

Modulhandbuch

für den Studienschwerpunkt frankophoner Kulturraum

Modul-Nr.	Bezeichnung
SPR 201	Französische Gemeinsprache
SPR 202	Wirtschaft und Gesellschaft Frankreichs
WIW 170	Grundlagen und Methoden der Betriebswirtschaftslehre
WIW 350	Marketing
WIW 171	Mirkoökonomie
SPR 203	Allgemeine Französische Wirtschaftsfachsprache
SPR 204	Grundlagen Interkultureller Kommunikation
SPR 401	Fachsprache Wirtschaftsenglisch
WIW 807	Wirtschaftsmathematik / Wirtschaftsstatistik
WIW 400	Wirtschaftsinformatik
SPR 205	Spezielle Französische Wirtschaftsfachsprache
SPR 206	Studien Interkultureller Kommunikation
SPR 402	Unternehmens- und Geschäftskommunikation im englischsprachigen Kultur- und Wirtschaftsraum
WIW 600	Leistungsprozesse (Materialwirtschaft, Produktions und Kostentheorie, Produktionswirtschaft)
WIW 501	Unternehmensführung/ Informationsmanagement
SPR 207	Fachkommunikation Französisches Recht
SPR 208	Vorbereitung auf den Auslandsaufenthalt
SPR 403	Englisch für das wirtschaftliche Fachprofil
WIW 316	Recht
SPR 209	Auslandsmodul Französische Sprache / Kommunikation
SPR 210	Auslandsmodul Kultur / Psychologie / Soziologie u.ä.
SPR 211	Auslandsmodul BWL
SPR 212	Auslandsmodul VWL
SPR 213	Auslandsmodul Recht
SPR 113	Unternehmenspraktikum im Ausland
SPR 215	Globalisierung aus französischer Perspektive
SPR 216	Nachbereitung des Auslandsaufenthaltes
SPR 701	Bachelorprojekt

Modulnummer	Modulname	Dozent(en)
SPR 201	Französische Gemeinsprache	FG Französisch
Studiengang: Languages and Business Administration	Semester: Wintersemester	ECTS-Punkte: 6 Arbeitsaufwand in h: ca. 180
Studienrichtung(-en)/-schwerpunkt(-e): Frankophoner Kulturraum	Lehr- und Lernformen in h: S 30 Ü 30 VÜ 30 Selbststudium 90	
Fachspezifische Lernziele Die Studierenden kennen und verstehen gebräuchliche Formen von Sprechakten und Gesprächstypen im alltäglichen Leben sowie das lexikalische Material zu typischen Themen von Alltagssprechsituationen. Sie kennen verschiedene Sprachregister. Sie verstehen das Funktionieren von Sprechakten, die Organisation von Gesprächen und die Rolle der Höflichkeit für eine gelingende Kommunikation auf einer theoretischen Ebene. Sie erwerben kommunikative Sicherheit und situationsadäquates Verhalten im Umgang mit Französischsprechenden in Alltagssituationen. Die Studierenden kennen Argumentationstechniken, Prinzipien und Mittel der Textorganisation und sind in der Lage, kohärente Texte unter Beachtung dieser Prinzipien und durch den Gebrauch der entsprechenden sprachlichen Mittel zu erstellen. Der Studierende ist in der Lage, sich in vertrauten Situationen ausreichend korrekt verständigen. Er beherrscht im Allgemeinen gut die grammatischen Strukturen, wobei Einflüsse der Muttersprache erkennbar sind. Zwar kommen Fehler vor, aber es bleibt klar, was ausgedrückt werden soll. Er verfügt über einen ausreichend großen Wortschatz, um sich mit Hilfe von einigen Umschreibungen über die meisten Themen des eigenen Alltagslebens äußern zu können. Er erwirbt eine lexikografische Kompetenz, die ihm den effizienten Gebrauch von Wörterbüchern erlaubt. Die erreichte sprachliche Kompetenz entspricht der Niveaustufe B 1.2. Schlüsselqualifikationen Sozial-kommunikative Kompetenz, Schreibtechniken		
Lehrinhalte 1. Kommunikation in Alltagssituationen Standard- und Umgangssprache in unterschiedlichen Handlungskontexten: Kontakt aufnehmen, sich verabreden Fragen Informieren und sich informieren Beschreiben Vergleichen Diskutieren Seine Meinung äußern, Seine Gefühle äußern, Seinen Willen äußern Konflikte austragen Kunde / Gast im Restaurant, im Café, im Geschäft; im Hotel, in der Bank Gäste empfangen Kaufen, Reklamieren Entschuldigen und sich entschuldigen Kontrollieren, prüfen u.s.w. Insgesamt werden verschiedene Sprachniveaus, insbesondere die Standard- und die Umgangssprache, in unterschiedlichen Alltagsthemenkomplexen in mündlicher Kommunikation behandelt und geübt. Anhand von theoretischen Texten werden wichtige Mechanismen der Kommunikation (pragmatische Aspekte der Sprechakte, Rolle der Höflichkeit, Gesprächsorganisation, Sprecherwechsel etc.) reflektiert. Literatur - Guimbertière, Élisabeth (1992) : Paroles. Entraînement à la compréhension et à l'expression orales. Paris : Didier / Hatier		

- Martins, Cidalia, Jean-Jacques Mabilat (2003) : Conversations pratiques de l'oral, Paris : Didier
- Miquel, Claire, Communication progressive du français (2003) : o. Ort : Clé international
- Kerbrat-Orecchioni, Catherine (1996): La conversation. Paris: Seuil
- Gudrun Held: Höflichkeit. In: Ing. Kolboom, Thomas Kotschi, Edward Reichel (Hg.), Handbuch Französisch, ESV, 2002. 357 – 363.
- Sarfati, Georges-Élia (2002): Précis de Pragmatique. Paris : Nathan. (29-44)

