel, Stuttgart. König, E., Volmer, G. (2007): Handbuch Systemische Organisationsgestaltung. Beltz, Weinheim Glaut, H, Graf-Götz, F. (2007): Handbuch Organisationen gestalten. Beltz, Weinheim Doppler, K. et al. (2013): Unternehmenswandel gegen Widerstände. Campus, Frankfurt Glasl, F., Lievegod, B. (1996): Dynamische Unternehmensentwicklung. Grundlagen für nachhaltiges ChangeManagement. 3. Auflage. Haupt, Bern Schein, E. (2003): Organisationskultur. 3. Auflage. EHP Organisation, Köln Hofstede, G. Hofstede G., Minkov, M. (2010): Cultures and Organizsations. Software of the mind. McGrawHill, NewYork Argyris, C., Schön, D. (2008): Die lernende Organisation. Grundlagen, Methode, Praxis. Schäffer-Poeschel, Stuttgart. Senge, P. (2008): Die fünfte Disziplin. Schäffer-Poeschel, Stuttgart.		
Zulassungsvoraussetzungen gem. SPO	- Keine -	**Empfohlene Voraussetzungen**	Empfehlenswert ist ein erstes Praktikum in einer Organisation oder eine erste berufliche Praxiserfahrung.
Prüfungsart und Umfang gem. SPO	mündlicher Leistungsnachweis (mdlLN, 15-20 Min.): Dauer 15 Minuten		
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Bestehen der Modulprüfung gem. SPO und Studienplan		
Anmerkungen / Hinweise			

8.1.8. Modul: Interkulturelles Projektmanagement

Interkulturelles Projektmanagement			
Modul-Nr.	08	**SPO**	SPO IKM/HSAN 20192
Verwendung des Moduls	Studiengang Interkulturelles Management (B.A.)	Pflichtfach	Modulgruppe (gem. SPO): Interkulturelle Kompetenzen
Moduldauer	1 Semester	**Modulangebot**	Sommer
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Ritam Garg		
Dozierende	Christian Schönfelder		
Sprache	Deutsch		
Leistungspunkte	5	**SWS**	4
Arbeitsaufwand	Kontaktstunden: 60 h Selbststudium: 90 h Gesamtaufwand: 150 h		
Lehrformen (gem. SPO):	☒ e-Learning (eL) ☒ Vorlesung (V) ☒ Übung (Ü)	☐ Exkursion (Ex) ☐ Praktikum	
Kurzbeschreibung	Projektarbeit nimmt im internationalen Kontext immer stärker an Bedeutung zu und leistet einen zunehmenden Beitrag zur Wertschöpfung. Das Modul befasst sich sowohl mit dem Managementansatz Projektmanagement und seinen prozessualen und methodischen Elementen aus dem klassischen und agilen Projektmanagement wie auch mit dem kulturübergreifenden Kollaborationsansatz des Projektmanagements. Die überaus praktische Fachdisziplin Projektmanagement wird im Modul auf Basis internationaler Standards und Erkenntnisse vermittelt und in Form von Praxisprojekten verständlich gemacht.		
Qualifikationsziele			
Fachkompetenz und Methodenkompetenz	Basierend auf internationalen Projektmanagement-Standards (wie bspw. IPMA, ISO, PMI, PRINCE2, Scrum) kennen die Studierenden die Grundlagen des Projektmanagements und wenden diese zur Bearbeitung kleiner, betrieblicher Projekte über alle Projektlebensphasen (Initialisierung und Definition, Planung, Steuerung, Abschluss) an. Insbesondere interkulturelle Aspekte im Projektmanagement und Project Leadership werden in der Projektarbeit besonders berücksichtigt.		
Persönlichkeits-kompetenz und Sozialkompetenz	Die Studierenden bringen sich verantwortlich und kollegial in Projektteams ein. Sie kennen gruppendynamische Prozesse, wie sie in interkulturellen Projektteams auftreten, und steuern diese aktiv in der Projektarbeit. Die Studierenden kennen die Bedeutung von Projektarbeit für die eigene berufliche Entwicklung. Sie können persönliche Zielkonflikte erkennen und beseitigen. Die Studierenden kennen die Notwendigkeit		

Interkulturelles Projektmanagement	
	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. **Betriebswirtschaftliche Kompetenzen:** Die Studierenden kennen den Stellenwert der Projektarbeit in der betrieblichen Praxis. Sie wenden Methoden der Projektplanung und -steuerung in Projekten an. **Digitale Kompetenzen:** Die Studierenden nutzen grundlegende Standard-Software zur Unterstützung der Projektplanung und Steuerung für nicht-komplexe Projekte. **Kontextkompetenzen**, Kontextkompetenzen, also die Einordnung des eigenen Fachgebiets im Kontext allgemeiner wirtschaftswissenschaftlicher Theorie und der Gesamtwirtschaft und wesentliche wirtschaftswissenschaftliche Kenntnisse, sind ebenfalls Teil des Moduls. **Sprachkompetenz**
Inhalte	Das Modul Interkulturelles Projektmanagement vermittelt den Stellenwert der Projektarbeit in Organisationen und geht auf die unterschiedlichen Projektmanagement-Ansätze (klassisches, agiles, hybrides Projektmanagement) ein. Im Rahmen des seminaristischen Unterrichts sowie der dazwischengelegenen Recherche- und Praxisphasen beschäftigen sich die Studierenden mit den wesentlichen Inhalten: • Stellenwert der Projektarbeit in Organisationen • Projektmanagement-Ansätze: klassisches, agiles, hybrides Projektmanagement • Überblick über internationale Standards im Projektmanagement: IPMA, ISO, PMI, TSO/PRINCE2, Scrum • Projektmanagement-Elemente aus der Organisationsperspektive, methodischen Perspektive und sozial-persönlichen Perspektive entlang der ICB – damit Projektmanagement-Methoden über alle Projektlebensphasen • Einsatz von PM-Standard-Software: Planung und Steuerung mit MS-Project, Einbindung in betriebliche Umgebungen • Praxisprojekt: Beleuchtung eines betrieblichen 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

Interkulturelles Projektmanagement			
	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. Gubelmann, J. und C.-J. Sommer (2021): Projektmanagement-Zertifizierung nach IPMA (ICB4)-Ebenen D und C. Grundlagen und Kompetenzen, Methoden und Techniken mit zahlreichen Beispielen. Compendio **(Pflichtlektüre)** Rook, S. und H. Wolf (2018) Scrum verstahen und erfolgreich einsetzen. D.punkt verlag. **(Pflichtlektüre)**		
Zulassungsvoraussetzungen gem. SPO	- Keine -	**Empfohlene Voraussetzungen**	
Prüfungsart und Umfang gem. SPO	Präsentation (Präs., 15-20 Min.): Dauer 15-20 Minuten (mit einzureichenden Unterlagen in Form einer schriftlichen Ausarbeitung, die wissenschaftlichen Ansprüchen genügt, basierend auf einer zu bearbeitenden Projektfallstudie. Bestandteil der Präsentation ist die Beantwortung von Rückfragen (Fragen zur Arbeit sowie allgemeine Fragen zum Fachgebiet).		
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Bestehen der Modulprüfung gem. SPO und Studienplan		
Anmerkungen / Hinweise	Wir organisieren ggf. ergänzend freiwillige, externe Zertifizierungen, die kostenpflichtig bei Fachgesellschaften abgelegt werden können: • GPM Basiszertifikat / IPMA Level D • Scrum Master (Scrum.org) Diese Zertifizierungen sind bei Arbeitgebern gut bekannt und können mit der Vorbereitung durch die Lehrveranstaltungen gut absolviert werden		

8.1.9. Modul: Management in Emerging Markets

Management in Emerging Markets			
Modul-Nr.	09	**SPO**	SPO IKM/HSAN 20192
Verwendung des Moduls	Studiengang Interkulturelles Management (B.A.)	Pflichtfach	Modulgruppe (gem. SPO): Interkulturelle Kompetenzen
Moduldauer	1 Semester	**Modulangebot**	Winter
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Ritam Garg		
Dozierende	Prof. Dr. Ritam Garg		
Sprache	Englisch		
Leistungspunkte	5	**SWS**	4
Arbeitsaufwand	Kontaktstunden: 30 h Selbststudium: 120 h Gesamtaufwand: 150 h		
Lehrformen (gem. SPO):	☒ e-Learning (eL) ☒ Vorlesung (V) ☒ Übung (Ü)	☐ Exkursion (Ex) ☐ Praktikum	
Kurzbeschreibung	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		

Management in Emerging Markets			
	• OFDI and IFDI • Internationalization theories • Role of BRIC & N11 economies		
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	Projektarbeit (PA, 10-20 Seiten)		
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Bestehen der Modulprüfung gem. SPO und Studienplan		
Anmerkungen / Hinweise			

8.2. Modulbeschreibungen: Modulgruppe Sprachen

Die folgenden Modulbeschreibungen gehören alle in die Modulgruppe Sprachen. Tabelle 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.

8.2.1. 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
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.		

Business English I				
		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.		
	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		

Business English I	
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). In den physischen **Präsenzphasen** werden Bereiche vertieft, Fragen geklärt und die Sprachfertigkeit durch Rollenspiele trainiert. Das Einbringen sozialer Kompetenzen ist in diesem Kurs unverzichtbar, da regelmäßig Gruppen- und Partnerarbeiten durchgeführt werden. Die Bereitschaft, die eigene Medienkompetenz zu üben und zu erweitern, wird erwartet. Sprachkurse finden in Kleingruppen bis maximal 19 Studierenden statt, ab 20 angemeldeten Studierenden werden die Kurse geteilt. Das Modul wird jedes Semester ab einer Mindestteilnehmerzahl von fünf Studierenden angeboten.

8.2.2.Modul: Business English II

Business English II			
Modul-Nr.	11	**SPO**	SPO IKM/HSAN 20192
Verwendung des Moduls	Studiengang Interkulturelles Management (B.A.)	Pflichtfach	Modulgruppe (gem. SPO): Sprachen
Moduldauer	1 Semester	**Modulangebot**	Sommer
Modulverantwortlich	Sabine McIntosh		
Dozierende	Sabine McIntosh		
Sprache	Deutsch		
Leistungspunkte	5	**SWS**	4
Arbeitsaufwand	Kontaktstunden: mind. 30 h Selbststudium: ca. 120 h Gesamtaufwand: ca. 150 h		
Lehrformen (gem. SPO):	☒ e-Learning (eL) ☒ Vorlesung (V) ☒ Übung (Ü)	☐ Exkursion (Ex) ☐ Praktikum	
Kurzbeschreibung	Das Modul vermittelt Sprachfertigkeiten auf dem Niveau B2-C1 für den beruflichen Alltag, wobei der Schwerpunkt auf der formellen internen und externen Geschäftskommunikation liegt.		
Qualifikationsziele			
. Fachkompetenz und Methodenkompetenz	Die Studierenden beherrschen ausgewählte Bereiche der grundlegenden wirtschaftlichen Fachterminologie und wenden die Sprache fach- und berufsbezogen im internationalen Kontext schriftlich an. Die Studierenden kennen wesentliche Hilfsmittel und Techniken für selbstgesteuertes Sprachenlernen und sind in der Lage, diese für Ihren Lernprozess anzuwenden, insbesondere das eigenständige Erarbeiten eines Themas und die Organisation in (virtuellen) interkulturellen Teams, um effektiv und effizient zusammen zu arbeiten und professionelle Ergebnisse zu liefern.		
Persönlichkeits-kompetenz und Sozialkompetenz	Die Studierenden reflektieren Ziele für ihre Fremdsprachenausbildung und gestalten ihren Lernprozess eigenständig und nachhaltig, indem sie sich Themenbereiche selbstständig erarbeiten oder Gruppenarbeit nutzen, die sie entsprechend organisieren. Die Studierenden besitzen die Fähigkeit zur Integration in internationalen Unternehmen durch den Erwerb vertiefter Sprachkenntnisse und Kenntnis interkultureller Aspekte. Die Studierenden bringen sich verantwortlich und kollegial in Teams mit Kommilitonen ein, die verschiedenen Altersgruppen angehören und verschiedene Herkunftssprachen und Bildungshintergründe haben.		

Business English II				
	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. **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			

Business English II	
	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.

8.2.3.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
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.		

Oral Communication for Business			
	Spezielle Kompetenz	**Interkulturelle Kompetenzen:** Die Studierenden vertiefen bereits in anderen Modulen erworbenes Wissen über landeskundliche, sowie verhaltensbedingte Besonderheiten in Bezug auf das sprachliche Ausdrucksvermögen. **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 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.	

8.2.4. 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
Modulverantwortlich	Dr. Christian Gebhard		
Dozierende	Dr. Christian Gebhard / María Mahúgo / Marcela Schmidt / Diana Lagier de Milani		
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:**		

Weitere Fremdsprache I - Spanisch			
	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 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:** Garcia, E.G.; Tort, N. X.: Universo.ele A2 – gebundene Auflage ISBN 978-3-19-024333-4 Hueber Verlag		
Zulassungsvoraussetzungen gem. SPO	- Keine -	**Empfohlene Voraussetzungen**	Nachweis über Sprachniveau A1 notwendig
Prüfungsart und Umfang gem. SPO	Projektarbeit (PA, 30 Seiten)		
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Bestehen der Modulprüfung gem. SPO und Studienplan		
Anmerkungen / Hinweise	Eine regelmäßige Teilnahme am **persönlichen Präsenzunterricht** (mind. 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		

Weitere Fremdsprache I - Spanisch	
	UE pro Woche per Schooltas) und **zusätzliches selbstverantwortliches Üben** (per Moodle, nach freier Zeiteinteilung). Das Einbringen sozialer Kompetenzen ist in diesem Kurs unverzichtbar, da regelmäßig Gruppen- und Partnerarbeiten durchgeführt werden. Die Bereitschaft, die eigene Medienkompetenz zu üben und zu erweitern wird erwartet. Sprachkurse finden in Kleingruppen bis maximal 19 Studierenden statt, ab 20 angemeldeten Studierenden werden die Kurse geteilt. Das Modul wird jedes Semester ab einer Mindestteilnehmerzahl von fünf Studierenden angeboten.

