



Fakultät 1 – Wirtschaftswissenschaften /
School of International Business

Modulhandbuch

**Internationaler Studiengang
Management im Handel
(MIH)**

Sieben Semester

Modulübersicht

Modul 1.1	BWL – Grundfragen und Methoden
Modul 1.2	Steuern
Modul 1.3	Wirtschaftsstatistik
Modul 1.4	Rechnungswesen
Modul 1.5	Wirtschaftsrecht
Modul 2.1	Betriebliche Funktionen
Modul 2.2	VWL I
Modul 2.3	Wirtschaftsmathematik
Modul 2.4	Angewandte Handelsinformatik
Modul 2.5	Arbeitsrecht
Modul 3.1	Leistungsfaktoren des Handels
Modul 3.2	VWL II
Modul 3.3	Handelscontrolling
Modul 3.4	Handelsmarketing
Modul 3.5	Handelssprache Englisch I
Modul 4.1	Management
Modul 4.2	Finanzwirtschaft
Modul 4.3	Marktforschung
Modul 4.4	Personalmanagement und Qualifizierung
Modul 4.5	Handelssprache Englisch II
Modul 5.1	Praxisvorbereitung
Modul 5.2-5.4	Praxis
Modul 5.5	Praxisnachbereitung
Modul 6.1	Distributionssysteme
Modul 6.2	Verkaufsmanagement

Modul 6.3 **Kundenbindungsmanagement**

Modul 6.4 **Internationaler Handel**

Modul 6.4 **Bachelorprojekt**

Modul 7.1 **Besondere Handelsformen**

Modul 7.2 **Werbung und Werbepsychologie**

Modul 7.3 **Logistik**

Modul 7.4 **Marketingrecht**

Modul 7.5 **Bachelorthesis**

BWL - Grundfragen und Methoden

Modulcode	311
Semester	1. Semester
Dauer / Häufigkeit	15 Wochen / einmal jährlich
Art	Pflichtmodul
ECTS-Punkte	6
Student. Arbeitsbelastung in h	180
Kontaktstunden	60 + 15
Selbststudium in Stunden	120 (das Selbststudium beinhaltet auch den Arbeitsaufwand für die modulbezogene Übung als angeleitetes Selbststudium im Umfang von 15 h)
Voraussetzungen für die Teilnahme	keine
Verwendbarkeit	MiH-Studiengang
Prüfungsform / Prüfungsdauer (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)	Referat oder Klausur
Lehr- und Lernmethoden	Seminaristischer Unterricht, angeleitetes Selbststudium, Übungen in Einzel- und Gruppenarbeit,
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Astrid Brunken
Kompetenzziele	<p>Nach Abschluss des Moduls</p> <ul style="list-style-type: none"> - haben die Teilnehmer einen strukturierten breiten Überblick über die zentralen Grundfragen und Problemstellungen der verschiedenen betriebswirtschaftlichen Teilgebiete wie Management, Marketing, Finanzierung und Investition, Beschaffung und Produktion, Organisation und Personalwesen erworben, - kennen die Teilnehmer betriebswirtschaftliche Fachbegriffe und können sie anwenden, - kennen die Teilnehmer die wichtigsten betriebswirtschaftlichen Modelle und können sie bewerten, - können die Teilnehmer die verschiedenen konzeptionellen Ansätze der BWL unterscheiden und - können die Teilnehmer wissenschaftliche Methoden der Erkenntnisgewinnung beschreiben.
Lehrinhalte	<ul style="list-style-type: none"> • Betriebswirtschaftslehre als wissenschaftliche Disziplin • Konstitutionelle und institutionelle Entscheidungen von Unternehmen (z.B. Rechtsform- und Standortwahl, Unternehmenszusammenschlüsse) • Zentrale Inhalte und Grundfragen des Unternehmens wie, Marketing, Beschaffung und Materialwirtschaft, Produktionstheorie, Finanzierung und Investition, Personal und Organisation.
Literatur	Die aktuellen Literaturlisten werden den Studierenden zu Beginn des Semesters ausgeteilt.

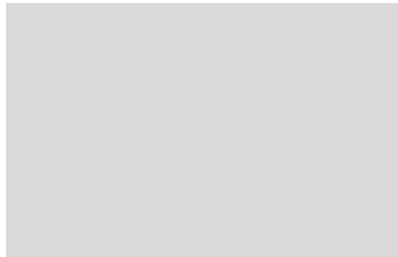
Dozent/in	Lehrveranstaltungen	SWS
s. aktuelles Veranstaltungs- verzeichnis	Grundfragen und Methoden der BWL	4
	Modulbezogene Übung	1

Steuern

Modulcode	312	
Semester	1. Semester	
Dauer / Häufigkeit	15 Wochen / einmal jährlich	
Art	Pflichtmodul	
ECTS-Punkte	6	
Student. Arbeitsbelastung in h	180	
Kontaktstunden	60 + 15	
Selbststudium in Stunden	120 (das Selbststudium beinhaltet auch den Arbeitsaufwand für die modulbezogene Übung als angeleitetes Selbststudium im Umfang von 15 h)	
Voraussetzungen für die Teilnahme	keine	
Verwendbarkeit	MiH-Studiengang	
Prüfungsform / Prüfungsdauer (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)	Klausur	
Lehr- und Lernmethoden	Seminaristischer Unterricht, angeleitetes Selbststudium	
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Dorian Fischbach	
Kompetenzziele	<p>Nach Abschluss des Moduls haben die Teilnehmer</p> <ul style="list-style-type: none"> - einen Überblick über die Grundzüge der Unternehmensbesteuerung, - einen Überblick über die Auswirkung der Besteuerung auf unternehmerische Entscheidungen, - die Fähigkeit, die steuerliche Belastung der unternehmerischen Betätigung in der Praxis zu ermitteln und - die Fähigkeit, den Zusammenhang zwischen Besteuerung und Rechnungslegung zu erkennen. 	
Lehrinhalte	<ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen des Steuerrechts • Grundzüge der Ertragssteuerarten • Besteuerung internationaler Aktivitäten • Sonstige Steuerarten • Der Einfluss der Besteuerung auf unternehmerische Entscheidungen. 	
Literatur	Die aktuellen Literaturlisten werden den Studierenden zu Beginn des Semesters ausgeteilt	
Dozent/in	Lehrveranstaltungen	SWS
s. aktuelles Verzeichnis	Steuern	4
	Modulbezogene Übung	1

Wirtschaftsstatistik

Modulcode	313
Semester	1. Semester
Dauer / Häufigkeit	15 Wochen / einmal jährlich
Art	Pflichtmodul
ECTS-Punkte	6 ECTS
Student. Arbeitsbelastung in h	180
Kontaktstunden	60 + 15 SWS
Selbststudium in Stunden	120 (das Selbststudium beinhaltet auch den Arbeitsaufwand für die modulbezogene Übung als angeleitetes Selbststudium im Umfang von 15 h)
Voraussetzungen für die Teilnahme	keine
Verwendbarkeit	nahezu in allen Studiengängen, insbesondere in volks- und betriebswirtschaftlich orientierten Studiengängen
Prüfungsform / Prüfungsdauer (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)	Klausur oder Mündliche Prüfung
Lehr- und Lernmethoden	seminaristischer Unterricht, angeleitetes Selbststudium, Übungen in Einzel- und Gruppenarbeit
Modulverantwortliche/r	Berthold Halbmann
Kompetenzziele	<p>Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls können die Teilnehmerinnen/Teilnehmer des Moduls</p> <ul style="list-style-type: none"> • große Datenmengen übersichtlich mittels Tabellen und Graphiken darstellen, das Charakteristische der Daten mit Hilfe von Kennzahlen beschreiben und so einer Analyse zuführen • die für statistische Erhebungen notwendigen exakten Begriffsdefinitionen leisten und erklären, warum es bei gleicher statistischer Problemstellung zu unterschiedlichen Statistiken kommt. • die Qualität von Statistiken beurteilen, Statistiken interpretieren und gegebenenfalls kritisieren • ökonomische Fragestellungen in statistische Fragestellungen transformieren • für vorliegende Daten die zur Analyse der Daten notwendigen und statistisch zulässigen Methoden erkennen und korrekt anwenden • die Ergebnisse statistischer Berechnungen inhaltlich interpretieren und deren Relevanz für ökonomische Fragestellungen erkennen.
Lehrinhalte	<p>In der Veranstaltung werden die Grundlagen der deskriptiven und induktiven Statistik sowie die für die Verbindung beider Themen notwendigen wahrscheinlichkeitstheoretischen Grundlagen vermittelt und diskutiert.</p> <p>Dabei liegt der Schwerpunkt neben der inhaltlichen Behandlung der im Folgenden aufgelisteten Themen auf der Betrachtung praktischer Anwendungen in der Betriebswirtschaftslehre und hier insbesondere im Handel.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Deskriptive Statistik [ein- und zweidimensionale Häufig-



keitsverteilungen und deren Deskription durch Mittelwerte, Streuungs- und Zusammenhangsmaße und Regressionsfunktionen sowie die Basiskonzepte der ökonomischen Statistik (Indices, Zeitreihen)]

- Wahrscheinlichkeitstheorie
- Grundkonzepte stetiger Verteilungen sowie deren Anwendung in der induktiven Statistik beim Schätzen und Testen.