2. Schriftliche Textproduktion

- Wortschatzerweiterung: betonen, hervorheben, widersprechen, begründen
- Anhand von Texten bezüglich des sozialen Lebens oder der Wirtschaft werden verschiedene Übungen angeboten und Techniken vermittelt : Zusammenfassung, •
- Kommentar, Analyse und Diskussion.
- Gliederung eines Textes und „Mots de liaison“

Literatur

- Baril, Denis : Techniques de l'expression écrite et orale, Paris (Daloz), 2002
- Mesana-Alais, Corinne : Dix modules pour la production écrite, Paris (Didier) 2001
- Adam, Jean Michel : le Texte narratif, Paris (Nathan), 1985
- Adam, Jean-Michel : Les Textes : Types et prototypes, Paris (Nathan), 1992
- Meyer, Bernard : Maîtriser l'argumentation, exercices et corrigés, Paris (Colin) 2002.

3. Wiederholungs- und Aufbaugrammatik

An Hand vielfältiger Übungstypen werden die wichtigsten grammatischen Phänomene der französischen Sprache vermittelt. Die verwendete Lexik ist dem Gegenwartsfranzösisch entnommen und deckt vielfältige thematische Bereiche aus dem alltäglichen, gesellschaftlichen, politischen und beruflichen Leben ab. Sie bewegt sich zwischen den Registern einer leicht familiären oralen Sprache und einer gehobenen Ausdrucksweise.

Behandelte grammatische Phänomene:

Substantiv, Adjektiv, Adverb, Artikel, Zahlwörter, Verb: Formen, Ergänzungen, Tempora, gérondif, Partizip Perfekt, Passiv, Konditional und Bedingungssatz, Konzessive und adversative Beziehungen. Pronomina: Personalpronomen, Pronominaladverb, Possessivadjektiv, Possessivpronomen, Demonstrativadjektiv, Demonstrativpronomen, Relativpronomen, Relativsatz, Fragewörter, Fragesatz, Indefinita. Konjunktionen und Präpositionen. Der Satz: Satzstruktur, Direkte Rede, indirekte Rede.

Die Arbeit erfolgt sowohl in Form schriftlicher Übungen als auch in Form eines Trainingsprogramms im Multimedia-Labor.

Literatur :

- Christiane Descotes-Genom / Marie-Hélène Morsel / Claude Richou : L'exercisier. L'expression française pour le niveau intermédiaire. Presses Universitaires de Grenoble.
- Uwe Dethloff / Horst Wagner (2002) : Die französische Grammatik. Mit CD-ROM. Francke UTB – Hans-Wilhelm Klein / Hartmut Kleineidam (1998): Grundgrammatik. Klett.
- Wolfgang Reumuth / Otto Winkelmann (2005): Praktische Grammatik der französischen Sprache. Neubearbeitung. Gottfries Egert Verlag.
- Wolfgang Fischer / Anne-Marie Le Plouhinec (2000): Thematischer Grund- und Aufbauwortschatz Französisch. Klett.

Langenscheidts Wörterbuch-Arbeitsheft. Französisch. Ein praktisches Wörterbuch-training für die Oberstufe.

Voraussetzungen/Vorkenntnisse: **Niveaustufe B 1.1**

Leistungsnachweise

Art: schriftliche Prüfung

Zeitdauer: 90 min.

Vorleistungen: keine

Bearbeitet letztmalig am 20.10.08 durch: Prof. Dr. Franz Schneider/Frau Anne-Catherine Gonnot/Prof. Dr. Mario Oesterreicher