8.2.5. Modul: Weitere Fremdsprache I - Französisch

Weitere Fremdsprache I - Französisch			
Modul-Nr.	13	**SPO**	SPO IKM/HSAN 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	Lara Pincolini		
Sprache	Französisch / Deutsch		
Leistungspunkte	5	**SWS**	4
Arbeitsaufwand	Kontaktstunden: mind. 30 h Selbststudium: ca. 120 h Gesamtaufwand: ca. 150 h		
Lehrformen (gem. SPO):	☒ e-Learning (eL) ☒ Vorlesung (V) ☒ Übung (Ü)	☐ Exkursion (Ex) ☐ Praktikum	
Kurzbeschreibung	Das Modul vermittelt Sprachfertigkeiten auf dem Niveau A2 (grundlegende, eingeschränkte Sprachverwendung).		
Qualifikationsziele			
Fachkompetenz und Methodenkompetenz	Die Studierenden können häufig gebrauchte Ausdrücke verstehen, die mit Bereichen von ganz unmittelbarer Bedeutung zusammenhängen und sich in einfachen, routinemäßigen Situationen verständigen, in denen es um einen einfachen und direkten Austausch von Informationen über vertraute und geläufige Dinge geht. Die Studierenden verfügen über Grundwissen über sprachliche Strukturen in den Bereichen Lexik, Morphologie, Syntax und Pragmatik. Die Studierenden verfügen über ein breites Spektrum an Methoden zur sprachlichen Bewältigung von Schwierigkeiten in Alltagssituationen auch unter Zuhilfenahme von Hilfsmitteln.		
Persönlichkeits-kompetenz und Sozialkompetenz	Die Studierenden reflektieren Ziele für Ihre Fremdsprachenausbildung und gestalten Ihren Lernprozess eigenständig und nachhaltig. Die Studierenden bringen sich verantwortlich und kollegial in Rollenspielen ein. Die Studierenden leiten verantwortlich und nachhaltig Teams im intersprachlichen Kontext. Die Studierenden lösen zwischenmenschliche sprachliche Probleme bei der Verwendung der Fremdsprache vorausschauend. Die Studierenden übernehmen Verantwortung für ein Team.		
Handlungskompetenz	Die Studierenden wenden grundlegende kommunikative Mittel gezielt an, aktiv wie passiv, produktiv wie rezeptiv, schriftlich wie mündlich.		

Weitere Fremdsprache I - Französisch				
	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 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 60 Minuten		
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten		Bestehen der Modulprüfung gem. SPO und Studienplan		
Anmerkungen / Hinweise		Eine regelmäßige Teilnahme am **persönlichen Präsenzunterricht** (mind. 4 x 4 UE im Semester) sowie am **live Online-Unterricht** (i. d. R. jeweils 1 UE pro Woche per Adobe Connect), ebenso wie das Erledigen der **Hausaufgabe online** im digitalen Lehrwerk (im Umfang von etwa 2 UE pro Woche per Schooltas) und **zusätzliches selbstverantwortliches Üben** (per Moodle, nach freier Zeiteinteilung).		

Weitere Fremdsprache I - 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.

8.2.6.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
Modulverantwortlich	Sabine McIntosh		
Dozierende	Dr. Markus Mülke		
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.		

Weitere Fremdsprache I - Italienisch				
	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 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		Projektarbeit (PA, 30 Seiten)		
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten		Bestehen der Modulprüfung gem. SPO und Studienplan		
Anmerkungen / Hinweise		Eine regelmäßige Teilnahme am **persönlichen Präsenzunterricht** (mind. 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		

Weitere Fremdsprache I – Italienisch	
	der **Hausaufgabe online** im digitalen Lehrwerk (im Umfang von etwa 2 UE pro Woche per Schooltas) und **zusätzliches selbstverantwortliches Üben** (per Moodle, nach freier Zeiteinteilung). Das Einbringen sozialer Kompetenzen ist in diesem Kurs unverzichtbar, da regelmäßig Gruppen- und Partnerarbeiten durchgeführt werden. Die Bereitschaft, die eigene Medienkompetenz zu üben und zu erweitern wird erwartet. Sprachkurse finden in Kleingruppen bis maximal 19 Studierenden statt, ab 20 angemeldeten Studierenden werden die Kurse geteilt. Das Modul wird jedes Semester ab einer Mindestteilnehmerzahl von fünf Studierenden angeboten.

8.2.7.Modul: Weitere Fremdsprache I - Chinesisch

Weitere Fremdsprache I - Chinesisch			
Modul-Nr.	13	**SPO**	SPO IKM/HSAN 20192
Verwendung des Moduls	Studiengang Interkulturelles Management (B.A.)	Pflichtfach	Modulgruppe (gem. SPO): Sprachen
Moduldauer	1 Semester	**Modulangebot**	Winter
Modulverantwortlich	Dr. Christian Gebhard		
Dozierende	Dr. Christian Gebhard		
Sprache	Chinesisch / Deutsch		
Leistungspunkte	5	**SWS**	4
Arbeitsaufwand	Kontaktstunden: mind. 30 h Selbststudium: ca. 120 h Gesamtaufwand: ca. 150 h		
Lehrformen (gem. SPO):	☒ e-Learning (eL) ☒ Vorlesung (V) ☒ Übung (Ü)	☐ Exkursion (Ex) ☐ Praktikum	
Kurzbeschreibung	Das Modul vermittelt Sprachfertigkeiten auf dem Niveau 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.		

Weitere Fremdsprache I - Chinesisch	
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 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).

Weitere Fremdsprache I - Chinesisch			
Literatur	**Chinesisch:** • Lóng neu A1-A2. Chinesisch für Anfänger. Kursbuch + 2 Audio-CDs ISBN 978-3-12-528960-4 • Lóng neu A1-A2. Übungsbuch ISBN 978-3-12-528961-1 • Lóng neu A1-A2 Extra. Übungen zur chinesischen Schrift ISBN 978-3-12-528854-6 Jeweils Kapitel 7-11.		
Zulassungsvoraussetzungen gem. SPO	- Keine -	**Empfohlene Voraussetzungen**	Nachweis über Sprachniveau A1 notwendig
Prüfungsart und Umfang gem. SPO	Projektarbeit (PA, 30 Seiten)		
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Bestehen der Modulprüfung gem. SPO und Studienplan		
Anmerkungen / Hinweise	Eine regelmäßige Teilnahme am **persönlichen Präsenzunterricht** (mind. 4 x 4 UE im Semester) sowie am **live Online-Unterricht** (i. d. R. jeweils 1 UE pro Woche per Adobe Connect), ebenso wie das Erledigen der **Hausaufgabe online** im digitalen Lehrwerk (im Umfang von etwa 2 UE pro Woche per Schooltas) und **zusätzliches selbstverantwortliches Üben** (per Moodle, nach freier Zeiteinteilung). Das Einbringen sozialer Kompetenzen ist in diesem Kurs unverzichtbar, da regelmäßig Gruppen- und Partnerarbeiten durchgeführt werden. Die Bereitschaft, die eigene Medienkompetenz zu üben und zu erweitern wird erwartet. Sprachkurse finden in Kleingruppen bis maximal 19 Studierenden statt, ab 20 angemeldeten Studierenden werden die Kurse geteilt. Das Modul wird jedes Semester ab einer Mindestteilnehmerzahl von fünf Studierenden angeboten.		

8.2.8. Modul: Weitere Fremdsprache II - Spanisch

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

Weitere Fremdsprache II - Spanisch				
	Handlungskompetenz	Die Studierenden wenden grundlegende kommunikative Mittel situationsadäquat gezielt an, aktiv wie passiv, produktiv wie rezeptiv, schriftlich wie mündlich. Sie handeln kulturell angemessen.		
	Spezielle Kompetenz	**Interkulturelle Kompetenz:** 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, 30 Seiten)		
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten		Bestehen der Modulprüfung gem. SPO und Studienplan		

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

8.2.9.Modul: Weitere Fremdsprache II - Französisch

Weitere Fremdsprache II - Französisch			
Modul-Nr.	14	**SPO**	SPO IKM/HSAN 20192
Verwendung des Moduls	Studiengang Interkulturelles Management (B.A.)	Pflichtfach	Modulgruppe (gem. SPO): Sprachen
Moduldauer	1 Semester	**Modulangebot**	Sommer
Modulverantwortlich	Sabine McIntosh		
Dozierende	Lara Pincolini		
Sprache	Französisch / Deutsch		
Leistungspunkte	5	**SWS**	4
Arbeitsaufwand	Kontaktstunden: mind. 30 h Selbststudium: ca. 120 h Gesamtaufwand: ca. 150 h		
Lehrformen (gem. SPO):	☒ e-Learning (eL) ☒ Vorlesung (V) ☒ Übung (Ü)	☐ Exkursion (Ex) ☐ Praktikum	
Kurzbeschreibung	Das Modul vermittelt Sprachfertigkeiten auf dem Niveau 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.		

Weitere Fremdsprache II – Französisch				
	Handlungskompetenz	Die Studierenden wenden grundlegende kommunikative Mittel situationsadäquat gezielt an, aktiv wie passiv, produktiv wie rezeptiv, schriftlich wie mündlich. Sie handeln kulturell angemessen.		
	Spezielle Kompetenz	**Interkulturelle Kompetenz:** Die Studierenden haben ein tiefgehendes Verständnis für Verhaltensregeln im sozialen Kontext und ein umfangreiches Wissen über landeskundliche Besonderheiten in den Gebieten, in denen die Zielsprache gesprochen wird. **Sprachkompetenzen:** Die Studierenden wenden ihre Grundfertigkeiten verstärkt schriftlich, ungeleitet und selbstständig im privaten und semiformellen Umfeld an. Neben allgemeinen Themen wird auf den Einsatz landeskundlicher und berufsbezogener Materialien geachtet. **Digitale Kompetenzen:** Die Studierenden verwenden digitale Lehrwerke kompetent. Die Studierenden verwenden elektronische Hilfsmittel für die Kommunikation in der Zielsprache.		
Inhalte		Im Modul werden Grundlagen der eigenständigen Sprachverwendung vermittelt und Kenntnisse der Zielkultur(en) ausgebaut. Das Modul besteht aus seminaristischem Unterricht, Praktikum und Seminar An grammatikalischen Erscheinungen werden mindestens durchgenommen: • Plus-que-parfait • Subjonctif Present • Passé Simple • Si – Sätze (1, 2, 3) • Gérondif • Passiv • Imperativ (Vertiefung) Die inhaltliche Progression erfolgt in Anlehnung an das Lehrwerk (s. angegebene Kapitel).		
Literatur		**Französisch:** On y va ! B1 – Aktualisierte Ausgabe – Digitale Ausgabe Digitalisiertes Kurs- und Arbeitsbuch mit integrierten Audiodateien ISBN 978-3-19-713354-6		
Zulassungsvoraussetzungen gem. SPO		Modul ikm-13 Weitere Fremdsprache I - Französisch oder entsprechende Kenntnisse	**Empfohlene Voraussetzungen**	s. Zulassungs-voraussetzungen
Prüfungsart und Umfang gem. SPO		schriftlicher Leistungsnachweis (schrLN, 60-120 Min.): Klausur, Dauer 60 Minuten		
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten		Bestehen der Modulprüfung gem. SPO und Studienplan		

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

8.2.10. 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**	Sommer
Modulverantwortlich	Sabine McIntosh		
Dozierende	Dr. Markus Mülke		
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.		

Weitere Fremdsprache II – Italienisch				
	Handlungskompetenz	Die Studierenden wenden grundlegende kommunikative Mittel situationsadäquat gezielt an, aktiv wie passiv, produktiv wie rezeptiv, schriftlich wie mündlich. Sie handeln kulturell angemessen.		
	Spezielle Kompetenz	**Interkulturelle Kompetenz:** 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		Projektarbeit (PA, 30 Seiten)		
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten		Bestehen der Modulprüfung gem. SPO und Studienplan		

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

8.2.11. 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**	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.		

Weitere Fremdsprache II – Chinesisch		
	Handlungskompetenz	Die Studierenden wenden grundlegende kommunikative Mittel situationsadäquat gezielt an, aktiv wie passiv, produktiv wie rezeptiv, schriftlich wie mündlich. Sie handeln kulturell angemessen.
	Spezielle Kompetenz	**Interkulturelle Kompetenz:** 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.