Literatur

Die aktuellen Literaturlisten werden den Studierenden zu Beginn des Semesters ausgeteilt

Dozent/in	Lehrveranstaltungen	SWS
s. aktuelles Veranstaltungsverzeichnis	Wirtschaftsstatistik	4
	Modulbezogene Übung	1

Rechnungswesen

Modulcode	314
Semester	1. Semester
Dauer / Häufigkeit	15 Wochen / einmal jährlich
Art	Pflichtmodul
ECTS-Punkte	6
Student. Arbeitsbelastung in h	180
Kontaktstunden	60 + 15
Selbststudium in Stunden	120 (das Selbststudium beinhaltet auch den Arbeitsaufwand für die modulbezogene Übung als angeleitetes Selbststudium im Umfang von 15 h)
Voraussetzungen für die Teilnahme	keine
Verwendbarkeit	MiH
Prüfungsform / Prüfungsdauer (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)	Klausur
Lehr- und Lernmethoden	Seminaristischer Unterricht, Übungen in Einzel- und Gruppenarbeit und angeleitetes Selbststudium
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Günther Dey
Kompetenzziele	<p><i>Nach Abschluss des Moduls können die Teilnehmer</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - die traditionellen Methoden der Kostenrechnung anwenden und kritisch beurteilen - aus der Vielfalt der Methoden situationsgerecht geeignete Instrumente auswählen und anwenden - die Ziele der modernen Methoden des Kostenmanagements verstehen - einen Jahresabschluss nach HGB erstellen - die Bilanzierungswahlrechte für die Gestaltung eines Jahresabschlusses beurteilen und anwenden - wesentliche Unterschiede zwischen der Rechnungslegung nach HGB und IFRS erkennen - Jahresabschlüsse aus Sicht unterschiedlicher Adressaten analysieren und beurteilen.
Lehrinhalte	<ul style="list-style-type: none"> • Rechnungswesens als quantitatives Abbild des Unternehmensgeschehens • Teilgebiete der Kostenrechnung (Kostenarten, Kostenstellen, Kostenträger; Vollkosten, Teilkosten; Ist-Kosten, Plankosten; Prozesskosten, Target Costing, Life Cycle Costing) • Bilanzierungspflichten, -wahlrechte und -verbote auf der Basis nationaler sowie internationaler Rechnungslegungssysteme • Kennzahlengestützte Vorgehensweise im Rahmen der Jahresabschlussanalyse
Literatur	Die aktuellen Literaturlisten werden den Studierenden zu Beginn des Semesters ausgeteilt

Dozent/in	Lehrveranstaltungen	SWS
s. aktuelles Veranstaltungs- verzeichnis	Rechnungswesen	4
	Modulbezogene Übung	1

Wirtschaftsrecht

Modulcode	315	
Semester	1. Semester	
Dauer / Häufigkeit	15 Wochen / einmal jährlich	
Art	Pflichtmodul	
ECTS-Punkte	6	
Student. Arbeitsbelastung in h	180	
Kontaktstunden	60 + 15	
Selbststudium in Stunden	120 (das Selbststudium beinhaltet auch den Arbeitsaufwand für die modulbezogene Übung als angeleitetes Selbststudium im Umfang von 15 h)	
Voraussetzungen für die Teilnahme	keine	
Verwendbarkeit	MiH-Studiengang	
Prüfungsform / Prüfungsdauer (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)	Klausur oder Mündliche Prüfung	
Lehr- und Lernmethoden	Seminaristischer Unterricht, angeleitetes Selbststudium	
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Ulrich Krüger	
Kompetenzziele	<p>Nach Abschluss des Moduls können</p> <ul style="list-style-type: none"> - die Teilnehmer die juristische Sprache und Argumentation verstehen, - juristische Probleme in der betrieblichen Praxis erkennen und - mit Anwälten oder Rechtsabteilungen kommunizieren. 	
Lehrinhalte	<ul style="list-style-type: none"> • Einführung in das Zivilrecht • Allgemeine Rechtsgeschäftslehre einschließlich AGB • Vertrag und Eigentum • Schuldrechtliche Leistungsstörungen 	
Literatur	Die aktuellen Literaturlisten werden den Studierenden zu Beginn des Semesters ausgeteilt	
Dozent/in	Lehrveranstaltungen	SWS
s. aktuelles Veranstaltungsverzeichnis	Wirtschaftsrecht	4
	Modulbezogene Übung	1

Betriebliche Funktionen

Modulcode	321
Semester	2. Semester
Dauer / Häufigkeit	15 Wochen / einmal jährlich
Art	Pflicht
ECTS-Punkte	6
Student. Arbeitsbelastung in h	180
Kontaktstunden	60 + 15
Selbststudium in Stunden	120 (das Selbststudium beinhaltet auch den Arbeitsaufwand für die modulbezogene Übung als angeleitetes Selbststudium im Umfang von 15 h)
Voraussetzungen für die Teilnahme	keine
Verwendbarkeit	MIH
Prüfungsform / Prüfungsdauer (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)	Referat oder Hausarbeit
Lehr- und Lernmethoden	Seminaristischer Unterricht, angeleitetes Selbststudium, Übungen in Einzel- und Gruppenarbeit
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Astrid Brunken
Kompetenzziele	Nach der erfolgreichem Abschluss dieses Moduls kennen die Teilnehmer die Anforderungen, die bei der Umsetzung wissenschaftlicher Arbeiten zu erfüllen sind und können diese im Rahmen der geforderten Prüfungsleistungen umsetzen. Sie können einen betrieblichen Funktionsbereich eines Unternehmens nach vorgegebenen Kriterien analysieren und die Ergebnisse der Analyse im Rahmen einer schriftlichen Dokumentation oder eines Referates einem Fachpublikum vorstellen. Für die Hauptfunktionen eines Unternehmens können sie über Zweck und Zielsetzung, die Aufgaben- und Personalstruktur, die verwendeten Ressourcen (insb. EDV), die Bedeutung für den Unternehmenserfolg sowie wesentliche Performance-Kennzahlen dieser Funktionen Auskunft geben. Sie können die für das Verständnis einer betrieblichen Funktion relevante Literatur eigenständig recherchieren.
Lehrinhalte	<ul style="list-style-type: none"> • Erarbeitung eines Bildes über die theoretisch und praktisch relevanten Funktionsstrukturen • Prinzipien wissenschaftlicher Arbeiten sowie deren Umsetzung am Beispiel betrieblicher Funktionen
Literatur	Die für das Verständnis der betrieblichen Funktionen und die Erstellung der Abschlussarbeiten erforderliche Literatur wird von den Teilnehmern eigenständig recherchiert. Die selbständige Literaturrecherche ist ein eigenständiger Lehrinhalt dieses Moduls.

Dozent/in	Lehrveranstaltungen	SWS
s. aktuelles Veranzaltungs-verzeichnis	Betriebliche Funktionen	4
	Modulbezogene Übung	2

VWL I

Modulcode	322	
Semester	2. Semester	
Dauer / Häufigkeit	15 Wochen / einmal jährlich	
Art	Pflicht	
ECTS-Punkte	6	
Student. Arbeitsbelastung in h	180	
Kontaktstunden	60 + 15	
Selbststudium in Stunden	120 (das Selbststudium beinhaltet auch den Arbeitsaufwand für die modulbezogene Übung als angeleitetes Selbststudium im Umfang von 15 h)	
Voraussetzungen für die Teilnahme		
Verwendbarkeit	MIH-Studiengang	
Prüfungsform / Prüfungsdauer (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)	Klausur	
Lehr- und Lernmethoden	Seminaristischer Unterricht, Gruppenarbeit, angeleitetes Selbststudium	
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Peter Rose	
Kompetenzziele	Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls kennen die Teilnehmer die Grundbegriffe und -tatbestände der VWL und sie können die wichtigsten Paradigmen der VWL darstellen. Sie haben fundierte Kenntnisse erworben, um die gängigen Methoden und Instrumente der mikroökonomischen Modellbildung und Analyse zu verstehen und einzuschätzen sowie diese in einfachen Problemlagen im Unternehmen und in der Wirtschaftspolitik richtig anzuwenden. Die Teilnehmer sind ebenfalls befähigt, Standard-Argumentationen in den Wirtschaftswissenschaften folgen zu können.	
Lehrinhalte	<ul style="list-style-type: none"> • Partialanalyse des Angebots und der Nachfrage sowie entsprechende Marktpreisbildungen bei unterschiedlichen Marktformen (Polypol, Oligopol, Monopol und monopolistische Konkurrenz), • Grundzüge der Haushalts-, Produktions- und Kostentheorie, • Ansätze der Wohlfahrtsökonomik und der Ökonomik des öffentlichen Sektors. 	
Literatur	Die aktuelle Literaturliste wird den Studierenden zu Beginn des Semesters ausgeteilt	
Dozent/in	Lehrveranstaltungen	SWS
s. aktuelles Verzeichnis	VWL I	4
	Modulbezogene Übung	1

Wirtschaftsmathematik

Modulcode	323
Semester	1. Semester
Dauer / Häufigkeit	15 Wochen / einmal jährlich
Art	Pflichtmodul
ECTS-Punkte	6
Student. Arbeitsbelastung in h	180
Kontaktstunden	60 + 15
Selbststudium in Stunden	120 (das Selbststudium beinhaltet auch den Arbeitsaufwand für die modulbezogene Übung als angeleitetes Selbststudium im Umfang von 15 h)
Voraussetzungen für die Teilnahme	keine
Verwendbarkeit	MiH-Studiengang
Prüfungsform / Prüfungsdauer (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)	Klausur
Lehr- und Lernmethoden	Seminaristischer Unterricht, angeleitetes Selbststudium etc.
Modulverantwortliche/r	Dörte Fröhlich
Kompetenzziele	<p>Nach Abschluss des Moduls</p> <ul style="list-style-type: none"> - können die Teilnehmer eine Vielzahl mathematischer Methoden anwenden, - geeignete mathematische Modelle zur Lösung konkreter ökonomischer Probleme auswählen und - die Eignung mathematischer Lösungsverfahren und der Ergebnisse als Entscheidungshilfe bei wirtschaftswissenschaftlichen Fragestellungen beurteilen.
Lehrinhalte	<p>In der Veranstaltung werden folgende drei Schwerpunkte bearbeitet:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Finanzmathematik <ul style="list-style-type: none"> - Zinsrechnung - Rentenrechnung - Tilgungsrechnung 2. Lineare Algebra <ul style="list-style-type: none"> - Vektoren und Matrizen - lineare Gleichungssysteme (Cramer'sche Regel, - Gauß'sches Eliminationsverfahren - lineare Optimierung (graphische Lösung, Simplex-Algorithmus) 3. Analysis <ul style="list-style-type: none"> - Funktionen zur Darstellung und Interpretation wirtschaftlicher Zusammenhänge - Differentialrechnung mit einer und mehreren Variablen - Lösen von ökonomischen Optimierungsproblemen auch unter Nebenbedingungen
Literatur	Die aktuellen Literaturlisten werden den Studierenden zu Beginn des Semesters ausgeteilt