Modulnummer	Modulname	Dozent(en)
SPR 202	Wirtschaft und Gesellschaft Frankreichs	FG Französisch
Studiengäng(e): Languages and business administration Studienrichtung(-en)/-schwerpunkt(-e): Frankophoner Kulturraum		Semester: Wintersemester ECTS-Punkte: 4 Arbeitsaufwand in h: 120 Lehr- und Lernformen in h: VÜ 30 S 30 Eigenstudium 60
Lernziele Der Studierende kennt historische Fakten zur europäischen Geschichte aus deutscher und französischer Perspektive. Er hat eine Einstellung erworben, die das Verhalten einer anderen Nation versteht. Er ist in der Lage, universelle demokratische Haltungen zu bewerten und mit Toleranz urteilen. Der Studierende versteht die Leistungsfähigkeit des Lexikons der französischen Sprache zur Gestaltung der außersprachlichen Wirklichkeit. Ihm ist Sprache als Kulturwerkzeug bewusst. Er kennt und versteht Wortbildungsmechanismen und kann diese anwenden. Er kennt und versteht Merkmale von Wortbedeutungen und Bedeutungsbeziehungen zwischen Wörtern. Er hat einen Überblick über Wortschatzvarietäten, kann die Leistungsfähigkeit von Wörterbüchern einschätzen und diese professionell benutzen.		
Schlüsselqualifikationen: Allgemeinbildung, Fachmethodische Fertigkeiten, Recherche-techniken, Sprachbewusstsein Die erworbene sprachliche Kompetenz entspricht der Niveaustufe B 1.2 des Europäischen Referenzrahmens.		
Lehrinhalte 1. Frankreich seit 1945 Das befreite Frankreich 1944 -1946. Die großen Reformen der Befreiung in Frankreich. Das Vichy-Syndrom der Franzosen. Das Gedenken an den Holocaust in Frankreich. Frankreich und der Marshall-Plan. Frankreich und die Sowjetunion zu Beginn des kalten Krieges. Bilanz aus deutscher und französischer Sicht nach dem 2. Weltkrieg. Entkolonialisierung, insbesondere Schwarzafrikas – Indochinakrieg Frankreichs – Konferenz von Bandung. Besatzungsmächte in Deutschland. Französische Angst vor deutschem Pazifismus. Deutsch-französische Achse bei der Gründung Europas. Deutsche Wiedervereinigung und die Position der französischen Regierung. Frankreich und Deutschland zur Auflösung Jugoslawiens und zur Aufnahme der Türkei in die EU. Der europäische Haushalt. Haltung zum Irak-Krieg. Europäische Identität. Altermondialismus. Sozialstaat, Familien-politik, Feminismus in Frankreich und Deutschland. Französische Kulturpolitik. Errichtung der Vierten und Fünften Französischen Republik. Mai 1968. Die besondere Stellung des französischen Präsidenten. Die „cohabitation“. Parteien und politische Strukturen in Frankreich und Deutschland. <i>Vergleich französisch-deutscher Wirtschaftsstatistiken. 30 Jahre Wirtschaftswachstum in beiden Ländern nach dem 2. Weltkrieg. Wirtschaftskrise und gesellschaftliche Veränderungen seit den 70er Jahren in beiden Ländern: Konsum – Sozialstaat – Ausländer – Gewerkschaften – Bildungssystem. Deutsch-französische Aussöhnung nach dem 2. Weltkrieg.</i> - <i>Histoire / Geschichte. L'Europe et le monde depuis 1945. Manuel d'histoire franco-allemand. Terminales L/ES/S. Sous la direction de Peter Geiss et Guillaume Le Qintrec. Klett / Nathan. 2006</i> - <i>Etienne François: France Allemagne : Histoires entremêlées, mémoires partagées (Aufsatz)</i> - http://www.dfi.de/de/veroeffentlichungen_literaturdienst.shtml (Literaturdienst Frankreich des Deutsch-Französischen Instituts Ludwigsburg)		
2. Die französische Sprache – Formen und Inhalte 2.1 Grundbegriffe: sprachliches Zeichen – Wort – Morphem – abgeleitete und zusammengesetzte Wörter – Wortarten – Wortschatzvarietäten – Wortfrequenzen – Beziehung zwischen Lexikon und Wirklichkeit – syntagmatische und paradigmatische Relationen – Synchronie		

und Diachronie

2.2 Verfahren der Wortbildung: Derivation – Komposition – Formen der Abkürzung – Lehnwörter – Neologismen

2.3 Bedeutungsanalyse: Denotation und Konnotation – Wörterbuchtypen – Präsentation von Sprache im Wörterbuch – Bedeutungsdefinitionen im Wörterbuch – Aktuelle Wörterbücher – Synonymie und Antonymie – Hyperonymie und Hyponymie – Homonymie und Polysemie – Paronymie – Metasprache – Bedeutungsanalyse: Bedeutungsfelder – Prototyp – wörtliche und übertragene Bedeutung – Kookkurrenzen – Bedeutungsentwicklungen von Wörtern

Literatur

- Marie-Françoise Mortureux (2001): **La lexicologie entre langue et discours. Armand Colin.**

- Aïno Niklas-Salminen (2005): La lexicologie. Armand Colin.

- Alain Polguère (2004): Lexicologie et sémantique lexicale. PU Montréal.

- Franz-Josef Hausmann (2005): Der undurchsichtige Wortschatz des Französischen.

Lernwortlisten für Schule und Studium. Shaker Verlag.

Voraussetzungen/Vorkenntnisse

Niveaustufe B 1.1 des Europäischen Referenzrahmens

Leistungsnachweise

Art: schriftliche Prüfung

Zeitdauer: 90 Minuten

Vorleistungen: keine

Bearbeitet letztmalig am 20.10.08 durch: Prof. Dr. Franz Schneider/Frau Anne-Catherine Gonnot/Prof. Dr. Mario Oesterreicher