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

8.2.12. 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
Modulverantwortlich	Dr. Christian Gebhard		
Dozierende	Dr. Christian Gebhard / Marcela Schmidt / María Mahúgo		
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:**		

Weitere Fremdsprache: Berufliche Kommunikation - Spanisch			
	Die Studierenden haben ein tiefgehendes Verständnis für Verhaltensregeln im beruflichen Kontext und ein umfangreiches Wissen über die für ihren Studienschwerpunkt relevanten gesellschaftspolitischen Besonderheiten in den Gebieten, in denen die Zielsprache gesprochen wird. **Sprachkompetenzen:** 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	Projektarbeit (PA, 30 Seiten)		
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Bestehen der Modulprüfung gem. SPO und Studienplan		
Anmerkungen / Hinweise	Eine regelmäßige Teilnahme am **persönlichen Präsenzunterricht** (mind. 3 x 4 UE im Semester) sowie am **live Online-Unterricht** (i. d. R. jeweils 1 UE pro Woche per Adobe Connect), ebenso wie das Erledigen der **Hausaufgabe online** im digitalen Lehrwerk (im Umfang von etwa 2 UE pro Woche per Schooltas) und **zusätzliches selbstverantwortliches Üben** (per Moodle, nach freier Zeiteinteilung).		

Weitere Fremdsprache: Berufliche Kommunikation - Spanisch	
	Das Einbringen sozialer Kompetenzen ist in diesem Kurs unverzichtbar, da regelmäßig Gruppen- und Partnerarbeiten durchgeführt werden. Die Bereitschaft, die eigene Medienkompetenz zu üben und zu erweitern wird erwartet. Sprachkurse finden in Kleingruppen bis maximal 19 Studierenden statt, ab 20 angemeldeten Studierenden werden die Kurse geteilt. Das Modul wird jedes Semester ab einer Mindestteilnehmerzahl von fünf Studierenden angeboten.

8.2.13. Modul: Weitere Fremdsprache: Berufliche Kommunikation - Französisch

Weitere Fremdsprache: Berufliche Kommunikation - Französisch			
Modul-Nr.	15	**SPO**	SPO IKM/HSAN 20192
Verwendung des Moduls	Studiengang Interkulturelles Management (B.A.)	Pflichtfach	Modulgruppe (gem. SPO): Sprachen
Moduldauer	1 Semester	**Modulangebot**	Winter
Modulverantwortlich	Sabine McIntosh		
Dozierende	Lara Pincolini		
Sprache	Französisch / Deutsch		
Leistungspunkte	5	**SWS**	4
Arbeitsaufwand	Kontaktstunden: mind. 30 h Selbststudium: ca. 120 h Gesamtaufwand: ca. 150 h		
Lehrformen (gem. SPO):	☒ e-Learning (eL) ☒ Vorlesung (V) ☒ Übung (Ü)	☐ Exkursion (Ex) ☐ Praktikum	
Kurzbeschreibung	Das Modul vermittelt Sprachfertigkeiten auf dem Niveau B2 (selbstständige Sprachverwendung).		
Qualifikationsziele			
Fachkompetenz und Methodenkompetenz	Die Studierenden können im Berufsleben flüssig interagieren im schriftlichen und mündlichen Bereich, mit einer Spezialisierung auf die Fachgebiete Handel und Dienstleistung oder Tourismus und Gastronomie 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.		

Weitere Fremdsprache: Berufliche Kommunikation - Französisch			
	Spezielle Kompetenz	**Interkulturelle Kompetenz:** Die Studierenden haben ein tiefgehendes Verständnis für Verhaltensregeln im beruflichen Kontext und ein umfangreiches Wissen über die für ihren Studienschwerpunkt relevanten gesellschaftspolitischen Besonderheiten in den Gebieten, in denen die Zielsprache gesprochen wird. **Sprachkompetenzen:** 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	Projektarbeit (PA, 30 Seiten)		
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Bestehen der Modulprüfung gem. SPO und Studienplan		
Anmerkungen / Hinweise	Eine regelmäßige Teilnahme am **persönlichen Präsenzunterricht** (mind. 3 x 4 UE im Semester) sowie am **live Online-Unterricht** (i. d. R. jeweils 1 UE pro Woche per Adobe Connect), ebenso wie das Erledigen der **Hausaufgabe online** im digitalen Lehrwerk (im Umfang von etwa 2 UE pro Woche per Schooltas) und **zusätzliches selbstverantwortliches Üben** (per Moodle, nach freier Zeiteinteilung).		

Weitere Fremdsprache: Berufliche Kommunikation - 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.

8.2.14. 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
Modulverantwortlich	Sabine McIntosh		
Dozierende	Mülke / Di Leo		
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:**		

Weitere Fremdsprache: Berufliche Kommunikation - Italienisch			
	Die Studierenden haben ein tiefgehendes Verständnis für Verhaltensregeln im beruflichen Kontext und ein umfangreiches Wissen über die für ihren Studienschwerpunkt relevanten gesellschaftspolitischen Besonderheiten in den Gebieten, in denen die Zielsprache gesprochen wird. **Sprachkompetenzen:** 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	Projektarbeit (PA, 30 Seiten)		
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Bestehen der Modulprüfung gem. SPO und Studienplan		
Anmerkungen / Hinweise	Eine regelmäßige Teilnahme am **persönlichen Präsenzunterricht** (mind. 3 x 4 UE im Semester) sowie am **live Online-Unterricht** (i. d. R. jeweils 1 UE pro Woche per Adobe Connect), ebenso wie das Erledigen der **Hausaufgabe online** im digitalen Lehrwerk (im Umfang von etwa 2 UE pro Woche per Schooltas) und **zusätzliches selbstverantwortliches Üben** (per Moodle, nach freier Zeiteinteilung).		

Weitere Fremdsprache: Berufliche Kommunikation - Italienisch	
	Das Einbringen sozialer Kompetenzen ist in diesem Kurs unverzichtbar, da regelmäßig Gruppen- und Partnerarbeiten durchgeführt werden. Die Bereitschaft, die eigene Medienkompetenz zu üben und zu erweitern wird erwartet. Sprachkurse finden in Kleingruppen bis maximal 19 Studierenden statt, ab 20 angemeldeten Studierenden werden die Kurse geteilt. Das Modul wird jedes Semester ab einer Mindestteilnehmerzahl von fünf Studierenden angeboten.

8.2.15. 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
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:**		

<table>
<tr><th colspan="4">Weitere Fremdsprache: Berufliche Kommunikation - Chinesisch</th></tr>
<tr><td></td><td colspan="3">Die Studierenden haben ein tiefgehendes Verständnis für Verhaltensregeln im beruflichen Kontext und ein umfangreiches Wissen über die für ihren Studienschwerpunkt relevanten gesellschaftspolitischen Besonderheiten in den Gebieten, in denen die Zielsprache gesprochen wird.

Sprachkompetenzen:
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.</td></tr>
<tr><td>Inhalte</td><td colspan="3">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.</td></tr>
<tr><td>Literatur</td><td colspan="3">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</td></tr>
<tr><td>Zulassungsvoraussetzungen gem. SPO</td><td>- Keine -</td><td>Empfohlene Voraussetzungen</td><td>Modul Weitere Fremdsprache II - Chinesisch oder entsprechende Kenntnisse</td></tr>
<tr><td>Prüfungsart und Umfang gem. SPO</td><td colspan="3">Projektarbeit (PA, 30 Seiten)</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">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).</td></tr>
</table>

Weitere Fremdsprache: Berufliche Kommunikation - Chinesisch	
	Das Einbringen sozialer Kompetenzen ist in diesem Kurs unverzichtbar, da regelmäßig Gruppen- und Partnerarbeiten durchgeführt werden. Die Bereitschaft, die eigene Medienkompetenz zu üben und zu erweitern wird erwartet. Sprachkurse finden in Kleingruppen bis maximal 19 Studierenden statt, ab 20 angemeldeten Studierenden werden die Kurse geteilt. Das Modul wird jedes Semester ab einer Mindestteilnehmerzahl von fünf Studierenden angeboten.

8.3. Modulbeschreibungen: Modulgruppe Betriebswirtschaftliche Kompetenzen

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

Tabelle 6 - Modulgruppe Betriebswirtschaftliche Kompetenzen

8.3.1. Modul: Wissenschaftliches Arbeiten

Wissenschaftliches Arbeiten			
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
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.		

Wissenschaftliches Arbeiten		
		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). 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		

8.3.2.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
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.		

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

8.3.3. Modul: Wirtschaftsmathematik

Wirtschaftsmathematik			
Modul-Nr.	18	**SPO**	SPO IKM/HSAN 20192
Verwendung des Moduls	Studiengang Interkulturelles Management (B.A.)	Pflichtfach	Modulgruppe (gem. SPO): Betriebswirtschaftliche Kompetenzen
Moduldauer	1 Semester	**Modulangebot**	Winter
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Antje Wendler (TH Aschaffenburg)		
Dozierende	Prof. Dr. Antje Wendler (TH Aschaffenburg)		
Sprache	Deutsch		
Leistungspunkte	5	**SWS**	4
Arbeitsaufwand	Kontaktstunden: 28 h Selbststudium: 122 h Gesamtaufwand: 150 h		
Lehrformen (gem. SPO):	☒ e-Learning (eL) ☒ Vorlesung (V) ☒ Übung (Ü)	☐ Exkursion (Ex) ☐ Praktikum	
Kurzbeschreibung	Das Modul vermittelt die grundlegenden mathematischen Modelle und Rechnungen zur Lösung betrieblicher Probleme. Dabei stützt es sich auf die üblicherweise im Unternehmen anfallenden Berechnungen und der sachgerechten Interpretation der Ergebnisse.		
Qualifikationsziele			
Fachkompetenz und Methodenkompetenz	Die Studierenden sind in der Lage, die zur Lösung betrieblicher Probleme geeigneten grundlegenden mathematischen Modelle und Rechnungen auszuwählen und ihre Grenzen aufzuzeigen. Sie können die üblicherweise im Unternehmen anfallenden Berechnungen durchführen und die gewonnenen Ergebnisse sachgerecht interpretieren. Die Studierenden können die für ein wirtschaftswissenschaftliches Studium erforderlichen mathematischen Verfahren und logischen Denkmodelle anwenden und sich selbstständig in neue mathematische Verfahren einarbeiten.		
Persönlichkeits-kompetenz und Sozialkompetenz	Die Studierenden arbeiten sich selbstständig in neue mathematische Verfahren ein.		
Handlungskompetenz	Die Studierenden sind in der Lage, die zur Lösung betrieblicher Probleme geeigneten grundlegenden mathematischen Modelle und Rechnungen auszuwählen und ihre Grenzen aufzuzeigen.		
Spezielle Kompetenz	**Betriebswirtschaftliche Kompetenzen:** Sie können die üblicherweise im Unternehmen anfallenden Berechnungen durchführen und die gewonnenen Ergebnisse sachgerecht interpretieren.		
Inhalte	• Mathematische Grundkenntnisse (Arithmetik, lineare Gleichungssysteme, Folgen und Reihen)		

Wirtschaftsmathematik			
	• 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, Kurvendiskussion, partielle Ableitung auch höherer Ordnung, Extremwertbestimmung unter Nebenbedingungen, Lagrange-Ansatz) • Grundregeln der Integralrechnung • Überblick über die finanzmathematischen Methoden als Hilfsmittel für Investitions- und Finanzierungsentscheidungen in kleinen und mittleren Unternehmen (KMU). Einfache Zinsrechnung, Zinseszinsrechnung und stetige Verzinsung, Renten- und Tilgungsrechnung, Kapitalwert und interner Zinsfuß, Effektivzinsbestimmung nach ICMA und 360-Tage-Methode Die erlernten mathematischen Konzepte gelten weltweit und sind im In- und Ausland die Grundlage sowohl für ein erfolgreiches Studium wie auch das Arbeiten in der Praxis.		
Literatur	Auer, Benjamin; Seitz, Franz: Grundkurs Wirtschaftsmathematik Sydsaeter, Knut; Hammond, Peter: Mathematik für Wirtschaftswissenschaftler Preuß, Wolfgang; Wenisch, Günter: Lehr- und Übungs-buch Mathematik in Wirtschaft und Finanzwesen Schwenkert, Rainer; Stry, Yvonne: Finanzmathematik kompakt Tietze, Jürgen: Einführung in die angewandte Wirtschaftsmathematik Foliensätze und Übungsaufgaben		
Zulassungsvoraussetzungen gem. SPO	- Keine -	**Empfohlene Voraussetzungen**	
Prüfungsart und Umfang gem. SPO	schriftlicher Leistungsnachweis (schrLN, 60-120 Min.): Klausur, Dauer 120 Minuten		
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Bestehen der Modulprüfung gem. SPO und Studienplan		
Anmerkungen / Hinweise	Das Modul wird im Rahmen der Kooperation regioBWL von der TH Aschaffenburg durchgeführt. Quelle: Modulbeschreibung TH Aschaffenburg		

8.3.4. Modul: Investition und Finanzierung

Investition und Finanzierung			
Modul-Nr.	19	**SPO**	SPO IKM/HSAN 20192
Verwendung des Moduls	Studiengang Interkulturelles Management (B.A.)	Pflichtfach	Modulgruppe (gem. SPO): Betriebswirtschaftliche Kompetenzen
Moduldauer	1 Semester	**Modulangebot**	Sommer
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Ritam Garg		
Dozierende	Sven Kupfer		
Sprache	Deutsch		
Leistungspunkte	5	**SWS**	4
Arbeitsaufwand	Kontaktstunden: 30 h Selbststudium: 120 h Gesamtaufwand: 150 h		
Lehrformen (gem. SPO):	☒ e-Learning (eL) ☒ Vorlesung (V) ☒ Übung (Ü)	☐ Exkursion (Ex) ☐ Praktikum	
Kurzbeschreibung	Das Modul vermittelt ein grundlegendes betriebswirtschaftliches Basiswissen zu den Themen Investition und Finanzierung.		
Qualifikationsziele			
Fachkompetenz und Methodenkompetenz	Die Studierenden verfügen über ein breites Grundwissen in den Themen Investition und Finanzierung sowie über die Zusammenhänge dieser Bereiche mit anderen betriebswirtschaftlichen Themengebieten. Die Studierenden sind in der Lage Aufgaben eigenständig zu bearbeiten. Sie verstehen die Vor- und Nachteile der dabei angewandten Methoden und können auf dieser Basis die Wahl der Methodik sowie die Ergebnisse kritisch beurteilen und reflektieren.		
Persönlichkeits-kompetenz und Sozialkompetenz	Die Studierenden reflektieren Problemstellungen und die Wahl verwendeter Methoden und können Ihren Standpunkt in einer Diskussion argumentieren. Die Studierenden lernen während des Moduls Themengebiete in Gruppen zu erarbeiten und zu diskutieren. Auch Aufgaben werden in Gruppen diskutiert, wobei die einzelnen Studenten komplexe Fragestellungen und Analysen inhaltlich verständlich darstellen können.		
Handlungskompetenz	Die Studierenden beurteilen Fragen der Investition und Finanzierung selbständig und unter Berücksichtigung der konkreten Rahmenbedingungen und können die kritischen Größen und Annahmen ihrer Analyse in einer Diskussion benennen und bewerten.		