Dozent/in	Lehrveranstaltungen	SWS
s. aktuelles Veranstaltungs- verzeichnis	Wirtschaftsmathematik	4
	Modulbezogene Übung	1

Angewandte Handelsinformatik

Modulcode	324
Semester	2. Semester
Dauer / Häufigkeit	15 Wochen / einmal jährlich
Art	Pflichtmodul
ECTS-Punkte	6
Student. Arbeitsbelastung in h	180
Kontaktstunden	60 + 15
Selbststudium in Stunden	120 (das Selbststudium beinhaltet auch den Arbeitsaufwand für die modulbezogene Übung als angeleitetes Selbststudium im Umfang von 15 h)
Voraussetzungen für die Teilnahme	keine
Verwendbarkeit	MiH
Prüfungsform / Prüfungsdauer (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)	Klausur
Lehr- und Lernmethoden	Seminaristischer Unterricht mit Übungen, angeleitetes Selbststudium, Übungen in Einzel- und Gruppenarbeit
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Harmen Jelten
Kompetenzziele	<p>Durch das erfolgreiche Bestehen dieses Moduls können Studierende:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Aufbau, Funktionsumfang und Einsatzmöglichkeiten betrieblicher Anwendungssysteme erläutern. - die Systemarchitektur von ERP-Systemen (Enterprise-Resource-Planning) am Beispiel SAP beschreiben. - ausgewählte Funktionen (Transaktionen) entlang einer Fallstudie im SAP-System selbstständig anwenden. - die Funktionsweise von Datenbanken beschreiben und einfache Beispiele einer Datenmodellierung lösen - alternative Techniken einer Datenübertragung in Netzwerken (Transportmedien, Protokolle) unterscheiden - die technologischen Grundlagen des Internets (TCP/IP) und Internet-Anwendungen (http, smtp, ...) erläutern.
Lehrinhalte	<ul style="list-style-type: none"> • Technologische und betriebswirtschaftliche Grundlagen von ERP-Systemen, • Marktübersicht und SAP als Marktführer • Architektur des SAP-Systems als Anwendungsbeispiel • Datenbanksysteme und Datenmodellierung • Datenübertragung und Rechnernetze • Internet, TCP/IP und Anwendungen (http, smtp, ...) • Fallstudie zu grundlegenden Prozessen des SAP-Systems.
Literatur	Die aktuellen Literaturlisten werden den Studierenden zu Beginn des Semesters ausgeteilt.

Dozent/in	Lehrveranstaltungen	SWS
s. aktuelles Veranstaltungsverzeichnis	2.4.1 Angewandte Handelsinformatik	2
s. aktuelles Veranstaltungsverzeichnis	2.4.2 Übungen Angewandte Handelsinformatik	2
	Modulbezogene Übung	1

Arbeitsrecht

Modulcode	325	
Semester	2. Semester	
Dauer / Häufigkeit	15 Wochen / einmal jährlich	
Art	Pflichtmodul	
ECTS-Punkte	6	
Student. Arbeitsbelastung in h	180	
Kontaktstunden	60 + 15	
Selbststudium in Stunden	120 (das Selbststudium beinhaltet auch den Arbeitsaufwand für die modulbezogene Übung als angeleitetes Selbststudium im Umfang von 15 h)	
Voraussetzungen für die Teilnahme	keine	
Verwendbarkeit	MIH	
Prüfungsform / Prüfungsdauer (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)	Klausur oder Mündliche Prüfung	
Lehr- und Lernmethoden	Seminaristischer Unterricht, angeleitetes Selbststudium, Übungen in Einzel- und Gruppenarbeit	
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Désirée Kamm	
Kompetenzziele	<p>Grundlagen des Arbeitsrechts</p> <p>Nach Abschluss des Moduls können die Teilnehmer:</p> <ul style="list-style-type: none"> - die Bedeutung der unterschiedlichen Anwendungsgebiete des Arbeitsrechts in der betrieblichen und personalwirtschaftlichen Praxis erfassen - die Methoden des individuellen und kollektiven Arbeitsrechts kompetent nutzen - die Gestaltungsmöglichkeiten des individuellen und kollektiven Arbeitsvertragsrechts in der betrieblichen Praxis umsetzen - betriebliche Regelungen und deren Anforderungen gestalten 	
Lehrinhalte	<ul style="list-style-type: none"> • Rechte und Pflichten der Arbeitsvertragsparteien • Kollektive Interessenwahrnehmung in den Betrieben • Anforderungen an die Personalverantwortlichen • Grundzüge der Konfliktlösungsmechanismen. 	
Literatur	Die aktuellen Literaturlisten werden den Studierenden zu Beginn des Semesters ausgeteilt.	
Dozent/in	Lehrveranstaltungen	SWS
s. aktuelles Verzeichnis	Grundlagen des Arbeitsrechts	4
	Modulbezogene Übung	1

Leistungsfaktoren des Handels

Modulcode	331	
Semester	3. Semester	
Dauer / Häufigkeit	15 Wochen / einmal jährlich	
Art	Pflichtmodul	
ECTS-Punkte	6	
Student. Arbeitsbelastung in h	180	
Kontaktstunden	60 + 15	
Selbststudium in Stunden	120 (das Selbststudium beinhaltet auch den Arbeitsaufwand für die modulbezogene Übung als angeleitetes Selbststudium im Umfang von 15 h)	
Voraussetzungen für die Teilnahme		
Verwendbarkeit	MiH-Studiengang	
Prüfungsform / Prüfungsdauer (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)	Klausur oder Mündliche Prüfung	
Lehr- und Lernmethoden	Seminaristischer Unterricht, Gruppenunterricht, angeleitetes Selbststudium	
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Peter M. Rose	
Kompetenzziele	<p>Nach Abschluss des Moduls können die Teilnehmer</p> <ul style="list-style-type: none"> - Zielsetzungen, Alternativen, Strategien und Instrumente beim Einsatz der Leistungsfaktoren im Handel formulieren, - ausgewählte Methoden und Instrumente beim Einsatz der Leistungsfaktoren im Handel einsetzen und - ausgewählte Analyse- und Planungstätigkeiten auf spezifische Fallsituationen anwenden. 	
Lehrinhalte	<ul style="list-style-type: none"> • Betriebswirtschaftliche Grundkenntnisse bezüglich der spezifischen Leistungsfaktoren und Betriebsformen des Handels unter besonderer Berücksichtigung strategischer und konzeptioneller Überlegungen für die Leistungsfaktoren Standort, Raum, Sachmittel, Ware und Sortiment und Betriebsformen • Anwendung der erlernten Kompetenzen in einem Projekt (Fallstudie). 	
Literatur	Die aktuellen Literaturlisten werden den Studierenden zu Beginn des Semesters ausgeteilt	
Dozent/in	Lehrveranstaltungen	SWS
s. aktuelles Veranstaltungsverzeichnis	Leistungsfaktoren im Handel	2
s. aktuelles Veranstaltungsverzeichnis	Projekt (Fallstudie)	2
	Modulbezogene Übung	1

VWL II

Modulcode	332	
Semester	3. Semester	
Dauer / Häufigkeit	15 Wochen / einmal jährlich	
Art	Pflicht	
ECTS-Punkte	6	
Student. Arbeitsbelastung in h	180	
Kontaktstunden	60 + 15	
Selbststudium in Stunden	120 (das Selbststudium beinhaltet auch den Arbeitsaufwand für die modulbezogene Übung als angeleitetes Selbststudium im Umfang von 15 h)	
Voraussetzungen für die Teilnahme		
Verwendbarkeit	MIH	
Prüfungsform / Prüfungsdauer (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)	Klausur oder Mündliche Prüfung	
Lehr- und Lernmethoden	Seminaristischer Unterricht, Gruppenarbeit, angeleitetes Selbststudium	
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Peter Rose	
Kompetenzziele	Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls kennen die Teilnehmer die Grundbegriffe und -tatbestände der Makroökonomik und sie können die wichtigsten Paradigmen darstellen. Sie haben fundierte Kenntnisse erworben, um die gängigen Methoden und Instrumente der makroökonomischen Modellbildung und Analyse zu verstehen und einzuschätzen sowie diese in einfachen Problemlagen in der Wirtschaftspolitik richtig anzuwenden. Die Teilnehmer sind ebenfalls befähigt, Standard-Argumentationen in den Wirtschaftswissenschaften folgen zu können.	
Lehrinhalte	<ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen der Volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung • Wachstumstheorie • Analyse der makroökonomisch bedeutsamen Märkte • Langfristige realökonomische Betrachtung und • Kurzfristige wirtschaftliche Schwankungen. 	
Literatur	Die aktuelle Literaturliste wird den Studierenden zu Beginn des Semesters ausgeteilt	
Dozent/in	Lehrveranstaltungen	SWS
s. aktuelles Veranzaltungsverzeichnis	VWL II	4
	Modulbezogene Übung	1