Modulnr.: WIW 170	Modulname Grundfragen und Methoden der Betriebswirtschaftslehre (ehemals Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre)	Dozent(en) Prof. Dr. G. Baier, alle Professoren des FB WIW
Abschluss: Bachelor of Arts Studiengäng(e): alle BA-/Diplomstudiengänge FB WIWI (PM) alle BA-/Diplomstudiengänge FB Sprachen (PM) alle BA-/Diplomstudiengänge FB GPW (PM) Studienrichtung(-en)/-schwerpunkt(-e):	Semester: Wintersemester	
	ECTS-Punkte: 4	Arbeitsaufwand in h: 120 Lehr- und Lernformen in h: Seminaristische Vorlesung: 30 (2 SWS) Seminar: 30 (2 SWS) Selbststudium (inkl. Projektarbeit): 60
Lernziele Die Studierenden erwerben ein Grundverständnis wirtschaftswissenschaftlicher Problemstellungen, Denkweisen und Methoden. Es werden dazu die Inhalte mit den Methoden der Betriebswirtschaftslehre in zwei Lehrveranstaltungen angeboten und inhaltlich miteinander verzahnt. In der "Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre" erhalten die Studierenden einen umfassenden Überblick über die Fragestellungen und Inhalte, mit denen sich die Wissenschaft vom Wirtschaften in Betrieben auseinandersetzt. In der „Einführung in die Theorie und Praxis wissenschaftlichen Arbeitens“ erhalten die Studierenden einen umfassenden Überblick über die Methoden, mit denen in der Betriebswirtschaft gearbeitet wird. Die Studenten lernen das gesellschaftswissenschaftliche Instrumentarium auf betriebswirtschaftliche Fragestellungen anzuwenden. Der betriebliche Transformationsprozess und seine Teilaufgaben werden in ihrem komplexen Wechselspiel vorgestellt. Die Studenten werden so befähigt, Prozesse des Wirtschaftens in Betrieben nachzuvollziehen und einzuordnen. Die Studierenden sollen ohne besondere Vorkenntnisse in die Lage versetzt werden, mit wichtigen Grundbegriffen der Betriebswirtschaftslehre umzugehen, um mit Fachvertretern kommunizieren zu können. In der Methodenausbildung lernen die Studenten zum einen grundlegendes Wissen über Formen des wissenschaftlichen Arbeitens, zum anderen insbesondere praktische Fähigkeiten in den Bereichen der Literatur-Recherche, der statistischen Erhebungen und der Anfertigung wissenschaftlicher Arbeiten. Die Studierenden erwerben die Fähigkeit, qualifizierte Forschungsarbeit in der Betriebswirtschaftslehre zu betreiben.		
Lehrinhalte <u>Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre</u> Betriebswirtschaftliche Grundbegriffe und Grundtatbestände Betrieblicher Transformationsprozess und seine Bestimmungsfaktoren Betriebsführung - Management Aufgabenfelder im Außenverhältnis des Betriebs (Gründungs- und Standortplanung sowie Rechtsformentscheidungen) Aufgabenfelder im Betrieb (Bereitstellungs-, Produktions-, Absatz-, Investitions-, Finanz- und Personalplanung) Grundbegriffe des betrieblichen Rechnungswesens <u>Literatur Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre</u> Härdler, J. (Hrsg.): Betriebswirtschaftslehre für Ingenieure, 2. Aufl., München 2003 Schierenbeck, H.: Grundzüge der Betriebswirtschaftslehre, 15. Aufl., Wien 2000 Schmalen, H.: Grundlagen und Probleme der Betriebswirtschaftslehre, 12. Aufl., Stuttgart, 2002 Wöhe, G.: Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, 20. Aufl., München 2000 <u>Einführung in die Theorie und Praxis wissenschaftlichen Arbeitens</u> Wissenschaftstheorie (Geschichte des wissenschaftlichen Denkens, Methode als Weg zum		

Erkenntnisziel)

Wissenschaftliche Methoden der Betriebswirtschaftslehre

Praxis des wissenschaftlichen Arbeitens (Literaturrecherche, Anfertigung wissenschaftlicher Arbeiten, in der Betriebswirtschaftslehre übliche Zitierweisen)

Empirische Arbeitsweise (Umfragen, betriebswirtschaftliche Fallstudien, Erhebung und Verarbeitung statistischer Daten)

Präsentationstechniken (Präsentation betriebswirtschaftlicher Erkenntnisse mit modernen Hilfsmitteln, z.B. PowerPoint etc.)

Literaturquellen Einführung in die Theorie und Praxis wissenschaftlichen Arbeitens:

Bleich, S.: Die literarische und die juristische Hermeneutik – Ein Vergleich, In: Neue Juristische Wochenschrift 1989, S. 3197-3202

Popper, K.: Logik der Forschung. Zur Erkenntnistheorie der modernen Naturwissenschaft, Wien 1935

Wrobel, R.: Regeln für die Anfertigung wissenschaftlicher Arbeiten, Manuskript 2005

Voraussetzungen/Vorkenntnisse

keine

Leistungsnachweise

Art:

Gewichtung:

Zeitdauer:

schriftliche Prüfungsleistung (Klausur)

50 %

60 min

alternative Prüfungsleistung (Projektarbeit/Präsentation)