Investition und Finanzierung		
	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. Das Modul besteht aus seminaristischem Unterricht sowie e-learning-Einheiten und umfasst die folgenden Themengebiete: 1) (Bilanzielle) Grundlagen Investition und Finanzierung 2) Beurteilung von Sachinvestitionen: Statische Methoden 3) Beurteilung von Sachinvestitionen: Dynamische Methoden 4) Beurteilung von Finanzinvestitionen: Unternehmensbewertung 5) Beurteilung von Finanzinvestitionen: Anleihen 6) Grundlagen der Finanzierung 7) Beteiligungsfinanzierung 8) Fremdfinanzierung 9) Innenfinanzierung
Literatur		Becker, H.P./ Peppmeier, A (2018): Investition und Finanzierung, 8. Auflage Wöhe, G./ Döring, U./Brösel, G (2016): Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, 26. Auflage
Zulassungsvoraussetzungen gem. SPO	- Keine -	**Empfohlene Voraussetzungen**
Prüfungsart und Umfang gem. SPO	schriftlicher Leistungsnachweis (schrLN, 60-120 Min.): Klausur, Dauer 90 Minuten	
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Bestehen der Modulprüfung gem. SPO und Studienplan	
Anmerkungen / Hinweise		

8.3.5. Modul: Internationales Personalmanagement

Internationales Personalmanagement			
Modul-Nr.	20	**SPO**	SPO IKM/HSAN 20192
Verwendung des Moduls	Studiengang Interkulturelles Management (B.A.)	Pflichtfach	Modulgruppe (gem. SPO): Betriebswirtschaftliche Kompetenzen
Moduldauer	1 Semester	**Modulangebot**	Sommer
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Ritam Garg		
Dozierende	Prof. Dr. Ritam Garg		
Sprache	Englisch		
Leistungspunkte	5	**SWS**	4
Arbeitsaufwand	Kontaktstunden: 28 h Selbststudium: 122 h Gesamtaufwand: 150 h		
Lehrformen (gem. SPO):	☒ e-Learning (eL) ☒ Vorlesung (V) ☒ Übung (Ü)	☐ Exkursion (Ex) ☐ Praktikum	
Kurzbeschreibung	The module deals with the essential concepts of not only everyday Human Resource management, but also includes international aspects of managing talent globally. At Campus Rothenburg we provide an additional workshop "Talent Management" focusing on the international search for talents.		
Qualifikationsziele			
Fachkompetenz und Methodenkompetenz	Numerous surveys among managers and CEOs posit that in today's globalized business environment, organizations are cultivating and accumulating human, organizational, and social capital as a means of gaining sustainable competitive advantages in order to respond to the critical business challenges that they face. This course serves as an introduction to select aspects of human behavior in organizations, and has been designed to focus on two main issues: leadership, and managing talent in organizations on both national and an international level.		
Persönlichkeits-kompetenz und Sozialkompetenz	The students would reflect on their own role as a potential manager, and use their strengths appropriately.		
Handlungskompetenz	This course will also include core aspects like attraction, acquisition, and retention of talents in organizations. In particular, the module will focus on the alignment of the talent management process with business strategy, culture, and people. Additionally, aspects of expat management will also be covered to provide a holistic picture.		

Internationales Personalmanagement		
	Spezielle Kompetenz	**Betriebswirtschaftliche Kompetenzen:** The students would know select instruments of modern HR, and are able to then use them successfully in everyday professional life.
Inhalte		• Critical and Integrative Thinking: To enable students to strategically formulate talent management tools in order to foster a cutting-edge approach to manage human capital in their respective organizations. • Leadership through interpersonal awareness and working in teams: Each student shall demonstrate an ability to work effectively in a team, exhibiting behavior that reflects an understanding of the importance of individual roles and tasks, and the ability to manage conflict and compromise, so that team goals are achieved. **Workshop Talent Management:** • International Recruiting • Role of Culture • Implementation of Talent Management in Organizations
Literatur		**Primary Source:** The Instructor shall provide a variety of sources through in class slides/presentations, cases and simulations to actively engage the students. **Recommended reading:** Global Talent Management, 2nd edition by David G. Collings, Hugh Scullion, and Paula M. Caligiuri. 2019. Routledge. International Human Resource Management, 5th edition by B. Sebastian Reiche. 2018. Sage Publications Ltd. International Human Resource Management, 4th edition by Christopher Brewster, Elizabeth Houldsworth, Paul Sparrow, Guy Vernon. 2016. Kogan Page Publishers. Essentials of International Human Resource Management, by David C. Thomas, and Mila B. Lazarova. 2013. SAGE Publications Ltd. **Secondary sources:** A number of topical articles can be found in academic and business journals, including: • Academy of Management Journal • International Journal of Human Resource Management • Journal of Management • Journal of International Business Studies • Journal of Global Mobility etc. Additionally, a large body of articles can be found in practice oriented journals, such as Harvard Business Review.
Zulassungsvoraussetzungen gem. SPO	- Keine -	**Empfohlene Voraussetzungen**
Prüfungsart und Umfang gem. SPO	schriftlicher Leistungsnachweis (schrLN, 60-120 Min.): Klausur, Dauer 90 Minuten	
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Bestehen der Modulprüfung gem. SPO und Studienplan	
Anmerkungen / Hinweise		

8.3.6.Modul: Bürgerliches Recht

Bürgerliches Recht			
Modul-Nr.	21	**SPO**	SPO IKM/HSAN 20192
Verwendung des Moduls	Studiengang Interkulturelles Management (B.A.)	Pflichtfach	Modulgruppe (gem. SPO): Betriebswirtschaftliche Kompetenzen
Moduldauer	1 Semester	**Modulangebot**	Winter
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 Rechts-kenntnisse und juristischen Arbeitstechniken auf komplexe praktisch relevante Fallgestaltungen anzuwenden, mit dem Ziel, schriftliche Rechtsgutachten und wissenschaftliche Ausarbeitungen zu verfassen.		
Persönlichkeits-kompetenz und Sozialkompetenz	Die Studierenden sind in der Lage, komplexe rechtliche Probleme mit der Lehrkraft und ihren Kommilitonen zu diskutieren und unterschiedliche Rechtsauffassungen auszutauschen. Er erkennt alternative Wege bei der Bearbeitung von Übungsfällen. Dabei wägt der Studierende die Argumente für die verschiedenen Rechtsauffassungen gegeneinander ab und berücksichtigt alternative Lösungsmöglichkeiten bei der ei-genen Lösung. Die Studierenden sind fähig, die eigenständig erarbeitete Lösungen eines rechtlichen Problems jederzeit zu reflektieren, strukturiert zu präsentieren und in der Praxis zu vertreten.		
Handlungskompetenz	Die Studierenden wenden Kenntnisse des Bürgerlichen Rechts zur Bewertung und Lösungsfindung von betrieblichen Fällen an.		

Bürgerliches Recht			
	Spezielle Kompetenz	**Betriebswirtschaftliche Kompetenzen:** Die Studierenden wenden Kenntnisse des Bürgerlichen Rechts zur Bewertung und Lösungsfindung von betrieblichen Fällen an.	
Inhalte		Grundzüge des Allgemeinen Teils des BGB Grundzüge des Schuldrechts Grundzüge ds Sachenrechts	
Literatur		Gesetzessammlung zum Wirtschaftsrecht Führich, Wirtschaftsprivatrecht, Vahlen Verlag	
Zulassungsvoraussetzungen gem. SPO		- Keine -	**Empfohlene Voraussetzungen**
Prüfungsart und Umfang gem. SPO		Projektarbeit (PA, 10-20 Seiten)	
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten		Bestehen der Modulprüfung gem. SPO und Studienplan	
Anmerkungen / Hinweise		Das Modul wird im Rahmen der Kooperation regioBWL von der TH Aschaffenburg durchgeführt. Quelle: Modulbeschreibung TH Aschaffenburg (Stand 10/2019)	

8.3.7.Modul: Grundlagen der Volkswirtschaftslehre

Grundlagen der Volkswirtschaftslehre			
Modul-Nr.	22	**SPO**	SPO IKM/HSAN 20192
Verwendung des Moduls	Studiengang Interkulturelles Management (B.A.)	Pflichtfach	Modulgruppe (gem. SPO): Betriebswirtschaftliche Kompetenzen
Moduldauer	1 Semester	**Modulangebot**	Winter
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Erich Ruppert (TH Aschaffenburg)		
Dozierende	Prof. Dr. Erich Ruppert, Myrto Pavlidis (TH Aschaffenburg)		
Sprache	Deutsch		
Leistungspunkte	5	**SWS**	4
Arbeitsaufwand	Kontaktstunden: 28 h Selbststudium: 122 h Gesamtaufwand: 150 h		
Lehrformen (gem. SPO):	☒ e-Learning (eL) ☒ Vorlesung (V) ☒ Übung (Ü) ☐ Exkursion (Ex) ☐ Praktikum		
Kurzbeschreibung	Im Modul werden grundlegende volkswirtschaftliche Theorien betrachtet. Sie lernen Arbeitsweisen und Analysemethoden der Volkswirtschaftslehre kennen.		
Qualifikationsziele			
Fachkompetenz und Methodenkompetenz	Die Studierenden erhalten einen Überblick über grundlegende volkswirtschaftliche Theorien. Sie erlernen dabei auch die Arbeitsweisen und Analysemethoden der Volkswirtschaftslehre. Sie verstehen die wichtigsten ökonomische Konzepte und Denkweisen und können diese auf einfache wirtschaftspolitische Fragestellungen anwenden. Dies befähigt sie zur Analyse des einzelwirtschaftlichen Verhaltens von Unternehmen, Konsumenten und Staat.		
Persönlichkeits-kompetenz und Sozialkompetenz	Die Studierenden gehen kritisch mit ökonomischen Denkansätzen um und können unterschiedliche Positionen benennen.		
Handlungskompetenz	Die Studierenden können das volkswirtschaftliche Instrumentarium, Techniken des wissenschaftlichen Arbeitens und empirische Erkenntnisse selbstständig auf praktische Probleme und aktuelle wirtschaftspolitische Fragen anwenden und innerhalb der kennengelernten Modelle schlüssig argumentieren. Sie sind dadurch in der Lage aktuelle und historische, ökonomische und wirtschaftspolitische Fragestellungen einzuordnen und mit Hilfe des Erlernten zu interpretieren.		
Spezielle Kompetenz	**Betriebswirtschaftliche Kompetenzen:** Die Studierenden entwickeln ein intuitives Verständnis für die Auswirkungen von Unternehmensentscheidungen auf die Effizienz von Märkten. Die Studierenden können umgekehrt auch die Wirkungen		

Grundlagen der Volkswirtschaftslehre			
		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.	
Inhalte		• Einführung in die Mikroökonomie • Angebot und Nachfrage – Wie funktionieren Märkte? • Grundlagen der Haushaltstheorie und der Theorie der Unternehmung • Wohlfahrtstheorie • Arbeitsteilung und Handel • Die Ökonomik des öffentlichen Sektors • Externe Effekte	
Literatur		Mankiw, G./Taylor, R.: Grundzüge der Volkswirtschaftslehre (neueste Auflage) Folien zu einzelnen Themen / e-lectures Übungsaufgaben	
Zulassungsvoraussetzungen gem. SPO	- Keine -	**Empfohlene Voraussetzungen**	
Prüfungsart und Umfang gem. SPO		schriftlicher Leistungsnachweis (schrLN, 60-120 Min.): Klausur, Dauer 120 Minuten	
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten		Bestehen der Modulprüfung gem. SPO und Studienplan	
Anmerkungen / Hinweise		Das Modul wird im Rahmen der Kooperation regioBWL von der TH Aschaffenburg durchgeführt. Quelle: Modulbeschreibung TH Aschaffenburg (Stand 10/2019)	