Handelscontrolling

Modulcode	333
Semester	3. Semester
Dauer / Häufigkeit	15 Wochen / einmal jährlich
Art	Pflicht
ECTS-Punkte	6
Student. Arbeitsbelastung in h	180
Kontaktstunden	60 + 15
Selbststudium in Stunden	120 (das Selbststudium beinhaltet auch den Arbeitsaufwand für die modulbezogene Übung als angeleitetes Selbststudium im Umfang von 15 h)
Voraussetzungen für die Teilnahme	keine
Verwendbarkeit	MIH
Prüfungsform / Prüfungsdauer (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)	Referat o. Klausur
Lehr- und Lernmethoden	Seminaristischer Unterricht mit Übungen, angeleitetes Selbststudium, Übungen in Einzel- und Gruppenarbeit
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Jürgen Petzold
Kompetenzziele	Nach der erfolgreichem Abschluss dieses Moduls können die Studenten die Attraktivität von Handelsmärkten auf der Basis vorhandener Marktanalysen z. B. mit Hilfe des Modells der Five Forces von Michael Porter analysieren und bewerten, die Wettbewerbsvor- und nachteile eines Handelsunternehmens identifizieren und geeignete Maßnahmen zur Verbesserung der Marktposition formulieren, Sortimentskennzahlen zur Bewertung der Kundenreichweite, Kundenfrequenz, der Warenkorbgröße, der Verbundeffekte sowie des Erfolgsbeitrages von Artikeln und Warengruppen des Sortiments berechnen und zur Beurteilung des Sortiments oder einzelner Warengruppen und Artikel anwenden, Erfolgsbeiträge von Artikeln oder Warengruppen auf der Grundlage von Deckungsbeiträgen unter Berücksichtigung von Verbundeffekten (z.B. Conjoint Profit) berechnen und beurteilen, Kennzahlen zur Beurteilung der Leistung, Qualität und Wirtschaftlichkeit von Geschäftsprozessen im Handel ermitteln und interpretieren.
Lehrinhalte	<ul style="list-style-type: none"> • Aufgaben und Instrumente des strategischen und operativen Handelscontrolling (Portfolio- oder Erfolgsfaktorenanalysen, insb. der Marktattraktivität und der Wettbewerbsvorteile, Deckungsbeitrags- und Performance-Analysen auf der Grundlage aktueller Kennzahlen aus dem Handelscontrolling) • Fallstudien aus der Praxis des Handelscontrollings.
Literatur	Die aktuellen Literaturlisten werden den Studierenden zu Beginn des Semesters ausgeteilt.

Dozent/in	Lehrveranstaltungen	SWS
s. aktuelles Veranstaltungsverzeichnis	3.3.1 Handelscontrolling	2
Dozenten aus Handelsunternehmen	3.3.2 Handelscontrolling – praktische Anwendungen	2
	3.3.3 Modulübung	1

Handelsmarketing

Modulcode	334
-----------	-----

Semester	3. Semester
Dauer / Häufigkeit	15 Wochen / einmal jährlich
Art	Pflichtmodul
ECTS-Punkte	6
Student. Arbeitsbelastung in h	180
Kontaktstunden	60 + 15
Selbststudium in Stunden	120 (das Selbststudium beinhaltet auch den Arbeitsaufwand für die modulbezogene Übung als angeleitetes Selbststudium im Umfang von 15 h)
Voraussetzungen für die Teilnahme	
Verwendbarkeit	MiH-Studiengang
Prüfungsform / Prüfungsdauer (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)	Referat oder Klausur
Lehr- und Lernmethoden	Seminaristischer Unterricht, angeleitetes Selbststudium, Übungen in Einzel- und Gruppenarbeit,
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Astrid Brunken
Kompetenzziele	<ul style="list-style-type: none"> - Nach Abschluss des Moduls können die Teilnehmer die besonderen Gemeinsamkeiten, aber auch Unterschiede des Handelsmarketings zum allgemeinen Marketingansatz benennen; - sie haben einen strukturierten Überblick über die wesentlichen Aufgabenbereiche, Instrumente und Problembereiche des operativen und strategischen Handelsmarketing; - sie können die Wirkungszusammenhänge und Vernetzungen zwischen den einzelnen Marketinginstrumenten verstehen und voraussagen und - aktuelle Problemstellungen aus dem Handelsmarketing erkennen, strukturieren, mit wissenschaftlichen Methoden aufarbeiten, recherchieren und bewerten.
Lehrinhalte	<ul style="list-style-type: none"> • Inhalte, Instrumente und aktuelle Probleme des Handelsmarketing • Strategisches Handelsmarketing (u.a. Marketingziele, Instrumente der strategischen Marketingplanung, strategische Grundkonzeptionen im Handel) • Operative Marketinginstrumente des Handel (u.a. Sortiments- und Servicepolitik, Kontrahierungs-, Kommunikations-, Distributionspolitik, Standortpolitik, Warenpräsentation und Ladengestaltung).
Literatur	Die aktuellen Literaturlisten werden den Studierenden zu Beginn des Semesters ausgeteilt.

Dozent/in	Lehrveranstaltungen	SWS
s. aktuelles Veranstaltungs- verzeichnis	Handelsmarketing	4
	Modulbezogene Übung	1

Handelsprache Englisch I

Modulcode	335
-----------	-----

Semester	3. Semester	
Dauer / Häufigkeit	15 Wochen / einmal jährlich	
Art	Pflichtmodul	
ECTS-Punkte	6	
Student. Arbeitsbelastung in h	180	
Kontaktstunden	60	
Selbststudium in Stunden	120	
Voraussetzungen für die Teilnahme	Eingangsniveau B1.2 nach dem Europäischen Referenzrahmen in Englisch	
Verwendbarkeit	MiH-Studiengang	
Prüfungsform / Prüfungsdauer (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)	Klausur	
Lehr- und Lernmethoden	Sprachunterricht, Präsenzunterricht, Gruppenunterricht, angeleitetes Selbststudium	
Modulverantwortliche/r	Brigitte Plenge-Klein, LfbA	
Kompetenzziele	<p>Nach Abschluss des Moduls verfügen die Teilnehmer über:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Sprachkompetenz in Englisch auf dem Niveau B 2.2 des Europäischen Referenzrahmens - Fachsprachenkompetenz im Bereich International Business, - Erweiterung des Fachwortschatzes in Wirtschaftsenglisch, - Fachkompetenz im Themenkomplex International Business und - interkulturelle Orientierung und Mehrsprachigkeit 	
Lehrinhalte	<p>Das Modul hat drei Kernziele:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Sprachlich – die Weiterentwicklung der gemeinsprachlichen Kompetenz sowie des systematischen Aufbaus der Fachsprachenkompetenz in Wirtschaftsenglisch 2. Inhaltlich – die systematische Einführung in die Grundlagen des International Business (mit Schwerpunkt internationale Handelsbeziehungen) sowie die Vorbereitung auf das Auslandssemester (Erstellung kompetenter Bewerbungsunterlagen) 3. Methodisch – die Anwendung eines integrierten Lehr- und Lernansatzes (Sprache und Inhalt), der Studierende in die Lage versetzt, auf vielfältige Weise interaktiv ihre fachsprachliche Kompetenz bei der Bearbeitung wirtschaftswissenschaftlicher Themenkomplexe in der Zielsprache zu trainieren und weiterzuentwickeln. 	
Literatur	Die aktuellen Literaturlisten werden den Studierenden zu Beginn des Semesters ausgeteilt	
Dozent/in	Lehrveranstaltungen	SWS
s. aktuelles Verzeichnis	Handelssprache Englisch 1	4

Management

Modulcode	341
-----------	-----

Semester	4. Semester	
Dauer / Häufigkeit	15 Wochen / einmal jährlich	
Art	Wahlpflicht	
ECTS-Punkte	6 ECTS	
Student. Arbeitsbelastung in h	180	
Kontaktstunden	60 + 15	
Selbststudium in Stunden	120 (das Selbststudium beinhaltet auch den Arbeitsaufwand für die modulbezogene Übung als angeleitetes Selbststudium im Umfang von 15 h)	
Voraussetzungen für die Teilnahme		
Verwendbarkeit	MiH	
Prüfungsform / Prüfungsdauer (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)	Klausur oder Mündliche Prüfung	
Lehr- und Lernmethoden	Seminaristischer Unterricht, Übung, Gruppenarbeit, angeleitetes Selbststudium	
Modulverantwortliche/r	Dr. Timm Homann	
Kompetenzziele	<p>Nach Abschluss dieser Veranstaltung sehen die Studierenden die enge Verzahnung theoretischer Konzepte mit der Herangehensweise im Managementalltag. Methodenkompetenz und grundlegendes Handwerkszeug wird vertieft und durch gezielte Übungen angewandt. Der Studierende übt sich in der Fähigkeit, eigene Gedanken zu formulieren und allein bzw. in Gruppen zu präsentieren und hinterfragen zu lassen.</p>	
Lehrinhalte	<ul style="list-style-type: none"> • Applikationen von theoretischen Ansätzen auf den Managementalltag • „KPI und Kennzifferncockpit“, „Strategisches Wachstum“, „Internationalisierungstendenzen im Handel“ und „Leadership“ • Übung (Case Study). 	
Literatur	Abstracts werden im Laufe des Semesters bereitgestellt	
Dozent/in	Lehrveranstaltungen	SWS
s. aktuelles Verzeichnis	Handelsmanagement	4
	Modulbezogene Übung	1