50 %

Vorleistungen: **keine**

Erarbeitet am: 12.12.2006

durch: Prof. Dr. G. Baier

Aktualisiert am: 6.5.2008

durch: Prof. Dr. R. Wrobel

Modulnummer WIW350	Modulname Marketing	Dozent(en) Prof. G. Baier, Prof. A. Büchner Prof. Dr. A. Mahefa	
Abschluss: Bachelor of Arts		Semester: Wintersemester	
Studiengäng(e): alle BA-/Diplomstudiengänge FB WIWI (PM) alle BA-/Diplomstudiengänge FB Sprachen (PM) Studienrichtung(-en)/-schwerpunkt(-e):		ECTS-Punkte: 4 Arbeitsaufwand in h: 120 Lehr- und Lernformen in h: Vorlesung: 30 (2 SWS) Übung: 15 (1 SWS) Selbststudium / Prüfungsvorbereitung: 75	
Lernziele Die Studenten entwickeln ein Marketingverständnis und werden für die Denkweise des Faches sensibilisiert. Durch Aneignung wesentlicher Grundbegriffe und –konzepte werden sie in die Lage versetzt, mit Fachvertretern zu kommunizieren. Die Studenten werden mit der Entwicklung des Faches vertraut gemacht. Sie erfassen, daß die Bedeutung des Marketings aufgrund der häufig festzustellenden Verlagerung des betrieblichen Engpassbereichs hin zur Leistungsverwertung zunimmt. Die Studenten erkennen, dass Marketing mittlerweile eine duale Funktion besitzt, die sich neben der traditionellen rein absatzwirtschaftlichen Funktion auch auf die Funktion der marktorientierten Unternehmensführung erstreckt. Die Besonderheiten von Marketing-Entscheidungen im Unternehmen, insbesondere ihre Abhängigkeit von speziellen Informations- und Verhaltensgrundlagen werden erkannt. Hierzu lernen die Studenten grundlegende Verfahren der Marktforschung kennen und werden mit dem verhaltenswissenschaftlichen Paradigma des Marketings vertraut gemacht. Die Studenten können die strategischen und operativen Aufgaben des Marketings voneinander trennen und erwerben grundlegende Kenntnisse zu Auswahl und Einsatz der Marketing-Instrumente, die in der klassischen Einteilung in vier Instrumentalbereiche dargeboten werden. Durch die Vorbereitung von Übungsaufgaben und deren gemeinsame Diskussion beschäftigen sich die Studenten aktiv mit dem Stoff der Lehrveranstaltung und lernen diesen anzuwenden und zu vertiefen.			
Lehrinhalte Grundlagen des Marketing (Entwicklung und Definition der Disziplin) Besonderheiten von Marketing-Entscheidungen im Unternehmen (Marktforschung und Käuferverhalten als wichtige Entscheidungsgrundlagen) Strategisches und operatives Marketing Überblick über die Instrumentalbereiche Produkt-, Kommunikations-, Kontrahierungs- und Distributionspolitik Anwendung der Instrumente im Marketing-Mix Literatur: Homburg, C./ Krohmer, H.: Marketingmanagement –Strategie- Instrumente- Umsetzung Unternehmensführung, Wiesbaden 2003 Meffert, H.: Marketing – Grundlagen marktorientierter Unternehmensführung, 9. Aufl.,Wiesbaden 2000 Nieschlag, R./Dichtl, E./Hörschgen, H.: Marketing, 19. Aufl., Berlin 2002 Kotler, P./Bliemel, F.: Marketing- Management, 10. Aufl., Stuttgart 2000			
Voraussetzungen/Vorkenntnisse Kenntnisse der Lehrinhalte des Moduls Einführung in die Wirtschaftswissenschaften			
Leistungsnachweise Art: Gewichtung: Zeitdauer: schriftliche Prüfungsleistung 100 % 120 min Vorleistungen: keine			

Erarbeitet am: 19.04.2006

durch: Prof. Dr. G. Baier

Modulnr.: WIW171	Modulname Mikroökonomie (ehemals Volkswirtschaftslehre I)	Dozent(en) Prof. Dr. R. Wrobel Prof. Dr. R. Fischer Prof. Dr. habil. A. Sonntag
Abschluss: Bachelor of Arts Studiengäng(e): alle BA-/Diplomstudiengänge FB WIWI (PM) alle BA-/Diplomstudiengänge FB Sprachen (PM) alle BA-/Diplomstudiengänge FB GPW (PM) Studienrichtung(-en)/-schwerpunkt(-e):		Semester: Wintersemester
		ECTS-Punkte: 4 Arbeitsaufwand in h: 120
		Lehr- und Lernformen in h: Seminaristische Vorlesung: 60 (4 SWS) Selbststudium (inkl. Projektarbeit): 60
Lernziele In der Einführung VWL erwerben die Studierenden Grundkenntnisse über die Grundtatbestände in der Wirtschaft, insbesondere zur Bedürfnis- und Bedarfsstruktur, zur Arbeitsteilung, dem ökonomischen Prinzip und zur Notwendigkeit des nachhaltigen Wirtschaftens. Die Studierenden erkennen die Determinanten der individuellen sowie der Gesamtnachfrage am Markt; sie beziehen den Nutzen und die Budgetrestriktionen in ihre Nachfrageanalyse mit ein, kennen die Berechnung der Preis- sowie Einkommenselastizität. Verzahnend mit den betriebswirtschaftlichen Kenntnissen zu Produktionsfunktionen und Kostenverläufen können die Studierenden die Preisbildung auf polypolistischen, monopolistischen und oligopolistischen Märkten erklären. Sie können Schlussfolgerungen hinsichtlich der Zusammensetzung der volkswirtschaftlichen Güterproduktion ziehen und damit die Lösung des Allokationsproblems mit Hilfe des Preisbildungsmechanismus erklären. Staatliche Interventionen in die Preisbildung können begründet werden. Beziehungen zur Wettbewerbstheorie und -politik können hergestellt werden.		
Lehrinhalte 1. Grundtatbestände von Wirtschaftsgesellschaften 2. Die Nachfrage nach Gütern 2.1. Determinanten der Nachfrage, Nutzensbetrachtungen, Budget und optimaler Haushaltsplan 2.2. Generelle und spezielle Nachfragefunktionen 2.3. Preis- sowie Einkommenselastizitäten 3. Das Güterangebot 3.1. Das Angebot eines Unternehmens 3.2. Das Gesamtangebot 4. Marktformen und Preisbildung 4.1. Preisbildung und Verhaltensweisen bei vollkommener Konkurrenz 4.2. Preisbildung und Verhaltensweisen auf monopolistischen Märkten 4.3. Preisbildung und Verhaltensweisen auf oligopolistischen Märkten 5. Staatliche Interventionen in die Preisbildung		
Literatur: Herzina, K.: Einführung in die Mikroökonomie, Verlag Vahlen 2005 Schumann, J., Meyer, U., Ströbele, W.: Grundzüge der mikroökonomischen Theorie, Berlin 1999 (oder neuere Auflage)		
Voraussetzungen/Vorkenntnisse: keine		
Leistungsnachweise		
Art: schriftliche Prüfungsleistung (Klausur) Vorleistungen: keine	Gewichtung: 100 %	Zeitdauer: 120 min