8.3.8. Modul: Unternehmensplanspiel

Unternehmensplanspiel			
Modul-Nr.	23	**SPO**	SPO IKM/HSAN 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 Unternehmens-simulation. Dabei wird ein Überblick über die verschiedenen Funktionen im Management sowie das Zusammenspiel von Märkten und Unternehmen erworben. Zur Sicherung des nachhaltigen Erfolgs des eigenen Unternehmens müssen geeignete Maßnahmen in allen Unternehmensbereichen erarbeitet werden. Dazu bedarf es 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 wettbewerbs-fähige Strategie zu entwickeln. Dazu nutzen sie klassische Controlling- und Planungsinstrumente ebenso wie Techniken zur Strukturierung und Analyse komplexer Daten, um daraus sowohl		

<table>
<tr><th colspan="4">Unternehmensplanspiel</th></tr>
<tr><td></td><td></td><td colspan="2">strategische als auch operative Initiativen auf Grundlage des Unternehmensplanspieles zu entwickeln.</td></tr>
<tr><td></td><td>Spezielle Kompetenz</td><td colspan="2">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.</td></tr>
<tr><td colspan="2">Inhalte</td><td colspan="2">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“</td></tr>
<tr><td colspan="2">Literatur</td><td colspan="2">Handbuch TOPSIM General Management II, TATA Interactive Systems, Tübingen, Auflage 12.2.</td></tr>
<tr><td colspan="2">Zulassungsvoraussetzungen gem. SPO</td><td>Modul ikm-17 Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre</td><td>Empfohlene Voraussetzungen</td></tr>
<tr><td colspan="2">Prüfungsart und Umfang gem. SPO</td><td colspan="2">Projektarbeit (PA, 10-20 Seiten): Studienarbeit, 10-15 Seiten, nach Instruktion: Erstellung von Unternehmensberichten zur „Hauptversammlung“</td></tr>
<tr><td colspan="2">Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten</td><td colspan="2">Bestehen der Modulprüfung gem. SPO und Studienplan</td></tr>
<tr><td colspan="2">Anmerkungen / Hinweise</td><td colspan="2"></td></tr>
</table>

8.4. 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	Medien und Kommunikation
25	Marktforschung & Datenanalyse
26	Digitales Marketing
27	Innovationsmanagement und Digitalisierung

Tabelle 7 - Modulgruppe Digitale Kompetenzen

8.4.1. Modul: Medien und Kommunikation

Medien und Kommunikation			
Modul-Nr.	24	**SPO**	SPO IKM/HSAN 20192
Verwendung des Moduls	Studiengang Interkulturelles Management (B.A.)	Pflichtfach	Modulgruppe (gem. SPO): Digitale Kompetenzen
Moduldauer	1 Semester	**Modulangebot**	Sommer
Modulverantwortlich	Dr. Florian Diener, M.A.		
Dozierende	Dr. 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.		

Medien und Kommunikation

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 • 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

Medien und Kommunikation	
	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) 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.

Medien und Kommunikation			
	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			

8.4.2. Modul: Marktforschung & Datenanalyse

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

Marktforschung & Datenanalyse			
	Digitale Kompetenzen: Die Studierenden wenden die Fragebogensoftware SoSci Survey sowie KNIME und R als Auswertungssoftware eigenständig an.		
Inhalte	Im Modul Marktforschung werden Kenntnisse und Fertigkeiten in den folgenden Bereichen vermittelt: • Rolle der Marktforschung im Unternehmen • Methoden der Marktforschung • Fragebogenkonstruktion • Statische Grundlagen der Datenanalyse • Daten Transformation, Modellierung und Visualisierung mit der Datenanalyse-Software KNIME und R		
Literatur	Backhaus, K./Erichson, B./Gensler, S./Weiber, R. & Weiber, T. (2021), Multivariate Analysemethoden – Eine anwendungsorientierte Einführung, 16. Auflage, Springer-Gabler Brell, C. / Brell, J. & Kirsch, S. (2016), Statistik von Null auf Hundert – Mit Kochrezepten schnell zum Statistik-Grundwissen (2. Aufl.), Springer Spektrum Döring, N. & Bortz, J. (2016): Forschungsmethoden und Evaluation in den Sozial- und Humanwissenschaften (5. Aufl.). Springer Hayasaka, S. & Silipo, R. (2020): KNIME Beginner's Luck, KNIME Press Homburg, C. (2020), Marketingmanagement: Strategie – Instrumente – Unternehmensführung, 7. Auflage. Springer Gabler Homburg, C. (2020), Grundlagen des Marketingmanagements: Einführung in Strategie, Instrumente, Umsetzung und Unternehmensführung (6. Auflage). Springer Gabler Koch, J. & Riedmüller, F. (2021): Marktforschung, Grundlagen und praktische Anwendung (8. Aufl), De Gruyter Koch, J. / Gebhardt, P. & Riedmüller, F. (2015): Marktforschung, Grundlagen und praktische Anwendung (8. Aufl), De Gruyter Sauer, S. (2019): Moderne Datenanalyse mit R: Daten einlesen, aufbereiten, visualisieren, modellieren und kommunizieren. Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH Wickham, H. / Grolemund, G. (2016): R for Data Science: Import, Transform, Visualize, and Model Data. O'Reilly Media		
Zulassungsvoraussetzungen gem. SPO	- Keine -	**Empfohlene Voraussetzungen**	
Prüfungsart und Umfang gem. SPO	Präsentation (Präs., 15-20 Min.): 20 Minuten		
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Bestehen der Modulprüfung gem. SPO und Studienplan		
Anmerkungen / Hinweise			

8.4.3. Modul: Digitales Marketing

Digitales Marketing			
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**	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.		

<table>
<tr><th colspan="4">Digitales Marketing</th></tr>
<tr><td></td><td>Spezielle Kompetenz</td><td colspan="2">Interkulturelle Kompetenzen:
Studierende lernen in der Gruppenarbeit individuelle und kulturelle Stärken und Schwächen der einzelnen Gruppenmitglieder zielgerichtet für den Projekterfolg einzusetzen.
Sprachkompetenzen:
Die Studierenden können Marketingbotschaften und –texte entsprechend der zugrundeliegenden Zielgruppe formulieren.
Betriebswirtschaftliche Kompetenzen:
Die Studierenden sind in der Lage die Ressourcen für Marketingkampagnen abzuschätzen und die Kampagne an den jeweiligen Unternehmenskontext anzupassen.
Digitale Kompetenzen:
Die Studierenden verstehen die Funktionsweise und Wirksamkeit digitaler Marketinginstrumente und können diese im Rahmen von digitalen Marketingkampagnen anwenden.</td></tr>
<tr><td colspan="2">Inhalte</td><td colspan="2">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</td></tr>
<tr><td colspan="2">Literatur</td><td colspan="2">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.</td></tr>
<tr><td colspan="2">Zulassungsvoraussetzungen gem. SPO</td><td>- Keine -</td><td>Empfohlene Voraussetzungen</td><td>Erfolgreiche Teilnahme am IKM-Modul „Medien und Kommunikation“</td></tr>
<tr><td colspan="2">Prüfungsart und Umfang gem. SPO</td><td colspan="3">mündlicher Leistungsnachweis (mdlLN, 15-20 Min.): mündliche Prüfung, 15 Minuten, online (vstl. an 2 Veranstaltungstagen)</td></tr>
<tr><td colspan="2">Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten</td><td colspan="3">Bestehen der Modulprüfung gem. SPO und Studienplan</td></tr>
<tr><td colspan="2">Anmerkungen / Hinweise</td><td colspan="3"></td></tr>
</table>

8.4.4. Modul: Innovationsmanagement und Digitalisierung

Innovationsmanagement und Digitalisierung			
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
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Carolin Durst		
Dozierende	Maximilian May, MBA M.Sc. PMM		
Sprache	Deutsch		
Leistungspunkte	5	**SWS**	4
Arbeitsaufwand	Kontaktstunden: 40 h Selbststudium: 110 h Gesamtaufwand: 150 h		
Lehrformen (gem. SPO):	☒ e-Learning (eL) ☒ Vorlesung (V) ☒ Übung (Ü)	☐ Exkursion (Ex) ☐ Praktikum	
Kurzbeschreibung	Für Organisationen ist Innovation ein zentrales strategisches Erfolgskriterium, das gezielt zu fördern und zu steuern ist. Grundlegende Arten der Innovation sowie Innovationsfähigkeit sind ebenso wesentlich wie die organisationale Einbindung von Innovation (Innovationsmanagement). Im Modul beschäftigen sich die 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 beispielsweise in Design-Thinking-Workshops und mit Kreativmethoden.		
Qualifikationsziele			
Fachkompetenz und Methodenkompetenz	Die Studierenden verfügen über breites und integriertes Wissen über grundlegende Arten und Wirkungsmechanismen der Innovation. Sie bewerten die Innovationsfähigkeit von Organisationen auf Basis von Verständnis und bekannter Anwendung der wesentlichen 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.		

Innovationsmanagement und Digitalisierung		
	Persönlichkeits-kompetenz und Sozialkompetenz	Die Studierenden kennen ihre eigenen Möglichkeiten, kreativ tätig zu werden und die kreativen Ideen zu realisieren. Sie kennen die spezifische neutrale, allparteiliche Haltung eines Moderators und setzen diese im Rahmen von Moderationsprozessen ein. Die Studierenden entwickeln kreative Ideen in Zusammenarbeit mit anderen, sie ermöglichen die unterschiedlichen Phasen von Kreativprozessen in Teams.
	Handlungskompetenz	Die Studierenden gestalten Innovationsmanagement als grundlegende organisationale Einbindung von Innovation in Organisationen auf Basis der Kenntnis von Methoden und Abläufen des Innovationsmanage-ments. Sie moderieren kleine, partizipative Workshops eigenständig unter Einsatz von Moderationsmethoden und -medien. Sie differenzieren die verschiedenen Schritte und Herangehensweisen strukturierter Problemlösungs- und Ideenfindungsherangehensweisen und kennen aktuelle Trendthemen.
	Spezielle Kompetenz	**Interkulturelle Kompetenzen:** Die Studierenden kennen die Einflüsse interkultureller Diversität auf Ideenfindungsprozesse und Innovationsvorhaben. **Betriebswirtschaftliche Kompetenzen:** Die Studierenden gestalten Innovationsmanagement als grundlegende organisationale Einbindung von Innovation in Organisationen. **Digitale Kompetenzen:** Die Studierenden bewerten Digitalisierungsansätze für Organisationen und gestalten deren Umsetzung.
Inhalte		Das Modul besteht aus seminaristischem Unterricht und e-learning-Sequenzen. • Innovationsökonomik: Definition, Bedeutung von Innovation, Rahmenbedingungen für Innovation, Innovationsprozess im Gesamten • Innovationsmanagement: Innovationsprozess im betrieblichen Umfeld, Innovationsstrategie, Organisation und Menschen, DesignThinking (Prozess, Methoden) • Technologiemanagement: Technologiezyklen • Moderation: Haltung des Moderators, Moderationsprozess, Methoden der Moderation in allen Phasen des Moderationsprozesses • Digitalisierung: Ziele, Vorgehen, Umsetzung
Literatur		Tidd, J. und Bessant, J (2015): Managing Innovation: Integrating Technological, Market and Organizational Change. 5. Auflage. Wiley, Hoboken. Hartschen et al. (2009): Innovationsmanagement. Die 6 Phasen von der Idee bis zur Umsetzung. 3. Auflage. Gabal, Weinheim Christensen, C.M. (2000): The Innovator's Dilemma: When New Technologies Cause Great Firms to Fail. Harvard Business Review Press, Watertown Seifert, J.W. (2015): Visualisieren, Präsentieren, Moderieren. 35. Auflage. Gabal, Weinheim

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

8.5. 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.

8.5.1. Modulgruppe Studienschwerpunkt Gastronomie und Tourismus

Im Studienschwerpunkt Gastronomie und Tourismus absolvieren Sie drei Schwerpunktpflichtmodule.

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

Tabelle 8 - Modulgruppe Studienschwerpunkt Gastronomie und Tourismus

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

- Hospitality Management
- Eventmanagement

8.5.1.1. Modul: Hospitality Management

Hospitality Management			
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**	Sommer
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Ritam Garg		
Dozierende	Anton Leiner		
Sprache	Deutsch		
Leistungspunkte	5	**SWS**	4
Arbeitsaufwand	Kontaktstunden: 34 h Selbststudium: 26 h Gesamtaufwand: 60 h		
Lehrformen (gem. SPO):	☒ e-Learning (eL) ☒ Vorlesung (V) ☒ Übung (Ü)	☐ Exkursion (Ex) ☐ Praktikum	
Kurzbeschreibung	Im Modul werden die Grundlagen der Hospitality Industrie, des Hotel Managements sowie der Distribution und des Vertriebs in der Hotellerie erläutert.		
Qualifikationsziele			
Fachkompetenz und Methodenkompetenz	Fachkompetenz: • Die Studierenden kennen und verstehen grundlegende Erscheinungsformen von Hotels, deren Leistungsangebote, Organisations- und Vertragsformen, Strukturen, Standards und Prozesse. Sie sind vertraut mit den aktuellen und besonderen Herausforderungen der Branche. • Sie lernen die wichtigsten Abteilungen und Bereiche im Detail kennen, deren Aufgaben, Ziele und überbereichliche Zusammenhänge. • Moderne Distribution, Vertrieb und Yield Management mit ihren Eigenschaften sind bekannt, entsprechende Vorgehensweisen und Tools wurden erklärt. • Die Studierenden lernen die Anwendung von Ist-Analysen, das Erheben, Verstehen und Auswerten von Kennzahlen, die Analyse und Einordnung von Qualität von Produkt und Dienstleistung, sowie den Umgang mit externen Bewertungen. Sie lernen auf der Basis des festgestellten Status Quo entsprechende Wege, Ziele und Strategien für den analysierten Betrieb zu entwickeln. • Nachhaltigkeit ist bereits heute eines der Hauptthemen im Fokus der Kunden.		