Finanzwirtschaft

Modulcode	342
-----------	-----

Semester	4. Semester	
Dauer / Häufigkeit	15 Wochen / einmal jährlich	
Art	Pflichtmodul	
ECTS-Punkte	6	
Student. Arbeitsbelastung in h	180	
Kontaktstunden	60 + 15	
Selbststudium in Stunden	120 (das Selbststudium beinhaltet auch den Arbeitsaufwand für die modulbezogene Übung als angeleitetes Selbststudium im Umfang von 15 h)	
Voraussetzungen für die Teilnahme	keine	
Verwendbarkeit	MIH-Studiengang	
Prüfungsform / Prüfungsdauer (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)	Klausur	
Lehr- und Lernmethoden	Seminaristischer Unterricht, angeleitetes Selbststudium	
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Peter Laudi	
Kompetenzziele	<p>Nach Abschluss des Moduls können die Teilnehmer:</p> <ul style="list-style-type: none"> - die Anforderungen der Finanzwirtschaft als Teil der Unternehmensführung benennen und wesentliche Aspekte unterscheiden - Methoden der Finanzwirtschaft beschreiben und anwenden - Vorgehensweisen und grundlegende Lösungsansätze im Rahmen von Investitions- und Finanzierungsentscheidungen für die Unternehmensführung entwickeln. 	
Lehrinhalte	<ul style="list-style-type: none"> • Investitionsentscheidungen bei Sicherheit / bei Unsicherheit • Außenfinanzierungsentscheidungen • Innenfinanzierungsentscheidungen • Sonderformen von Finanzierungsentscheidungen. 	
Literatur	Die aktuellen Literaturlisten werden den Studierenden zu Beginn des Semesters ausgeteilt	
Dozent/in	Lehrveranstaltungen	SWS
s. aktuelles Veranstaltungsverzeichnis	Finanzwirtschaft	4
	Modulbezogene Übung	1

Marktforschung

Modulcode	343
-----------	-----

Semester	4. Semester
Dauer / Häufigkeit	15 Wochen / einmal jährlich
Art	Pflichtmodul
ECTS-Punkte	6
Student. Arbeitsbelastung in h	180
Kontaktstunden	60 + 15
Selbststudium in Stunden	120 (das Selbststudium beinhaltet auch den Arbeitsaufwand für die modulbezogene Übung als angeleitetes Selbststudium im Umfang von 15 h)
Voraussetzungen für die Teilnahme	Statistik-Grundkenntnisse
Verwendbarkeit	MiH-Studiengang
Prüfungsform / Prüfungsdauer (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)	Projektarbeit oder Klausur
Lehr- und Lernmethoden	Projektstudium, angeleitetes Selbststudium, Gruppenarbeit
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Astrid Brunken
Kompetenzziele	<p>Nach Abschluss des Moduls können die Teilnehmer:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Methoden der Marktforschung kennen, unterscheiden, bewerten und anwenden, - geeignete Informationsgewinnungs- und Auswertungsmethoden für eine konkrete Marktforschungsaufgabe auswählen, - eine konkrete Marktforschungsaufgabe hinsichtlich des Untersuchungsdesigns, der zeitlichen und organisatorischen Gestaltung planen, - Statistikenkenntnisse auf konkretes Datenmaterial anwenden und - Marktforschungsergebnisse sinnvoll interpretieren, einen Abschlussbericht verfassen und professionell präsentieren.
Lehrinhalte	<ul style="list-style-type: none"> • Methodische und wissenschaftliche Grundlagen der Marktforschung (u.a. wissenschaftstheoretische Grundlagen, Messtheorie, Forschungsplanung und -strategie) • Auswahlverfahren (u.a. Repräsentanzproblematik, Verfahren der Zufallsauswahl und der bewussten Auswahl, Stichprobengröße, Zufallsfehler) • Methoden der Datengewinnung (Informationsquellen, Befragungsarten, Fragetechniken, Skalierungstechniken, Codierung, Fehlertendenzen, Beobachtung, Experiment) • Methoden der Datenauswertung (univariate, bivariate, multivariate Auswertungsverfahren) • Ausgewählte Anwendungsbereiche der Marktforschung • Aktuelles Thema aus dem Forschungszusammenhang als Marktforschungsaufgabe.

Literatur	Die aktuellen Literaturlisten werden den Studierenden zu Beginn des Semesters ausgeteilt.	
Dozent/in	Lehrveranstaltungen	SWS
s. aktuelles Veranstaltungsverzeichnis	Marktforschung	4
	Modulbezogene Übung	1

Personalmanagement und Qualifizierung

Modulcode	344
-----------	-----

Semester	4. Semester	
Dauer / Häufigkeit	15 Wochen / einmal jährlich	
Art	Pflichtmodul	
ECTS-Punkte	6	
Student. Arbeitsbelastung in h	180	
Kontaktstunden	60 + 15	
Selbststudium in Stunden	120 (das Selbststudium beinhaltet auch den Arbeitsaufwand für die modulbezogene Übung als angeleitetes Selbststudium im Umfang von 15 h)	
Voraussetzungen für die Teilnahme	keine	
Verwendbarkeit	MIH-Studiengang	
Prüfungsform / Prüfungsdauer (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)	1. Referat oder Hausarbeit, 2. Referat oder Hausarbeit	
Lehr- und Lernmethoden	Seminaristischer Unterricht, angeleitetes Selbststudium	
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Joachim Freimuth	
Kompetenzziele	Zusammen mit einem Zusatzangebot und einem Selbststudiumsanteil dient das Seminar auch der Vorbereitung auf die Ausbildereignungs-Prüfung.	
Lehrinhalte	<ul style="list-style-type: none"> • Personalmanagement, Personalbestandsanalyse, Personalbedarfsbestimmung einschließlich Personalveränderung, • Personaleinsatz und Personalführung. • Berufsausbildung in Deutschland • Das duale System der Berufsausbildung nach BBiG/HwO • Der Ausbildungsstellenmarkt • Die Finanzierung der Ausbildung 	
Literatur	Die aktuellen Literaturlisten werden den Studierenden zu Beginn des Semesters ausgeteilt	
Dozent/in	Lehrveranstaltungen	SWS
s. aktuelles Veranstaltungsverzeichnis	Personalmanagement	2
s. aktuelles Veranstaltungsverzeichnis	Qualifizierung	2
	Modulbezogene Übung	1

Handelsprache Englisch II

Modulcode	345
-----------	-----

Semester	4. Semester
Dauer / Häufigkeit	15 Wochen / einmal jährlich
Art	Pflichtmodul
ECTS-Punkte	6
Student. Arbeitsbelastung in h	180
Kontaktstunden	60
Selbststudium in Stunden	120
Voraussetzungen für die Teilnahme	Eingangsniveau B1.2 nach dem Europäischen Referenzrahmen in Englisch
Verwendbarkeit	MiH-Studiengang
Prüfungsform / Prüfungsdauer (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)	Mündliche Prüfung
Lehr- und Lernmethoden	Sprachunterricht, Präsenzstudium, Gruppenunterricht
Modulverantwortliche/r	Brigitte Plenge-Klein, LfBA

Kompetenzziele	<p>Nach Abschluss des Moduls verfügen die Teilnehmer über:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Sprachkompetenz in Englisch auf dem Niveau C1 des Europäischen Referenzrahmens, - Fachsprachenkompetenz erreicht im Umgang mit komplexen Texten zu allgemeinen und aktuellen internationalen wirtschaftswissenschaftlichen Fragen, - Methodenkompetenz entwickelt in Gruppenarbeit, Selbststudium und im interaktiven Unterrichtsgespräch
----------------	--

Lehrinhalte	<p>Das Modul hat drei Kernziele:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 1. Sprachlich – Vertiefung der Fachsprache Wirtschaftsenglisch, - 2. Inhaltlich – erweiterte Kenntnisse des internationalen Wirtschaftslebens sowie Grundlagen des Cross-Cultural-Managements in der Zielsprache und Vorbereitung auf das Auslandssemester (Schwerpunkt interkulturelle Kompetenz), - 3. Methodisch – Erarbeitung und Präsentation von Fallstudien. Aktuelle Themen sollen eigenständig als Diskussionsgrundlage erarbeitet und präsentiert werden.
-------------	--

Literatur	Die aktuellen Literaturlisten werden den Studierenden zu Beginn des Semesters ausgeteilt
-----------	--

Dozent/in	Lehrveranstaltungen	SWS
s. aktuelles Verzeichnis	Handelsprache Englisch II	4

Praxisvorbereitung

Modulcode	351
-----------	-----

Semester	5. Semester
Dauer / Häufigkeit	15 Wochen / einmal jährlich
Art	Pflichtmodul
ECTS-Punkte	6
Student. Arbeitsbelastung in h	180
Kontaktstunden	60 + 15
Selbststudium in Stunden	120 (das Selbststudium beinhaltet auch den Arbeitsaufwand für die modulbezogene Übung als angeleitetes Selbststudium im Umfang von 15 h)
Voraussetzungen für die Teilnahme	keine
Verwendbarkeit	MIH-Studiengang
Prüfungsform / Prüfungsdauer (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)	Studienleistung
Lehr- und Lernmethoden	Seminar, Gruppenunterricht, angeleitetes Selbststudium
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Peter M. Rose
Kompetenzziele	<p>Nach Abschluss des Moduls haben die Teilnehmer</p> <ul style="list-style-type: none"> - Kenntnisse der Besonderheiten anderer Unternehmens- und Landeskulturen , - Kenntnisse in den wichtigsten in einem Praktikum einzusetzenden Verhaltensweisen und können diese auf spezifische Situationen anwenden und - können diese Methoden selbstständig auswählen und ziel führend praktisch anwenden.
Lehrinhalte	<ul style="list-style-type: none"> • Spezifische Verhaltensmuster und kulturell bedingte Unterschiede von und gegenüber Praktikanten • Erkenntnisse und Erfahrungen aus früheren Praktika der Studierenden • Vorträge zu handelsspezifischen Themen durch Referenten von Handels- und handelsorientierten Unternehmen im Rahmen von Ringvorlesungen. <p>In der modulbezogenen Übung werden die gewonnenen Erkenntnisse in praktischen Fragestellungen und mit geeigneten didaktischen Mitteln (bspw. Videoaufzeichnungen, Rollenspiele) angewendet.</p>
Literatur	Die aktuellen Literaturlisten werden den Studierenden zu Beginn des Semesters ausgeteilt