Erarbeitet am: 19.04.2006
Aktualisiert am: 07.05.2008

durch: Prof. Dr. A. Sonntag
durch: Prof. Dr. A. Sonntag

Modulnummer SPR 203	Modulname Allgemeine Französische	Dozent(en) FG Französisch
Studiengang(e): Languages and business administration		Semester: Sommersemester
Studienrichtung(-en)/-schwerpunkt(-e): Frankophonener Kulturraum		ECTS-Punkte: 6 Arbeitsaufwand in h: 180 Lehr- und Lernformen in h: S 30 VÜ 30 Ü 30 Eigenstudium 90
Lernziele Nach erfolgreicher Teilnahme an den Veranstaltungen des Moduls ist der Studierende in der Lage, über wichtige wirtschaftliche Merkmale der Regionen Frankreichs und der Wirtschaft Frankreichs allgemein schriftlich und mündlich zu kommunizieren, längere Fachtexte zu dieser Thematik zu verstehen und schriftliche Darstellungen hierüber anzufertigen und vor einem Publikum zu präsentieren. Er kennt und versteht wichtige volkswirtschaftliche Grundbegriffe und kann diese korrekt gebrauchen. In betriebswirtschaftlicher Hinsicht ist der Studierende in der Lage, den Begriff des Unternehmens sprachlich differenziert zu definieren und über Sachverhalte zu kommunizieren, die mit der Organisation eines Unternehmens, den Phasen eines Unternehmens von der Gründung bis zur Auflösung, der Unternehmenskultur, dessen Geschäftsaktivitäten innerhalb eines bestimmten Wirtschaftssektors und einer bestimmten Branche zusammenhängen. Er kann ein Unternehmen unter den vorgenannten Aspekten präsentieren. Er beherrscht die wichtigsten Formen der schriftlichen Unternehmens- und Geschäftskommunikation.		
Schlüsselqualifikationen Denken in Zusammenhängen, Neugierde auf wirtschaftliche Realitäten, internetbasierte Recherchekompetenzen, Präsentationstechniken, Schreibnormen und kommunikative Normen. Die erworbene sprachliche Kompetenz entspricht der Niveaustufe B 2.1 des Europäischen Referenzrahmens.		
Lehrinhalte 1. Französische Regionen und ihre Wirtschaft Alsace, Aquitaine, Auvergne, Bourgogne, Bretagne, Centre, Champagne-Ardenne, Corse, Franche-Comté, Île-de-France, Languedoc-Roussillon, Limousin, Lorraine, Midi-Pyrénées, Nord-Pas-de-Calais, Basse-Normandie, Haute-Normandie, Pays de la Loire, Picardie, Poitou-Charente, Provence-Alpes-Côte d'Azur, Rhône-Alpes, France d'outre-mer. Territoriale und administrative Organisation Frankreichs. Ansehen der französischen Wirtschaft. Wirtschaftsmacht Frankreich. Agrarwirtschaftsmacht. Außenhandel. Innovative Wirtschaftssektoren: Transportwesen, Energie, Telekommunikation, Luxusgüterindustrie, Gastronomie, Tourismus. Grafiken und Tabellen. Volkswirtschaftliche Grundbegriffe und Definitionen: Magisches Viereck, Klassiker, Neo-Klassiker, Marxisten, Keynesianer, Angebotstheorie, Monetarismus, Wirtschaftsakteure, Bruttoinlandsprodukt, Produktivität, Investitionen, Zahlungsbilanz, Inflation, Zinsen, Arbeitslosigkeit u.ä.		
Literatur - Ross Steele (2002): Civilisation progressive du Français avec 400 activités. CLE International. - L'état des régions françaises. Un panorama unique et complet 2004. La Découverte. - Éliane Cloose (2004) : Le Français du monde du travail. PUG. (Seite 119-134 : Un peu d'économie générale) - Bernard Braun / Francis Collignon (2003): La France en fiches. Bréal éditions. - Solange Ramond et al. (1998) : Cadre économique et juridique de l'activité professionnelle. Foucher. S.119 – 160 - Jean Luc Charron (2002): Le Guide ABC BAC, Spécial Méthode. Économie Droit Term STT. - Jean-Yves Capul / Olivier Garnier (2002) : Dictionnaire d'économie et de sciences sociales. Hatier.		

- Fawzy Benhamou u.a.: Économie Générale. Première Année BTS Tertiaires. Delagrave.
(Wichtigste Literatur zum Eigenstudium)

2. Das Unternehmen und seine Aktivitäten

- Definition des Unternehmens.
- Organisation des Unternehmens (Organigramm)
- Unternehmenskultur
- Das „Leben“ eines Unternehmens von seiner Gründung bis zur Auflösung.
- Unternehmen in Industrie, Handel und Dienstleistung (Videobearbeitung)
- Präsentation eines Unternehmens (einschl. Analyse von Tabelle und Grafik)
- Simulation einer Unternehmensgründung: Idee – Standortwahl – Formale und rechtliche Bedingungen – Einrichtung des Unternehmens
- Internetrecherchen zur Unternehmensgründung in Frankreich

Literatur

- Corinne Bombardieri et al. (1996): L'entreprise. Hachette.
- Éliane Cloose (2004) : Le Français du monde du travail. PUG. (Seite 11-24: Les différents types de sociétés en France, ohne juristische Vertiefung)
- Jean-Luc Penfornis (2004) : Vocabulaire progressif du Français des Affaires avec 200 exercices. CLE International (40-53)
- Unité 3 : Notre entreprise, in : Carte J. Declos / B. Leclerq / M. Suvanto (2000) : Français des relations professionnelles. Carte de visite. Didier (Seite 38-53)
- Claude Le Ninan : Le Français des Affaires par la vidéo. Didier / Hatier.
- Agence pour la création d'entreprises. Le portail de la création d'entreprise.
(www.apce.com/index.php)
- Pol Guyomarc'h : Dictionnaire de l'entreprise. Hatier
- Christian Thuderoz (2005) : sociologie des entreprises. Repères. La Découverte.
- Diverse Aufsätze zum Unternehmen in der Zeitschrift „Alternatives Économiques“.
- <http://www.lentreprise.com/creation/60.2.59.0.0.0.html> (zur Auswahl einer Unternehmensaktivität)
- Monique Boulet u.a. : Économie d'entreprise. Première année BTS Tertiaires. Delagrave.
(Kapitel 1-4)