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

8.5.1.2. Modul: Eventmanagement

Eventmanagement			
Modul-Nr.	28.2	**SPO**	SPO IKM/HSAN 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
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Carolin Durst		
Dozierende	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.		

Eventmanagement		
		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.
	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		

8.5.2. Modulgruppe Studienschwerpunkt Handel und Dienstleistungen

Im Studienschwerpunkt Handel und Dienstleistungen absolvieren Sie drei Schwerpunktpflichtmodule.

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

Tabelle 9 - Modulgruppe Studienschwerpunkt Handel und Dienstleistungen

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

- International E-Commerce
- Digitale Arbeitswelten
- Supply Chain Management

8.5.2.1. Modul: International E-Commerce

International E-Commerce			
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**	Sommer
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Ritam Garg		
Dozierende	Dr. Sue Claire Trage		
Sprache	English		
Leistungspunkte	5	**SWS**	4
Arbeitsaufwand	Kontaktstunden: 30 h Selbststudium: 120 h Gesamtaufwand: 150 h		
Lehrformen (gem. SPO):	☒ e-Learning (eL) ☒ Vorlesung (V) ☒ Übung (Ü)	☐ Exkursion (Ex) ☐ Praktikum	
Kurzbeschreibung	In this course students examine and discuss the basic principles and functions of e-commerce and marketing. Moreover, the development and currents trends of e-commerce are studied. A particular focus is laid on online sales psychology and buying behavior.		
Qualifikationsziele			
Fachkompetenz und Methodenkompetenz	Students know and understand the mechanisms, principles, rules and factors of e-commerce. The preconditions, the different components as well as the underlying concepts are discussed. Based on a deeper look on the historical development and currents trends, students will work in group assignments on case studies. In addition, students investigate psychological sales strategies in different / international contexts and reflect critically about the applicability of these strategies in group projects.		
Persönlichkeits-kompetenz und Sozialkompetenz	Students work in a responsible and reliable manner together in project teams. They handle the group assignments on the basis of cooperation and trust. All tasks are agreed upon through student team coordination with each other and course lecturer supervision.		
Handlungskompetenz	Students are able to recognize various online sales psychological strategies and their strengths and weaknesses. Further, students can apply these strategic concepts to international varying contexts.		

International E-Commerce			
	Spezielle Kompetenz	The lectures are highly interactive and consist of presence on-site and online (moodle) parts in alternating order. Students work in differing groups on specific e-commerce and online marketing topics in English and present their group findings in plenary in English.	
Inhalte		• E-commerce: basic principles, rules and component • E-commerce: mechanisms, functions and preconditions • E-commerce: advantages and disadvantages • E-commerce: development and current trends • E-commerce as a function of marketing • Online sales psychology and strategies • Online buying behavior	
Literatur		Primary Source: The lecturer shall provide a variety of sources through in class slides/presentations, articles, cases and simulations to engage the students actively. Cialdini, R. (2021): Influence: The Psychology of Persuasion. 4. Auflage. Harper Collins, New York.	
Zulassungsvoraussetzungen gem. SPO		- Keine -	**Empfohlene Voraussetzungen**
Prüfungsart und Umfang gem. SPO		Projektarbeit (PA, 10-20 Seiten) Klicken oder tippen Sie hier, um Text einzugeben.	
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten		Bestehen der Modulprüfung gem. SPO und Studienplan	
Anmerkungen / Hinweise		Die Studienarbeit wird im Plenum präsentiert.	

8.5.2.2. Modul: Digitale Arbeitswelten

Digitale Arbeitswelten			
Modul-Nr.	29.2	**SPO**	SPO IKM/HSAN 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
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Ritam Garg		
Dozierende	Dipl.-Ing. Bernd Meidel		
Sprache	Deutsch		
Leistungspunkte	5	**SWS**	4
Arbeitsaufwand	Kontaktstunden: 30 h Selbststudium: 120 h Gesamtaufwand: 150 h		
Lehrformen (gem. SPO):	☒ e-Learning (eL) ☒ Vorlesung (V) ☒ Übung (Ü)	☐ Exkursion (Ex) ☐ Praktikum	
Kurzbeschreibung	Das Modul vermittelt die Veränderungen der Arbeitswelt infolge der Digitalisierung und ihre Relevanz für Politik, Unternehmen und Menschen.		
Qualifikationsziele			
Fachkompetenz und Methodenkompetenz	Verständnis des Phänomens Digitalisierung, seiner technischen Grundlagen, hemmenden und fördernden Kräfte, gesellschaftlichen Auswirkungen und wesentlichen Teilaspekte mit Auswirkungen auf die Politik, die öffentliche Diskussion, das Unternehmen an sich und die Rollen als Führungskraft bzw. Mitarbeiter sowie die Frage, wie und was zukünftig (lebenslang) gelernt/gelehrt werden sollte. Abschließend werden die Zusammenhänge hergestellt und ihre Auswirkungen auf das persönliche Wohlbefinden des Individuums im Allgemeinen diskutiert. Fähigkeit und Bereitschaft, Aufgaben- und Problemstellungen eigenständig, fachlich angemessen, methodengeleitet zu bearbeiten und das Ergebnis zu beurteilen. Fähigkeit und Bereitschaft zur Anwendung bestimmter (Arbeits-)Methoden, die zur Entwicklung weiterer Kompetenzen notwendig sind. Die Studierenden verfügen über ein sehr breites Spektrum an Methoden zur Bewältigung komplexer Problemstellung. Sie erarbeiten alleine und im Team neue Ideen und Konzepte im Bereich der Arbeitsplatzgestaltung oder von Lehrformaten sowie -inhalten unter Berücksichtigung aktueller Entwicklungen.		

Digitale Arbeitswelten	
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. 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?

Digitale Arbeitswelten	
	• 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 • 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

Digitale Arbeitswelten			
	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 Der Circle, Dave Eggers, Verlag: KiWi-Taschenbuch (8. Oktober 2015), ISBN-10: 3462048546 Digitalisierung im Vertrieb: Strategien zum Einsatz neuer Technologien in Vertriebsorganisationen, Lars Binckebanck + Rainer Elste, Verlag: Springer Gabler; Auflage: 1. Aufl. 2016 (3. Dezember 2015), ISBN-10: 3658050535 Digital Business Leadership: Digitale Transformation – Geschäftsmodell-Innovation – agile Organisation – Change-Management, Ralf T. T. Kreutzer, Verlag: Springer Gabler; Auflage: 1. Aufl. 2017 (26. September 2016), ISBN-10: 3658119136		
Zulassungsvoraussetzungen gem. SPO	- Keine -	**Empfohlene Voraussetzungen**	Grundkenntnisse zur digitalen Transformation, Betriebswirtschaft in Unternehmen und politischer Rahmenbedingungen.
Prüfungsart und Umfang gem. SPO	Projektarbeit (PA, 10-20 Seiten): (1 Interview, 10 Quellen, 3.000 Worte / 10 Seiten).		
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Bestehen der Modulprüfung gem. SPO und Studienplan		
Anmerkungen / Hinweise			

8.5.2.3. Modul: Supply Chain Management

Sustainability 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
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Carolin Durst		
Dozierende	Dr. Sebastian Huber, Dr. Sven Schwarz		
Sprache	Deutsch		
Leistungspunkte	5	**SWS**	4
Arbeitsaufwand	Kontaktstunden: 30 h Selbststudium: 120 h Gesamtaufwand: 150 h		
Lehrformen (gem. SPO):	☒ e-Learning (eL) ☒ Vorlesung (V) ☒ Übung (Ü) ☐ Exkursion (Ex) ☐ Praktikum		
Kurzbeschreibung	In diesem Modul werden die theoretischen wie praktischen Grundlagen des Supply Chain Managements vermittelt. Hierbei werden die Zusammenhänge und Abhängigkeiten ebenso betrachtet wie Steuerungsmöglichkeiten von Unternehmen.		
Qualifikationsziele			
Fachkompetenz und Methodenkompetenz	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		

Sustainability Management			
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			

8.5.3. 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:

- Supply Chain Management
- Digitale Arbeitswelten

8.5.3.1. 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
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Carolin Durst		
Dozierende	Dr. Sebastian Huber, Dr. Sven Schwarz		
Sprache	Deutsch		
Leistungspunkte	5	**SWS**	4
Arbeitsaufwand	Kontaktstunden: 30 h Selbststudium: 120 h Gesamtaufwand: 150 h		
Lehrformen (gem. SPO):	☒ e-Learning (eL) ☒ Vorlesung (V) ☒ Übung (Ü)	☐ Exkursion (Ex) ☐ Praktikum	
Kurzbeschreibung	In diesem Modul werden die theoretischen wie praktischen Grundlagen des Supply Chain Managements vermittelt. Hierbei werden die Zusammenhänge und Abhängigkeiten ebenso betrachtet wie Steuerungsmöglichkeiten von Unternehmen.		
Qualifikationsziele			
Fachkompetenz und Methodenkompetenz	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		

Supply Chain Management			
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			

8.5.3.2. 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
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Ritam Garg		
Dozierende	Dipl.-Ing. Bernd Meidel		
Sprache	Deutsch		
Leistungspunkte	5	**SWS**	4
Arbeitsaufwand	Kontaktstunden: 30 h Selbststudium: 120 h Gesamtaufwand: 150 h		
Lehrformen (gem. SPO):	☒ e-Learning (eL) ☒ Vorlesung (V) ☒ Übung (Ü)	☐ Exkursion (Ex) ☐ Praktikum	
Kurzbeschreibung	Das Modul vermittelt die Veränderungen der Arbeitswelt infolge der Digitalisierung und ihre Relevanz für Politik, Unternehmen und Menschen.		
Qualifikationsziele			
Fachkompetenz und Methodenkompetenz	Verständnis des Phänomens Digitalisierung, seiner technischen Grundlagen, hemmenden und fördernden Kräfte, gesellschaftlichen Auswirkungen und wesentlichen Teilaspekte mit Auswirkungen auf die Politik, die öffentliche Diskussion, das Unternehmen an sich und die Rollen als Führungskraft bzw. Mitarbeiter sowie die Frage, wie und was zukünftig (lebenslang) gelernt/gelehrt werden sollte. Abschließend werden die Zusammenhänge hergestellt und ihre Auswirkungen auf das persönliche Wohlbefinden des Individuums im Allgemeinen diskutiert. Fähigkeit und Bereitschaft, Aufgaben- und Problemstellungen eigenständig, fachlich angemessen, methodengeleitet zu bearbeiten und das Ergebnis zu beurteilen. Fähigkeit und Bereitschaft zur Anwendung bestimmter (Arbeits-) Methoden, die zur Entwicklung weiterer Kompetenzen notwendig sind. Die Studierenden verfügen über ein sehr breites Spektrum an Methoden zur Bewältigung komplexer Problemstellung. Sie erarbeiten alleine und im Team neue Ideen und Konzepte im Bereich der Arbeitsplatz-gestaltung oder von Lehrformaten sowie -inhalten unter Berücksichtigung aktueller Entwicklungen.		

Digitale Arbeitswelten	
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. 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?