Dozent/in	Lehrveranstaltungen	SWS
Prof. Dr. Peter M. Rose und Referenten aus Handels- und handelsorientierten Unternehmen	Praxisvorbereitung	4
	Modulbezogene Übung	1

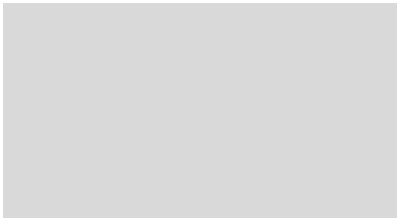
Praxisnachbereitung

Modulcode	355	
Semester	5. Semester	
Dauer / Häufigkeit	15 Wochen / einmal jährlich	
Art	Pflichtmodul	
ECTS-Punkte	6	
Student. Arbeitsbelastung in h	180	
Kontaktstunden	60 + 15	
Selbststudium in Stunden	120 (das Selbststudium beinhaltet auch den Arbeitsaufwand für die modulbezogene Übung als angeleitetes Selbststudium im Umfang von 15 h)	
Voraussetzungen für die Teilnahme	keine	
Verwendbarkeit	MiH-Studiengang	
Prüfungsform / Prüfungsdauer (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)	Praxisbericht	
Lehr- und Lernmethoden	Seminar, Gruppenunterricht, angeleitetes Selbststudium	
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Peter M. Rose	
Kompetenzziele	<p>Nach Abschluss des Moduls können die Teilnehmer</p> <ul style="list-style-type: none"> - ihre Praxiserfahrungen analysieren und bewerten, - das gewonnene Wissen in ihre Arbeits- und Lebenszusammenhänge einfließen lassen und - ihre kulturelle Kompetenz ausbauen. 	
Lehrinhalte	<ul style="list-style-type: none"> • Präsentation der Praxisberichte • Diskussion und Auswertung der Erfahrungen • Ggf. Aufarbeitung eines Kontra-'Kulturschocks' • Transfer der Erfahrungen an Lehrende u. spätere Semester. <p>In der modulbezogenen Übung werden die gewonnenen Erkenntnisse in praktischen Fragestellungen und mit geeigneten didaktischen Mitteln (bspw. Videoaufzeichnungen, Rollenspiele) angewendet.</p>	
Literatur	Die aktuellen Literaturlisten werden den Studierenden zu Beginn des Semesters ausgeteilt	
Dozent/in	Lehrveranstaltungen	SWS
Prof. Dr. Peter M. Rose und Referenten aus Handels- und handelsorientierten Unternehmen	Praxisnachbereitung	4
Prof. Dr. Peter M. Rose	Modulbezogene Übung	1

Distributionssysteme

Modulcode	361
-----------	-----

Semester	6. Semester
Dauer / Häufigkeit	15 Wochen / einmal jährlich
Art	Pflichtmodul
ECTS-Punkte	6
Student. Arbeitsbelastung in h	180
Kontaktstunden	60 + 15
Selbststudium in Stunden	120 (das Selbststudium beinhaltet auch den Arbeitsaufwand für die modulbezogene Übung als angeleitetes Selbststudium im Umfang von 15 h)
Voraussetzungen für die Teilnahme	
Verwendbarkeit	MiH
Prüfungsform / Prüfungsdauer (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)	Klausur oder Referat
Lehr- und Lernmethoden	Seminaristischer Unterricht, angeleitetes Selbststudium, Übungen in Einzel- und Gruppenarbeit
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Harmen Jelten
Kompetenzziele	<p>Durch das erfolgreiche Bestehen dieses Moduls können Studierende:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Zielsetzungen , Alternativen, Strategien und Instrumente der Distributionspolitik ableiten, - Die wichtigsten einzusetzenden Methoden und Instrumente und ausgewählte Analyse- und Planungstätigkeiten auf spezifische Fallsituationen anwenden, - eine technische und betriebswirtschaftliche Einordnung der handelspezifischen Version des SAP-Systems (SAP for Retail) vornehmen, - die konkrete Implementierung grundlegender Handelsprozesse im System erläutern. - ausgewählte Funktionen (Transaktionen) entlang einer durchgehenden Fallstudie im System selbstständig anwenden. - das Prinzip der Prozesssteuerung im SAP-System via Customizing verstehen.
Lehrinhalte	<ul style="list-style-type: none"> • Absatzwege und Vertriebsformen • Kooperationsformen • Vertriebsstrategien • Konsum- und Investitionsgüterdistribution • Integrierte Wertschöpfungsnetze • Warenwirtschaftssysteme • Direkte Produktrentabilität • Fallstudie SAP for Retail : Einblick in grundlegende Prozesse der handelspezifischen IT-Lösung SAP for Retail. Themen



wie Betriebe, Verteilzentren, Filialen und -strukturen, Geschäftspartner, Stammdaten zur Sortimentsgestaltung, Listung und Listungsverfahren, Preisfindung, Handelskalkulation, Dispositionsverfahren, Bestellwesen und alternative Distributionsprozesse werden erläutert und sind in Einzelarbeit am System zu lösen.

Literatur

Die aktuellen Literaturlisten werden den Studierenden zu Beginn des Semesters ausgeteilt.

Dozent/in	Lehrveranstaltungen	SWS
s. aktuelles Veranstaltungsverzeichnis	361-1 Distributionssysteme, Grundlagen	2
s. aktuelles Veranstaltungsverzeichnis	361-2 Distributionssysteme, Fallstudie SAP for Retail	2
	361-1 MÜ Modulbezogene Übung	0,5
	361-2 MÜ Modulbezogene Übung	0,5

Verkaufsmanagement

Modulcode	362
-----------	-----

Semester	6. Semester
Dauer / Häufigkeit	15 Termine
Art	Pflichtmodul
ECTS-Punkte	6
Student. Arbeitsbelastung in h	180 Semesterwochenstunde
Kontaktstunden	60 + 15
Selbststudium in Stunden	120 (das Selbststudium beinhaltet auch den Arbeitsaufwand für die modulbezogene Übung als angeleitetes Selbststudium im Umfang von 15 h)
Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine
Verwendbarkeit	MIH-Studiengang
Prüfungsform / Prüfungsdauer (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)	Klausur oder Referat
Lehr- und Lernmethoden	Seminar, angeleitetes Selbststudium etc.
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Peter M. Rose
Kompetenzziele	Nach Abschluss des Semesters sind die Studierenden in der Lage: <ul style="list-style-type: none"> - Ganzheitlich das Projektmanagement im Rahmen des Verkaufsmanagement einzusetzen - Eigenständig Ziele zu benennen, diese messbar zu gestalten - Eine abgestimmte Vorgehensweise zu planen und durch geeignete Verfahren transparent darzustellen - Eine Zeit- bzw. Ressourcenplanung aufzubauen - Ein geeignetes Controlling aufzubauen
Lehrinhalte	<ul style="list-style-type: none"> • Ganzheitliche Planungs- und Umsetzungsmethodik, um strategische sowie konzeptionelle Ziele des Verkaufsmanagement zu erreichen • Projektmanagement als methodischer Ansatz
Literatur	Die aktuellen Literaturlisten werden den Studierenden zu Beginn des Semesters ausgeteilt

Dozent/in	Lehrveranstaltungen	SWS
s. aktuelles Verzeichnis	Verkaufs- / Projektmanagement	4
	Modulbezogene Übung	1

Kundenbindungsmanagement

Modulcode	363
-----------	-----

Semester	6. Semester
Dauer / Häufigkeit	5 Termine
Art	Pflichtmodul
ECTS-Punkte	6
Student. Arbeitsbelastung in h	180
Kontaktstunden	60 + 15
Selbststudium in Stunden	120 (das Selbststudium beinhaltet auch den Arbeitsaufwand für die modulbezogene Übung als angeleitetes Selbststudium im Umfang von 15 h)
Voraussetzungen für die Teilnahme	
Verwendbarkeit	MIH-Studiengang
Prüfungsform / Prüfungsdauer (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)	Hausarbeit oder mündliche Prüfung
Lehr- und Lernmethoden	Seminaristischer Unterricht, Gruppenunterricht, angeleitetes Selbststudium
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Peter M. Rose
Kompetenzziele	<ul style="list-style-type: none"> - Nach Abschluss des Moduls besitzen die Teilnehmer Grundkenntnisse in Organisation, im strategischen und operativen Management und bzgl. des Zielsystems in Handelsunternehmen sowie - Grundkenntnisse in der systematischen Analyse, Planung, Durchführung und Kontrolle sämtlicher auf den aktuellen Kundenstamm gerichteten Maßnahmen, - Die Teilnehmer können instrumentelle Maßnahmen im Kundenbindungsmanagement in konkreten Marktsituationen und geeignete Informationsbeschaffungsmaßnahmen in konkreten Marktsituationen bzw. bei konkreten Rahmenbedingungen durchführen und - Untersuchungsergebnisse als Entscheidungsgrundlage für die Durchführung eines effektiven und effizienten Kundenbindungsmanagements heranziehen.
Lehrinhalte	<ul style="list-style-type: none"> • Konzeptionelle Grundlagen zur Kundenzufriedenheit, Kundenloyalität und Kundenbindung • Externe und interne Methoden zur Messung der Kundenzufriedenheit • Kundenbindungsinstrumente und deren Eignung • Aufbau eines CRM-Systems • Projekt (Fallstudie) zur Anwendung der erlernten Kompetenzen.
Literatur	Die aktuellen Literaturlisten werden den Studierenden zu Beginn des Semesters ausgeteilt.