3. Schriftliche Unternehmens- und Geschäftskommunikation

Schriftliche Formen

- Briefe
Grundlegendes zur Briefgestaltung
Anfrage, Angebote und Bestellungen
Liefer- und Zahlungskonditionen
Reklamationen und Mahnungen
Verträge: Kaufvertrag, Dienstvertrag, Mietvertrag, Vertretervertrag
Incoterms
Allgemeine Informationen: z.B. Meldung eines Schadens an die Versicherung , Vollmacht
Einladungen, Allgemeine Anfragen und Auskünfte
Personalkorrespondenz
Korrespondenz zu persönlichen Anlässen
- Unternehmensinterne schriftliche Kommunikation: Bericht, Protokoll, Notiz, E-Mail

Literatur

- Die 100 wichtigsten Geschäftsbriefe in Französisch mit deutschen Übersetzungen und Kommentaren. Planegg: STS Verlag
- Bas, Liliane / Hesnard, Catherine: La correspondance commerciale française. Paris: Nathan
- Gragnic, Stéphane: 100 Briefe Französisch für Export und Import. München: Langenscheidt
- 500 trucs pour mieux communiquer au travail. Larousse.
- L. Bas/C. Hesnard, La correspondance commerciale française, Nathan, 2005, ISBN 209-183 187-5

Voraussetzungen/Vorkenntnisse: Niveaustufe B 1.2 des Europäischen Referenzrahmens

Leistungsnachweise

Art: schriftliche Prüfung 80%

Zeitdauer: 90 Minuten

Belegarbeit 20% (zu Modulbaustein 1 schriftliche Ausarbeitung einer Aufgabe aus der angegebenen wichtigsten Literatur zum Eigenstudium)

Vorleistungen:

Bearbeitet letztmalig am 20.10.08 durch: Prof. Dr. Franz Schneider/Frau Anne-Catherine Gonnot/Prof. Dr. Mario Oesterreicher

Modulnr.: SPR 204	Modulname: Grundlagen interkultureller Kommunikation	Dozent(en) Prof. Dr. Fetscher
Studiengang: Languages and Business Administration	Semester: Sommersemester	
Studienschwerpunkt: Frankophoner Wirtschaftsraum	ECTS-Punkte: 4 Arbeitsaufwand in h: 120 Lehr- und Lernformen in h: VÜ 60h (4 SWS) Eigenarbeit 60h	
Lernziele Die Studierenden kennen Grundbegriffe und Theorien der interkulturellen Kommunikation können Untersuchungen deutsch-französischer interkultureller Kommunikation im Hinblick auf methodische Verfahren und Ergebnisse kritisch einschätzen sind fähig, Konfliktpotentiale in interkulturellen Kommunikationssituationen zu erkennen.		
Lehrinhalte Grundbegriffe und Theorien interkultureller Kommunikation Theoretische Konzeptionen und empirische Forschungen zur deutsch-französischen Wirt- schaftskommunikation Problemlagen und Bewältigungsstrategien in der deutsch-französischen Kommunikation Literatur Aktuelle Literatur wird zu Beginn der Veranstaltung bekannt gegeben.		
Voraussetzungen/Vorkenntnisse Keine		
Leistungsnachweise Art: schriftliche Prüfung Zeitdauer: 90 min		

Erstellt am: 05.11.06

Überarbeitet am: 14.10.08

durch: Prof. v. Helmolt

durch: Prof. Fetscher

Modulnummer	Modulname	Dozent(en)
SPR 401	Fachsprache Wirtschaftsenglisch	FG Englisch
Studiengäng(e): Languages and Business Administration	Semester: Sommersemester (Pflichtmodul)	
Studienrichtung(-en)/-schwerpunkt(-e): Frankophoner/hispanophoner/chinesischsprachiger Kulturraum	ECTS-Punkte: 4 Arbeitsaufwand in h: 120 Lehr- und Lernformen in h: Seminar: 30 U (2 SWS) Übung: 30 U (2 SWS) Selbststudium: 60 h	
Lernziele Für die mündliche und schriftliche Kommunikation anwendungsbereite Kenntnisse der fachsprachlichen Terminologie, Strukturen und Kommunikationssituationen/Textsorten in einer Reihe wichtiger Bereiche der nationalen und internationalen Wirtschaft sowie Befähigung zur selbständigen englischsprachigen Weiterbildung auf diesem Gebiet durch: Weiterentwicklung des verstehenden Hörens und Lesens, weiteres Bewusstmachen der kommunikativen Situation (Partnerbeziehung, Textsorte, Stil ...) Wortschatz- und Grammatikerweiterung und -festigung Übung von Aussprache und Intonation Umsetzung der rezipierten Texte und Textelemente in die angeleitete und selbständige Textproduktion in der schriftlichen und mündlichen Kommunikation Die durch das Modul erworbene fremdsprachliche Kompetenz entspricht der Niveaustufe B 2. 2 des Europäischen Referenzrahmens.		
Lehrinhalte Themenkomplex 1: Produkte und ihre Vermarktung: Marketing-Begriff Produkte, Marken und Preise; Marktstruktur Marktforschung Public Relations Werbeformen, Werbekanäle und –medien Verkaufsförderungsmaßnahmen Produktvertrieb: Groß- und Einzelhandel Logistik-Begriff Material-, Waren- und Informationsfluss zwischen Lieferant u. Firma, in der Firma und zw. Firma u. Kunden Themenkomplex 2: Finanz- und Versicherungswesen: Banken und Finanzdienstleistungen Steuern Rechnungswesen Wertpapiergeschäfte Währungen und Wechselkurse Versicherungswesen <i>Themenkomplex 3: Welthandel/Globalisierung/International Business Issues</i> Welthandel; seine Förderung und Regulierung; nationale Zahlungsbilanzen Globalisierung und Lokalisierung, Wirtschaftsblöcke. Globalisierungsdebatte, ethische Aspekte der Globalisierung Nationale Unterschiede in der politischen Ökonomie, Auswirkung kultureller Unterschiede auf Volkswirtschaften Interkulturelle Wirtschaftskommunikation; Englisch als Lingua franca in der Wirtschaft		
Literaturangaben: William Cullen, Doris Lehniger: B for Business, Max Hueber Verlag, Ismaning 2000 Graham Tullis, Tonya Trappe: New Insights into Business, Pearson Education Ltd., Harlow 2000 Ian MacKenzie: English for Business Studies, Cambridge University Press, Cambridge 2002 Martin Bradbeer: Langenscheidt – Der Business-English-Kurs, Langenscheidt, Berlin & München 2006 Willi Fensel, Uwe Krabbe: Insurance Matters – Englisch für Versicherungskaufleute, Cornel-		