Digitale Arbeitswelten	
	• 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 • 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

Digitale Arbeitswelten			
	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 Der Circle, Dave Eggers, Verlag: KiWi-Taschenbuch (8. Oktober 2015), ISBN-10: 3462048546 Digitalisierung im Vertrieb: Strategien zum Einsatz neuer Technologien in Vertriebsorganisationen, Lars Binckebanck + Rainer Elste, Verlag: Springer Gabler; Auflage: 1. Aufl. 2016 (3. Dezember 2015), ISBN-10: 3658050535 Digital Business Leadership: Digitale Transformation – Geschäftsmodell-Innovation – agile Organisation – Change-Management, Ralf T. T. Kreutzer, Verlag: Springer Gabler; Auflage: 1. Aufl. 2017 (26. September 2016), ISBN-10: 3658119136		
Zulassungsvoraussetzungen gem. SPO	- Keine -	**Empfohlene Voraussetzungen**	Grundkenntnisse zur digitalen Transformation, Betriebswirtschaft in Unternehmen und politischer Rahmenbedingungen.
Prüfungsart und Umfang gem. SPO	Projektarbeit (PA, 10-20 Seiten): (1 Interview, 10 Quellen, 3.000 Worte / 10 Seiten)		
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Bestehen der Modulprüfung gem. SPO und Studienplan		
Anmerkungen / Hinweise			

8.6. 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	Angebot im
Digitale Arbeitswelten	Winter
English for Specific Purposes	Sommer
Eventmanagement	Winter
Hackathon	Winter
Hospitality Management	Sommer
International E-Commerce	Sommer
Management in East Asia	Sommer
Supply Chain Management	Winter

Tabelle 12 - Angebotene Wahlpflichtmodule

8.6.1. 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
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Ritam Garg		
Dozierende	Dipl.-Ing. Bernd Meidel		
Sprache	Deutsch		
Leistungspunkte	5	**SWS**	4
Arbeitsaufwand	Kontaktstunden: 30 h Selbststudium: 120 h Gesamtaufwand: 150 h		
Lehrformen (gem. SPO):	☒ e-Learning (eL) ☒ Vorlesung (V) ☒ Übung (Ü) ☐ Exkursion (Ex) ☐ Praktikum		
Kurzbeschreibung	Das Modul vermittelt die Veränderungen der Arbeitswelt infolge der Digitalisierung und ihre Relevanz für Politik, Unternehmen und Menschen.		
Qualifikationsziele			
Fachkompetenz und Methodenkompetenz	Verständnis des Phänomens Digitalisierung, seiner technischen Grundlagen, hemmenden und fördernden Kräfte, gesellschaftlichen Auswirkungen und wesentlichen Teilaspekte mit Auswirkungen auf die Politik, die öffentliche Diskussion, das Unternehmen an sich und die Rollen als Führungskraft bzw. Mitarbeiter sowie die Frage, wie und was zukünftig (lebenslang) gelernt/gelehrt werden sollte. Abschließend werden die Zusammenhänge hergestellt und ihre Auswirkungen auf das persönliche Wohlbefinden des Individuums im Allgemeinen diskutiert. Fähigkeit und Bereitschaft, Aufgaben- und Problemstellungen eigenständig, fachlich angemessen, methodengeleitet zu bearbeiten und das Ergebnis zu beurteilen. Fähigkeit und Bereitschaft zur Anwendung bestimmter (Arbeits-) Methoden, die zur Entwicklung weiterer Kompetenzen notwendig sind. Die Studierenden verfügen über ein sehr breites Spektrum an Methoden zur Bewältigung komplexer Problemstellung. Sie erarbeiten alleine und im Team neue Ideen und Konzepte im Bereich der Arbeitsplatz-gestaltung oder von Lehrformaten sowie -inhalten unter Berücksichtigung aktueller Entwicklungen.		

Digitale Arbeitswelten		
	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. 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?

Digitale Arbeitswelten	
	• Worauf hoffen Sie am meisten? • Wie machen Sie sich fit für die Anforderungen der nächsten fünf bis zehn Jahre? Die Rolle der Politik Dazu analysieren Sie bitte die Parteiprogramme und Verlautbarungen der CDU/CSU, SPD, Die Linke, Die Grünen, AfD speziell unter den Gesichtspunkten • Wirtschaftpolitik (Arbeitsmarkt, Internationale Wettbewerbsfähigkeit) • Bildungspolitik • Infrastrukturelle Maßnahmen • Ethische Fragen Die Aufgaben der Unternehmen Dazu recherchieren Sie zu den Fragen: • Warum ist die Digitale Transformation für alle Unternehmen weltweit relevant? (Kosten, Invest, ROI, Mitarbeiter, Steuern, Standortfaktoren…) • Was bedeutet der digitale Wandel für die Facilities, Teams (Agilität, Scrum, weltweite Zusammenarbeit), Firmen-Kooperation (Wettbewerber oder Partner, Silo-Denke, StartUps), Produktentwicklung, Geschäftsprozesse (Bezahlung), Kennzahlen? Führung in der digitalen Arbeitswelt (Recherchieren Sie online, was Führungskräfte zukünftig leisten müssen.), Versetzen Sie sich in die Rolle des Arbeitnehmers und stellen Sie zusammen, worauf er sich einstellen muss. Wie und was sollte man lernen? Dazu recherchieren Sie zu den Themen • Lebenslanges Lernen • Geforderte Kompetenzen • Werkzeuge, Lehrer, Youtube • Blended Learning • Gamification • Remote Hands, AR, VR Auswirkungen der Digitalisierung auf das persönliche Wohlbefinden Vermuten Sie Veränderungen der generellen Leistungsfähigkeit und -bereitschaft mit Blick auf • Beschleunigung • 24/7 • Menschliche Kontakte • Maschinelle Erleichterungen • Überwachung
Literatur	Umfangreiche online-Recherche (vgl. Linklisten bei allen Selbstlern-phasen) Schluss mit dem täglichen Weltuntergang: Wie wir uns gegen die digitale Vermüllung unserer Gehirne wehren, Dr. Maren Urner, Verlag: Droemer HC; Auflage: 5. (3. Juni 2019), ISBN-10: 342627776X

Digitale Arbeitswelten			
	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 Der Circle, Dave Eggers, Verlag: KiWi-Taschenbuch (8. Oktober 2015), ISBN-10: 3462048546 Digitalisierung im Vertrieb: Strategien zum Einsatz neuer Technologien in Vertriebsorganisationen, Lars Binckebanck + Rainer Elste, Verlag: Springer Gabler; Auflage: 1. Aufl. 2016 (3. Dezember 2015), ISBN-10: 3658050535 Digital Business Leadership: Digitale Transformation – Geschäftsmodell-Innovation – agile Organisation – Change-Management, Ralf T. T. Kreutzer, Verlag: Springer Gabler; Auflage: 1. Aufl. 2017 (26. September 2016), ISBN-10: 3658119136		
Zulassungsvoraussetzungen gem. SPO	- Keine -	**Empfohlene Voraussetzungen**	Grundkenntnisse zur digitalen Transformation, Betriebswirtschaft in Unternehmen und politischer Rahmenbedingungen.
Prüfungsart und Umfang gem. SPO	Projektarbeit (PA, 10-20 Seiten): (1 Interview, 10 Quellen, 3.000 Worte / 10 Seiten) .		
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Bestehen der Modulprüfung gem. SPO und Studienplan		
Anmerkungen / Hinweise			

8.6.2.Modul: 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**	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.		

English for Specific Purposes		
	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. • 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.

English for Specific Purposes			
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 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.		

8.6.3.Modul: Eventmanagement

Eventmanagement			
Modul-Nr.	31.1/.2/.3	**SPO**	SPO IKM/HSAN 20192
Verwendung des Moduls	Studiengang Interkulturelles Management (B.A.) Wahlpflichtfach I, II, III	Pflichtfach	Modulgruppe (gem. SPO): Wahlpflichtfach
Moduldauer	1 Semester	**Modulangebot**	Winter
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Carolin Durst		
Dozierende	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.		

Eventmanagement		
		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.
	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		

8.6.4. Modul: Hackathon

Hackathon			
Modul-Nr.	31.1/.2/.3	**SPO**	SPO IKM/HSAN 20192
Verwendung des Moduls	Studiengang Interkulturelles Management (B.A.) Wahlpflichtfach I, II, III	Pflichtfach	Modulgruppe (gem. SPO): Wahlpflichtfach
Moduldauer	1 Semester	**Modulangebot**	Winter
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Michael Walter		
Dozierende	Johannes Hähnlein, Prof. Dr. Michael Walter, Prof. Dr. Carolin Durst		
Sprache	Deutsch		
Leistungspunkte	5	**SWS**	4
Arbeitsaufwand	Kontaktstunden: 75 h Selbststudium: 75 h Gesamtaufwand: 150 h		
Lehrformen (gem. SPO):	☒ e-Learning (eL) ☒ Vorlesung (V) ☒ Übung (Ü) ☐ Exkursion (Ex) ☐ Praktikum		
Kurzbeschreibung	????		
Qualifikationsziele			
Fachkompetenz und Methodenkompetenz inklusiv Forschungs-kompetenz	• Die Studierenden durchlaufen in der Veranstaltung einen realitätsnahen Innovations- und Produktentwicklungsprozess • Dies beinhaltet zunächst die grundsätzliche Zusammenstellung eines interdisziplinären Teams • Im weiteren Verlauf erfolgt die Entwicklung und Anwendung von Problemlösungsstrategien nach der Design Thinking Methode • Die Studierenden erlernen des weiteren Methoden zur Generierung von Produkt- oder Serviceideen. • Des Weiteren erhalten die Studierenden ein gezieltes Pitch-Training und verbessern ihre Präsentationsskills.		
Persönlichkeits-kompetenz und Sozialkompetenz	• Aufbau, Strukturierung und Arbeitskoordination von interdisziplinären Teams • Die Studierenden wenden teamorientiertes Arbeiten und inhaltsbezogene Arbeitsteilung an • Fokussiertes und zielorientiertes Arbeiten unter Zeitdruck und dabei Fokussierung auf die wesentlichen Elemente der Produktentwicklung • Die Studierenden müssen Präsentationsfähigkeiten durch Zwischenpräsentationen und Live-Pitches beweisen und anwenden		
Handlungskompetenz	• Die Studierenden erlernen und vertiefen Schlüsselkompetenzen in den Bereich Projektmanagement, Problemlösungsmethoden, betriebswirtschaftliche Teildisziplinen, Team- und Kommunikationsfähigkeit sowie Präsentationstechniken.		

Hackathon			
	• Durch den Besuch der Veranstaltung können die Studierenden zudem einen Innovationsprozess einschätzen und selbst in entsprechenden Projektteams durchlaufen.		
Inhalte	• Teambuilding • Problemlösungstrategien • Ideation • Design Thinking • Business Design • Research & Development • Validation • Prototyping • Pitching		
Literatur			
Zulassungsvoraussetzungen gem. SPO	- Keine -	**Empfohlene Voraussetzungen**	- Keine -
Prüfungsart und Umfang gem. SPO	• Für Bachelor-Studierende: Abschlusspräsentation + Schriftliche Beschreibung Geschäftskonzept (Umfang ca. 5 Seiten) • Für Master-Studierende: Abschlusspräsentation + Projektarbeit (Umfang ca. 25 Seiten)		
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Bestehen der Modulprüfung gem. SPO und Studienplan		
Anmerkungen / Hinweise			

8.6.5. Modul: Hospitality Management

Hospitality Management			
Modul-Nr.	31.1/.2/.3	**SPO**	SPO IKM/HSAN 20192
Verwendung des Moduls	Studiengang Interkulturelles Management (B.A.) Wahlpflichtfach I, II, III	Pflichtfach	Modulgruppe (gem. SPO): Wahlpflichtfach
Moduldauer	1 Semester	**Modulangebot**	Sommer
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Ritam Garg		
Dozierende	Anton Leiner		
Sprache	Deutsch		
Leistungspunkte	5	**SWS**	4
Arbeitsaufwand	Kontaktstunden: 34 h Selbststudium: 26 h Gesamtaufwand: 60 h		
Lehrformen (gem. SPO):	☒ e-Learning (eL) ☒ Vorlesung (V) ☒ Übung (Ü)	☐ Exkursion (Ex) ☐ Praktikum	
Kurzbeschreibung	Im Modul werden die Grundlagen der Hospitality Industrie, des Hotel Managements sowie der Distribution und des Vertriebs in der Hotellerie erläutert.		
Qualifikationsziele			
Fachkompetenz und Methodenkompetenz	Fachkompetenz: • Die Studierenden kennen und verstehen grundlegende Erscheinungsformen von Hotels, deren Leistungsangebote, Organisations- und Vertragsformen, Strukturen, Standards und Prozesse. Sie sind vertraut mit den aktuellen und besonderen Herausforderungen der Branche. • Sie lernen die wichtigsten Abteilungen und Bereiche im Detail kennen, deren Aufgaben, Ziele und überbereichliche Zusammenhänge. • Moderne Distribution, Vertrieb und Yield Management mit ihren Eigenschaften sind bekannt, entsprechende Vorgehensweisen und Tools wurden erklärt. • Die Studierenden lernen die Anwendung von Ist-Analysen, das Erheben, Verstehen und Auswerten von Kennzahlen, die Analyse und Einordnung von Qualität von Produkt und Dienstleistung, sowie den Umgang mit externen Bewertungen. Sie lernen auf der Basis des festgestellten Status Quo entsprechende Wege, Ziele und Strategien für den analysierten Betrieb zu entwickeln. • Nachhaltigkeit ist bereits heute eines der Hauptthemen im Fokus der Kunden. Methodenkompetenz:		

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

8.6.6.Modul: International E-Commerce

International E-Commerce			
Modul-Nr.	31.1/.2/.3	**SPO**	SPO IKM/HSAN 20192
Verwendung des Moduls	Studiengang Interkulturelles Management (B.A.) Wahlpflichtfach I, II, III	Pflichtfach	Modulgruppe (gem. SPO): Wahlpflichtfach
Moduldauer	1 Semester	**Modulangebot**	Sommer
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Ritam Garg		
Dozierende	Dr. Sue Claire Trage		
Sprache	English		
Leistungspunkte	5	**SWS**	4
Arbeitsaufwand	Kontaktstunden: 30 h Selbststudium: 120 h Gesamtaufwand: 150 h		
Lehrformen (gem. SPO):	☒ e-Learning (eL) ☒ Vorlesung (V) ☒ Übung (Ü)	☐ Exkursion (Ex) ☐ Praktikum	
Kurzbeschreibung	In this course students examine and discuss the basic principles and functions of e-commerce and marketing. Moreover, the development and currents trends of e-commerce are studied. A particular focus is laid on online sales psychology and buying behavior.		
Qualifikationsziele			
Fachkompetenz und Methodenkompetenz	Students know and understand the mechanisms, principles, rules and factors of e-commerce. The preconditions, the different components as well as the underlying concepts are discussed. Based on a deeper look on the historical development and currents trends, students will work in group assignments on case studies. In addition, students investigate psychological sales strategies in different / international contexts and reflect critically about the applicability of these strategies in group projects.		
Persönlichkeits-kompetenz und Sozialkompetenz	Students work in a responsible and reliable manner together in project teams. They handle the group assignments on the basis of cooperation and trust. All tasks are agreed upon through student team coordination with each other and course lecturer supervision.		
Handlungskompetenz	Students are able to recognize various online sales psychological strategies and their strengths and weaknesses. Further, students can apply these strategic concepts to international varying contexts.		
Spezielle Kompetenz	The lectures are highly interactive and consist of presence on-site and online (moodle) parts in alternating order. Students work in differing		

International E-Commerce			
	groups on specific e-commerce and online marketing topics in English and present their group findings in plenary in English.		
Inhalte	• E-commerce: basic principles, rules and component • E-commerce: mechanisms, functions and preconditions • E-commerce: advantages and disadvantages • E-commerce: development and current trends • E-commerce as a function of marketing • Online sales psychology and strategies • Online buying behavior		
Literatur	Primary Source: The lecturer shall provide a variety of sources through in class slides/presentations, articles, cases and simulations to engage the students actively. Cialdini, R. (2021): Influence: The Psychology of Persuasion. 4. Auflage. Harper Collins, New York.		
Zulassungsvoraussetzungen gem. SPO	- Keine -	**Empfohlene Voraussetzungen**	
Prüfungsart und Umfang gem. SPO	Projektarbeit (PA, 10-20 Seiten)		
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Bestehen der Modulprüfung gem. SPO und Studienplan		
Anmerkungen / Hinweise	Die Studienarbeit wird im Plenum präsentiert.		