Dozent/in	Lehrveranstaltungen	SWS
s. aktuelles Veranstaltungsverzeichnis	Kundenbindungsmanagement (Grundlagen)	2
s. aktuelles Veranstaltungsverzeichnis	Kundenbindungsmanagement (Fallstudie)	2
	Modulbezogene Übung	1

Internationaler Handel

Modulcode	364
-----------	-----

Semester	6. Semester
Dauer / Häufigkeit	15 Wochen / einmal jährlich
Art	Pflicht / Wahlpflicht
ECTS-Punkte	6
Student. Arbeitsbelastung in h	180
Kontaktstunden	60 + 15
Selbststudium in Stunden	120 (das Selbststudium beinhaltet auch den Arbeitsaufwand für die modulbezogene Übung als angeleitetes Selbststudium im Umfang von 15 h)
Voraussetzungen für die Teilnahme	keine
Verwendbarkeit	MiH-Studiengang
Prüfungsform / Prüfungsdauer (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)	Klausur oder Referat
Lehr- und Lernmethoden	Seminaristischer Unterricht, angeleitetes Selbststudium
Modulverantwortliche	Prof. Dr. Ulrich Wittig
Kompetenzziele	<p>I. Mikro- und makroökonomische Grundlagen des internationalen Handels:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ökonomische Analysemethoden auf den internationalen Handel anwenden und für die Managementpraxis fruchtbar machen • Ausmaß, Struktur und Besonderheiten internationaler Handelsströme sowie Grundlagen der Welthandelspolitik kennen und erworbene Kenntnisse aktiv umsetzen • Potentiale und Konfliktfelder im internationalen Handel erkennen und proaktiv angehen • Politische Ökonomik des internationalen Handels erfassen und für eigene Strategien nutzbar machen <p>II. Internationales Handelsmarketing:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Identifizieren und Untersuchen der externen Faktoren, die auf die Marketingleistung von internationalen Unternehmen einwirken, Beurteilen von Länderdifferenzen • Identifizieren von Datenquellen und Anwenden von Marktforschungsmethoden in Bezug auf Kunden, Handel und Wettbewerb in einem internationalem Zusammenhang • Auswählen u. Anwenden von Marktsegmentationstechniken • Planen, Anwenden und Gebrauch von Techniken und Instrumenten zur Länderevaluierung und Länderrisiken und Bewertung der geeigneten Markteintrittsstrategie • Interpretieren der Auswirkungen unterschiedlicher Umwelaspekte von Marketingentscheidungen, insbesondere den kulturellen Einfluss auf Marketingpläne und den Einsatz individueller Marketing-Mix Instrumente

Lehrinhalte	<p>Mikro- und makroökonomische Grundlagen des internationalen Handels</p> <ol style="list-style-type: none"> 1 Bedeutung, Struktur und Besonderheiten internationaler Handelsströme 2 Potentiale internationalen Handels: Effizienz- und Wohlfahrtswirkungen <ol style="list-style-type: none"> a) Absolute und komparative Kostenvorteile b) Skalenerträge, Massenproduktion und Produktdifferenzierung 3 Risiken und politische Ökonomik internationalen Handels: Verteilungswirkungen <ol style="list-style-type: none"> a) Potentielle Gewinner und Verlierer b) Protektionismus, Interessenvertretung und Lobbyarbeit 4 Entwicklung internationaler Handelspolitik und der Finanzmärkte <p>Internationales Handelsmarketing:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Besonderheiten der internationalen Marktbearbeitung, Globale Strategien 2. Internationale Industrie-, Unternehmens- und Marketingorganisation und Marketingkonzepte 3. Strategische Optionen der Internationalisierung <ol style="list-style-type: none"> a) Grundtypen internationaler Marktbearbeitung b) Internationale und Intranationale Marktselektion c) Markteintrittsstrategien 4. Internationales Marketing-Mix Management <ol style="list-style-type: none"> a) Internationale Produktpolitik b) Internationale Preispolitik c) Internationale Distributionspolitik d) Internationale Kommunikationspolitik 	
Literatur	Die aktuellen Literaturlisten werden den Studierenden zu Beginn des Semesters ausgeteilt.	
Dozent/in	Lehrveranstaltungen	SWS
s. aktuelles Verzeichnis	Grundlagen des internationalen Handels	2
	Modulbezogene Übung	1
s. aktuelles Verzeichnis	Internationales Handelsmarketing	2

Bachelorprojekt

Modulcode	365
-----------	-----

Semester	6. Semester
Dauer / Häufigkeit	15 Wochen
Art	Pflichtmodul
ECTS-Punkte	6
Student. Arbeitsbelastung in h	180 h
Kontaktstunden	60 h + 15 h
Selbststudium in Stunden	120 h (einschl. Arbeitsaufwand für die modulbezogene Übung als angeleitetes Selbststudium im Umfang von 15 h)
Voraussetzungen für die Teilnahme	keine
Verwendbarkeit	alle Studiengänge
Prüfungsform / Prüfungs-dauer (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)	Projektbericht
Lehr- und Lernmethoden	Projektstudium, angeleitetes Selbststudium
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Peter M. Rose
Kompetenzziele	<p>Die Studierenden sind in der Lage, ihre Abschlussarbeit (Bachelorthesis) vorzubereiten. Insbesondere können sie</p> <ul style="list-style-type: none"> • ein geeignetes Thema identifizieren und unter Einbeziehung der Erfahrungen aus der praktischen Studienphase abgrenzen, • ggf. geeignete Praxiskontakte anbahnen bzw. aktivieren, insbesondere zur Themenabstimmung und zur Organisation der Rahmenbedingungen, • die Durchführbarkeit (Datenverfügbarkeit, Ressourcen) überprüfen, • sich mit den wissenschaftlichen Forschungsmethoden auseinandersetzen, die für das Thema der Thesis von besonderer Relevanz sind, • ein Exposé erarbeiten, das Aufschluss über Problemstellung, Gang der Untersuchung, Grobstruktur, eingesetzte Methoden sowie angestrebte Ergebnisse der Thesis gibt.
Lehrinhalte	<ul style="list-style-type: none"> • Vertiefung der in den vorhergehenden Studienjahren gewonnenen Kompetenzen im Umgang mit wissenschaftlichem Arbeiten und der eigenen Erstellung wissenschaftlicher Arbeiten und Präsentationen • Vorbereitung der Bachelorthesis • Strukturierung und Darstellung des Prozesses der Erarbeitung der konkret geplanten Bachelorthesis. <p>In der modulbezogenen Übung werden im angeleiteten Selbststudium die gewonnenen Erkenntnisse vertieft - bspw. anhand von Best-Practise- bzw. misslungenen Beispielen wissenschaftlichen Arbeitens und durch intensiven Austausch über wiss. Recherchemethoden.</p>
Literatur	Leitfäden zum wiss. Arbeiten

Dozent/in	Lehrveranstaltungen	SWS
s. aktuelles Veranstaltungs- verzeichnis	Bachelorprojekt	4
	Modulbezogene Übung	1

Besondere Handelsformen

Modulcode	371	
Semester	7. Semester	
Dauer / Häufigkeit	15 Wochen / einmal jährlich	
Art	Pflichtmodul	
ECTS-Punkte	6	
Student. Arbeitsbelastung in h	180	
Kontaktstunden	60 + 15	
Selbststudium in Stunden	120 (das Selbststudium beinhaltet auch den Arbeitsaufwand für die modulbezogene Übung als angeleitetes Selbststudium im Umfang von 15 h)	
Voraussetzungen für die Teilnahme	Handelsmarketing	
Verwendbarkeit	MiH-Studiengang	
Prüfungsform / Prüfungsdauer (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)	Hausarbeit	
Lehr- und Lernmethoden	Seminar, angeleitetes Selbststudium, Einzel- und Gruppenarbeit	
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Peter M. Rose	
Kompetenzziele	Nach Abschluss des Moduls können Teilnehmer sich im Bereich E-Commerce und Handel aus Unternehmens- und Betreiber-Sicht sicher bewegen. Sie kennen Konzepte und Techniken des E-Commerce, können die Chancen und Risiken für Unternehmen und Konsumenten beurteilen, beherrschen in Grundzügen ausgewählte wichtige Instrumente des E-Commerce und können die internationale Dimension des Einsatz neuer Techniken einschätzen.	
Lehrinhalte	<ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen von E-Commerce- und Versandhandel • Chancen und Risiken im Umgang mit den neuen Medien • Handel im Internet • Suchmaschinen Optimierung • E-Commerce als Globalisierungstool (Internationale Betrachtung und Kulturelle Unterschiede) • Projekt (Fallstudie) zur Anwendung der erlernten Kompetenzen 	
Literatur	Die aktuellen Literaturlisten werden den Studierenden zu Beginn des Semesters ausgeteilt.	
Dozent/in	Lehrveranstaltungen	SWS
s. aktuelles Verzeichnis	Versandhandel	2
s. aktuelles Verzeichnis	E-Commerce (Fallstudie)	2
	Modulbezogene Übung	1

Werbung und Werbepsychologie

Modulcode	372
-----------	-----

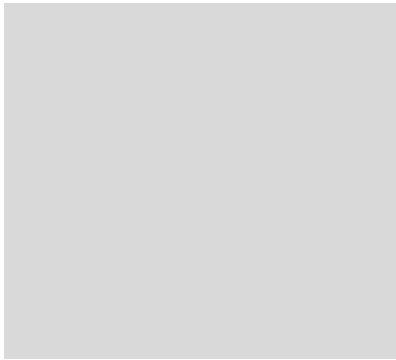
Semester	7. Semester
Dauer / Häufigkeit	15 Wochen / einmal jährlich
Art	Pflichtmodul
ECTS-Punkte	6
Student. Arbeitsbelastung in h	180
Kontaktstunden	60 + 15
Selbststudium in Stunden	120 (das Selbststudium beinhaltet auch den Arbeitsaufwand für die modulbezogene Übung als angeleitetes Selbststudium im Umfang von 15 h)
Voraussetzungen für die Teilnahme	Handelsmarketing
Verwendbarkeit	MiH-Studiengang
Prüfungsform / Prüfungsdauer (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)	Hausarbeit oder Referat
Lehr- und Lernmethoden	Seminaristischer Unterricht, angeleitetes Selbststudium, Einzel- und Gruppenarbeit
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Astrid Brunken
Kompetenzziele	<p>Nach Abschluss des Moduls können die Teilnehmer</p> <ul style="list-style-type: none"> - die wichtigsten Kommunikationsmodelle sowie grundlegenden psychologischen Modelle des Konsumentenverhaltens beschreiben und erläutern, - die wichtigsten psychologischen Fachbegriffe und Konzepte unterscheiden, - die Einflussgrößen der Werbewirkung beschreiben und die Wirksamkeit von Werbung und Werbekonzepten differenziert anhand der verschiedenen psychologischen Erklärungsmodelle beurteilen, - die verschiedenen Erscheinungsformen der Werbung benennen, erläutern und kritisch hinterfragen, - aktuelle Problemfelder der Werbung identifizieren und differenziert beurteilen und - methodische Kenntnisse der Werbeplanung und -durchführung sowie der Mediaplanung anwenden.
Lehrinhalte	<ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen der psychologischen Wirkung von Werbung als ein zentrales Instrument des Handelsmarketings • Methodenwissen hinsichtlich der Werbeplanung, -gestaltung und -durchführung • Kommunikationstheorie und Kommunikationsmodelle und -formen • Merkmale der Werbung • Werbeerfolgsmessung
Literatur	Die aktuellen Literaturlisten werden den Studierenden zu Beginn des Semesters ausgeteilt.

Dozent/in	Lehrveranstaltungen	SWS
s. aktuelles Veranstaltungs- verzeichnis	Werbung und Werbepsychologie	4
	Modulbezogene Übung	1

Logistik

Modulcode	373
-----------	-----

Semester	7. Semester
Dauer / Häufigkeit	15 Wochen / einmal jährlich
Art	Pflichtmodul
ECTS-Punkte	6
Student. Arbeitsbelastung in h	180
Kontaktstunden	60 + 15
Selbststudium in Stunden	120 (das Selbststudium beinhaltet auch den Arbeitsaufwand für die modulbezogene Übung als angeleitetes Selbststudium im Umfang von 15 h)
Voraussetzungen für die Teilnahme	keine
Verwendbarkeit	MIH-Studiengang
Prüfungsform / Prüfungsdauer (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)	Klausur oder Mündliche Prüfung
Lehr- und Lernmethoden	Seminar, Gruppenarbeit, angeleitetes Selbststudium
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Jan Dethloff
Kompetenzziele	<p>Nach Abschluss des Moduls haben die Teilnehmer</p> <ul style="list-style-type: none"> - fachliche Kenntnisse über Logistik als Querschnittsfunktion im Unternehmen, über die Bedeutung der Logistik für den Unternehmenserfolg, über die Komponenten logistischer Prozesse; - die Fertigkeit, strategische und operative Entscheidungen der Logistik mit Hilfe geeigneter Planungsmethoden treffen zu können, - Kenntnisse über den Strukturierungsprozess als Grundlage rationaler Entscheidungen, - Verständnis für den Zusammenhang zwischen verschiedenen Entscheidungssituationen; - die Fähigkeit, betriebswirtschaftliche Entscheidungsprobleme als mathematisches Modell zu formulieren sowie geeignete Lösungsverfahren auszuwählen, um sie auf unterschiedliche Problemstellungen anzuwenden bzw. ggf. zu übertragen.
Lehrinhalte	<ul style="list-style-type: none"> • Einführung in die Logistik • Einführende Case Studies zu: Transportplanung, • Tourenplanung, Standortplanung, Outsourcing • Lineare und gemischt-ganzzahligen Optimierung • Logistikdienstleister • Design von Logistiknetzwerken • Standortplanung (Standortfaktoren im internationalen Umfeld, Methoden der Standortwahl) • Lagerhaltung (Überblick, Lagerhaltungspolitiken im deterministischen Fall) • Innerbetriebliche Logistik (Lagersysteme)



- Kommissioniersysteme, Layoutplanung)
- Transportprobleme (Entscheidungssituation, Eröffnungs- und Verbesserungsverfahren)
- Tourenplanung (Entscheidungssituation, Lösungsverfahren)
- Supply Chain Management (Einführung, Produktions-Distributions-Simulationsspiel, Optimierungsansätze)
- Kooperative Ansätze in der Logistik
- Softwareworkshop zur Optimierung betrieblicher Entscheidungen am Beispiel der Logistik.

Literatur

Die aktuellen Literaturlisten werden den Studierenden zu Beginn des Semesters ausgeteilt

Dozent/in	Lehrveranstaltungen	SWS
s. aktuelles Veranstaltungsverzeichnis	Logistik	4
	Modulbezogene Übung	1

Marketingrecht

Modulcode	374
-----------	-----

Semester	7. Semester
Dauer / Häufigkeit	15 Wochen / einmal jährlich
Art	Pflichtmodul
ECTS-Punkte	6
Student. Arbeitsbelastung in h	180
Kontaktstunden	60 + 15
Selbststudium in Stunden	120 (das Selbststudium beinhaltet auch den Arbeitsaufwand für die modulbezogene Übung als angeleitetes Selbststudium im Umfang von 15 h)
Voraussetzungen für die Teilnahme	
Verwendbarkeit	MIH-Studiengang
Prüfungsform / Prüfungsdauer (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)	Klausur oder Mündliche Prüfung
Lehr- und Lernmethoden	Seminar, angeleitetes Selbststudium
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Peter Sobich
Kompetenzziele	Nach Abschluss des Moduls verfügen die Teilnehmer über <ul style="list-style-type: none"> - Die Fähigkeit, rechtliche Probleme in der betrieblichen Praxis zu erkennen und - einfache Rechtsfragen selbständig zu klären.
Lehrinhalte	<ul style="list-style-type: none"> • Verbraucherschutzrecht Wettbewerbsrecht • Allgemeine Geschäftsbedingungen • Besondere Vertriebsformen (Haustürgeschäfte, Fernabsatzverträge Elektronischer Geschäftsverkehr) • Verbraucherverträge • Produkthaftung • Wettbewerbsrecht • Fallgruppen des UWG • Wettbewerbsprozessrecht und • ausgewählte Problem des GWB
Literatur	Die aktuellen Literaturlisten werden den Studierenden zu Beginn des Semesters ausgeteilt

Dozent/in	Lehrveranstaltungen	SWS
s. aktuelles Veranstaltungsverzeichnis	Marketingrecht	4
	Modulbezogene Übung	1

Bachelorthesis

Modulcode	375
-----------	-----

Semester	7. Semester
Dauer / Häufigkeit	z. B. 15 Wochen / einmal jährlich
Art	Pflichtmodul
ECTS-Punkte	6
Student. Arbeitsbelastung in h	180
Kontaktstunden	60
Selbststudium in Stunden	120
Voraussetzungen für die Teilnahme	150 ECTS-Punkte
Verwendbarkeit	MiH-Studiengang
Prüfungsform / Prüfungsdauer (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)	Bachelorthesis
Lehr- und Lernmethoden	Betreuung mit Seminar, Selbststudium
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Peter M. Rose
Kompetenzziele	<p>Nach Abschluss des Moduls haben die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> - durch die eigene Bearbeitung der individuellen Fragestellung aktuelle und praxisrelevante Methoden der wissenschaftlichen Forschung angewandt, - vorliegende Fragestellungen selbständig strukturiert wissenschaftlich und in einer relativ kurzen Zeitspanne umfassend bearbeitet sowie - eigene Aufgabengebiete strukturiert und kompetent bearbeitet – als direkte Berufsqualifikation bzw. Qualifikation für ein weiterführendes Studium.
Lehrinhalte	<p>Im Rahmen dieses Moduls soll die/der Studierende durch die Anfertigung der Bachelor Thesis zeigen, dass sie/er in der Lage ist, innerhalb einer vorgegebenen Frist von neun Wochen ein Problem selbständig und fachgerecht zu bearbeiten. Die Bachelorthesis wird in einer vom Studierenden zu wählenden Fachwissenschaft geschrieben.</p> <p>Auf Basis einer vorgegebenen Fragestellung soll die/der Studierende das Thema selbständig sinnvoll strukturieren und wissenschaftlich bearbeiten. Dies geschieht neben dem Selbststudium auch in Beratungsgesprächen mit der/dem Prüfenden und einem Bachelorthesis-Seminar, in dem die Studierenden ihre gewählte Methodik sowie den Bearbeitungsstand jeweils referieren und kommentieren. Das Bachelorthesis-Seminar soll eine geordnete Bearbeitung und gezielte Betreuung ermöglichen.</p>
Literatur	je nach Thema

Dozent/in	Lehrveranstaltungen	SWS
Prof. Dr. Peter M. Rose	Bachelorthesis-Seminar	4