8.6.7.Modul: Management in East Asia

Management in East Asia			
Modul-Nr.	31.1/.2/.3	**SPO**	SPO IKM/HSAN 20192
Verwendung des Moduls	Studiengang Interkulturelles Management (B.A.) Wahlpflichtfach I, II, III	Pflichtfach	Modulgruppe (gem. SPO): Wahlpflichtfach
Moduldauer	1 Semester	**Modulangebot**	Sommer
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Ritam Garg		
Dozierende	Prof. Dr. Ritam Garg		
Sprache	Englisch		
Leistungspunkte	5	**SWS**	4
Arbeitsaufwand	Kontaktstunden: 28 h Selbststudium: 122 h Gesamtaufwand: 150 h		
Lehrformen (gem. SPO):	☒ e-Learning (eL) ☒ Vorlesung (V) ☒ Übung (Ü)	☐ Exkursion (Ex) ☐ Praktikum	
Kurzbeschreibung	This course is intended for those who would like to know more about the culture and business in the economies in East Asia, including Japan, Korea(s), China, Hong Kong and Taiwan. The spectacular economic growth of the countries in the region has sparked a far and wide interest in knowing these economies better. Furthermore, understanding the viewpoint of 30% of the world's population would further enhance our overall understanding of business and management. Moreover, the current geopolitical dynamics in the region is affecting not only the international relations but also the value chain activities of global business. Hence, it is imperative that we examine and explore these aspects to develop strategies needed in International Business.		
Qualifikationsziele			
Fachkompetenz und Methodenkompetenz Persönlichkeits-kompetenz und Sozialkompetenz Handlungskompetenz	The specific objectives of this course is to help the participants to comprehend, develop, and enhance their knowledge about the business environment in East Asian markets by emphasizing on cultural characteristics, economic trends, market growth potential, and geopolitical scenario in the region.		
Spezielle Kompetenz	**Betriebswirtschaftliche Kompetenzen:** The students would be able to not only understand the regional dynamics in East Asia, but also be able to consider strategies that are important to comprehend in this context.		
Inhalte	• Culture as an important construct of business & management • Management/ business practices in East Asia • History, political and economic overview of East Asian region		

Management in East Asia			
Literatur	**Primary Source:** The Instructor shall provide a variety of sources through in class slides/presentations, cases and simulations to actively engage the students. **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	Projektarbeit (PA, 10-20 Seiten): 1500-2000 words essay, with an accompanying presentation		
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Bestehen der Modulprüfung gem. SPO und Studienplan		
Anmerkungen / Hinweise			

8.6.8. Modul: Supply Chain Management

Supply Chain Management			
Modul-Nr.	31.1/.2/.3	**SPO**	SPO IKM/HSAN 20192
Verwendung des Moduls	Studiengang Interkulturelles Management (B.A.) Wahlpflichtfach I, II, III	Pflichtfach	Modulgruppe (gem. SPO): Wahlpflichtfach
Moduldauer	1 Semester	**Modulangebot**	Winter
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Carolin Durst		
Dozierende	Dr. Sebastian Huber, Dr. Sven Schwarz		
Sprache	Deutsch		
Leistungspunkte	5	**SWS**	4
Arbeitsaufwand	Kontaktstunden: 30 h Selbststudium: 120 h Gesamtaufwand: 150 h		
Lehrformen (gem. SPO):	☒ e-Learning (eL) ☒ Vorlesung (V) ☒ Übung (Ü) ☐ Exkursion (Ex) ☐ Praktikum		
Kurzbeschreibung	In diesem Modul werden die theoretischen wie praktischen Grundlagen des Supply Chain Managements vermittelt. Hierbei werden die Zusammenhänge und Abhängigkeiten ebenso betrachtet wie Steuerungsmöglichkeiten von Unternehmen.		
Qualifikationsziele			
Fachkompetenz und Methodenkompetenz	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**	

Supply Chain 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	

8.7. Modulbeschreibungen: Modulgruppe Praktisches Studiensemester

Mit den Modulen der Modulgruppe Praktisches Studiensemester tauchen Sie tief in die betriebliche Praxis ein, der Schwerpunkt liegt im Praktikum. Tabelle 13 zeigt den Überblick inklusive begleitender Seminare.

Modul-Nr.	Modul
32	Betriebliche Praxis
33	Managementtechniken

Tabelle 13 - Modulgruppe Praktisches Studiensemester

8.7.1. 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. Ritam Garg		
Dozierende	---		
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:**		

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

8.7.2. 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	Prof. Dr. Ritam Garg		
Dozierende	Christian Wilkens		
Sprache	Deutsch		
Leistungspunkte	5	**SWS**	-
Arbeitsaufwand	Kontaktstunden: 42 h Selbststudium: 108 h Gesamtaufwand: 150 h		
Lehrformen (gem. SPO):	☒ e-Learning (eL) ☒ Vorlesung (V) ☒ Übung (Ü) ☒ Exkursion (Ex) ☐ Praktikum		
Kurzbeschreibung	Inhalt der viertägigen Veranstaltung (zwei + zwei Tage) ist die praxisnahe Vermittlung von "Best in class" Managementtechniken sowie interpersonellen Kommunikationstechniken. Die typischen Anwendungs-Schwerpunkte der Methoden liegen in der Förderung interkultureller Kommunikation sowie • im Projektmanagement (Wasserfall und Agil) • im operativen Management (Operational Excellence) • im Qualitätsmanagement • im Veränderungsmanagement		
Qualifikationsziele			
Fachkompetenz und Methodenkompetenz	Fähigkeit und Bereitschaft, komplexe Aufgaben- und Problemstellungen (als Einzelthema oder im Rahmen größerer Projekte) eigenständig, fachlich angemessen, methodengeleitet im Team zu bearbeiten und das Ergebnis transparent und nachvollziehbar zu dokumentieren. Kenntnis der erfolgskritischen Prozessschritte der jeweiligen "Best-in-class" Managementmethoden sowie Ihrer praktischen Anwendung im typischen Stakeholder-Umfeld von Projekten und Veränderungsprozessen.		
Persönlichkeits-kompetenz und Sozialkompetenz Handlungskompetenz	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.		

Managementtechniken	
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:
	
	• 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
	  ○ …

Managementtechniken	
	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 • 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	

Managementtechniken	
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	

8.8. 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

8.8.1. 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. Ritam Garg		
Dozierende	Prof. Dr. Carolin Durst, Prof. Dr. Ritam Garg, Prof. Dr. Alexander Piazza, Dr. Christian Gebhard, Christoph Bitzl, M.A., Dr. 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) ☐ Vorlesung (V) ☐ Übung (Ü)	☐ Exkursion (Ex) ☐ Praktikum	
Kurzbeschreibung	Die Bachelorarbeit stellt den wissenschaftlichen Abschluss des Studiengangs dar: die Studierenden erstellen eigenständig zu einem ausgewählten Thema eine wissenschaftliche Arbeit.		
Qualifikationsziele			
Fachkompetenz und Methodenkompetenz	Die Studierenden legen breite Fachkenntnisse im Studiengebiet dar und zeigen ein tiefgehendes theoretisches sowie analytisch-synthetisches Verständnis des Schwerpunktgebietes ihrer Bachelorarbeit. Die Studierenden wenden ausgewählte wissenschaftliche Methoden für die Beantwortung ihrer wissenschaftlichen Aufgabenstellung im Rahmen der Abschlussarbeit an.		
Persönlichkeits-kompetenz und Sozialkompetenz	Die Studierenden zeigen ein zielorientiertes Vorgehen und wenden die notwendige Sorgfalt bei der Erstellung ihrer wissenschaftlichen Arbeit an. Die Studierenden nehmen kritische Rückmeldungen an und integrieren diese zielführend in ihre Arbeit.		
Handlungskompetenz	Die Studierenden erstellen eigenständig eine erste wissenschaftliche Arbeit zu einem ausgewählten Thema.		
Spezielle Kompetenz	**Interkulturelle und betriebswirtschaftliche Kompetenzen:** Die Studierenden zeigen breites Fachwissen in interkulturellen und betriebswirtschaftlichen Themen sowie die notwendige Expertise im ausgewählten Schwerpunktthema. **Sprachkompetenzen:** Die Studierenden erstellen eine wissenschaftliche Arbeit in einer angemessenen Wissenschaftssprache.		

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

8.8.2. Modul: Bachelorseminar

Bachelorseminar			
Modul-Nr.	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. 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		

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

9. Modulbeschreibungen vorherige SPO IKM/HSAN 20162

Für die Studierenden der alten Studien- und Prüfungsordnung hatten wir die Regelungen in Kapitel 0 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.

9.1. Modul: Angewandtes Projektmanagement I

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

Angewandtes Projektmanagement I	
	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 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.

Angewandtes Projektmanagement I			
	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		
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Bestehen der Modulprüfung gem. SPO und Studienplan		
Anmerkungen / Hinweise	Wir organisieren ergänzend freiwillige, externe Zertifizierungen, die kostenpflichtig bei Fachgesellschaften abgelegt werden können: • GPM Basiszertifikat / IPMA Level D Diese Zertifizierungen sind bei Arbeitgebern gut bekannt und können mit der Vorbereitung durch die Lehrveranstaltungen gut absolviert werden		

9.2. Modul: Angewandtes Projektmanagement II

Angewandtes Projektmanagement II			
Modul-Nr.		**SPO**	SPO IKM/HSAN 20162
Verwendung des Moduls	Studiengang Interkulturelles Management (B.A.)	Pflichtfach	Modulgruppe (gem. SPO):
Moduldauer	1 Semester	**Modulangebot**	Winter
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Ritam Garg		
Dozierende	Maximilian May, MBA M.Sc. PMM		
Sprache	Deutsch		
Leistungspunkte	5	**SWS**	4
Arbeitsaufwand	Kontaktstunden: 30 h Selbststudium: 120 h Gesamtaufwand: 150 h		
Lehrformen (gem. SPO):	☒ e-Learning (eL) ☒ 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.		

Angewandtes Projektmanagement II	
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. **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

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

10. Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1 - Der Campus Rothenburg 10
Abbildung 2 - Angenehme Lernatmosphäre am Campus Rothenburg 10
Abbildung 3 - Angenehme Lernatmosphäre: IT-Raum 11
Abbildung 4 - Skyline von Rothenburg (Quelle: Stadt Rothenburg ob der Tauber)..... 11
Abbildung 5 - Modulplan IKM 14
Abbildung 6 - Modulplan IKM nach alter SPO IKM/HSAN 20162..... 17

11. Tabellenverzeichnis

Tabelle 1 - Studienablaufplan ikm 15
Tabelle 2 - Übersicht Modulübergang mit SPO-Wechsel 16
Tabelle 3 – Modulübersicht mit Modulverantwortlichen 20
Tabelle 4 - Modulgruppe Interkulturelle Kompetenzen 22
Tabelle 5 - Modulgruppe Sprachen 44
Tabelle 6 - Modulgruppe Betriebswirtschaftliche Kompetenzen 89
Tabelle 7 - Modulgruppe Digitale Kompetenzen 106
Tabelle 8 - Modulgruppe Studienschwerpunkt Gastronomie und Tourismus 119
Tabelle 9 - Modulgruppe Studienschwerpunkt Handel und Dienstleistungen 124
Tabelle 10 - Modulgruppe Studienschwerpunkt Produktion und Handwerk 133
Tabelle 11 - Modulgruppe Wahlpflichtmodule 140
Tabelle 12 - Angebotene Wahlpflichtmodule 140
Tabelle 13 - Modulgruppe Praktisches Studiensemester 160
Tabelle 14 - Modulgruppe Bachelorabeit 167
Tabelle 15 - Module nach der vorherigen SPO IKM/HSAN 20162 172