sen & Oxford, Berlin 2001
Ian MacKenzie: Management and Marketing, Heinle/Thomson 1997
Ian MacKenzie: Financial English: Heinle/Thomson 1991
Klemens Veth, Ron Lister: Schlüsselbegriffe der Wirtschaft, Cornelsen & Oxford, Berlin 1999
John F. Turner: Business Grammar and Vocabulary, Cornelsen & Oxford, Berlin 1999
Aktuelle Artikel aus englischsprachigen (Wirtschafts) Zeitungen und Zeitschriften (z. B. Financial Times, TIME, The Economist, Business Spotlight, ...) und aus dem Internet

Voraussetzungen/Vorkenntnisse
Abiturkenntnisse Englisch
Wahlpflichtmodul „Grundlagen Wirtschaftsenglisch“ bzw. Äquivalent (z. B. Zertifikat einer Berufsausbildung in der Wirtschaft mit Wirtschaftsenglisch, CAE, Unicert II wirtschaftsfachsprachlich, Zertifikat der London Chamber of Commerce, TOEIC,...)

Leistungsnachweise
Art: schriftliche Prüfung 100 % **Zeitdauer:** 90 Min.
Vorleistungen: keine

Erarbeitet am: 19.1.2007

durch: FG Englisch/E. Ho./Th. Ri./S. Bu.

Modulnummer	Modulname	Dozent(en)
WIW 807	Wirtschaftsmathematik/ Wirtschaftsstatistik	Prof. Dr. Baumann Prof. Dr. Schumann
Studienabschluss: Bachelor of Arts	Semester: Sommersemester	
Studiengang(e): Languages and Business Administration	ECTS-Punkte: 6 Arbeitsaufwand in h: 180 Lehr- und Lernformen in h: Vorlesung mit integrierter Übung: 05 h (7 SWS) Selbststudium: 75 h	
Lernziele Teilmodul Wirtschaftsmathematik (3 SWS): Mathematische Methoden werden in vielen Bereichen der Wirtschaftswissenschaften eingesetzt. Sie sind wichtige Hilfsmittel zur Modellbildung sowie bei praktischen Analysen realer Gegebenheiten und bilden häufig die Grundlage von Planungs- und Entscheidungsprozessen. Neben allgemeinen mathematischen Grundlagen, der Analysis und der Finanzmathematik finden auch Lineare Optimierungsmodelle breite Anwendung in den Wirtschaftswissenschaften. Zu diesen Gebieten lernen die Studierenden in der Lehrveranstaltung wichtige Begriffe kennen und sicher beherrschen. Sie werden befähigt, ökonomische Probleme in der Sprache der Mathematik zu formulieren (Modellierung). Sie lernen im Zusammenhang mit praktisch ausgerichteten Beispielen, fundamentale mathematische Lösungsmethoden bei wirtschaftlichen Untersuchungen zu nutzen und die Anwendungsmöglichkeiten und Grenzen der Methoden einzuschätzen. Sie werden befähigt, mit mathematischen Methoden erhaltene Resultate ökonomisch zu interpretieren und umzusetzen. In Übungen, welche in die Lehrveranstaltungen integriert sind, lernen die Studierenden das mathematische Instrumentarium kreativ und kritisch auf vielfältige wirtschaftswissenschaftliche Fragestellungen anzuwenden. Teilmodul Wirtschaftsstatistik(4 SWS): Soll aus der Darstellung und Analyse wirtschaftlicher oder sozialer Sachverhalte / Prozesse / Erscheinungen verantwortungsbewusstes Schlussfolgern und Handeln entstehen, so bedarf es elementarer Kenntnisse über Arten und Eigenschaften von Daten, über deren Erhebungsmethoden und über das Aussage- und Leistungsvermögen statistischer Kennzahlen und Verfahren. Die dazu nötigen Kenntnisse werden in dieser Veranstaltung erworben. Studierende werden in Anwendung dessen über Fähigkeiten und Fertigkeiten verfügen, einerseits vorliegende betriebswirtschaftlicher Analysen zu verstehen und effektiv zu verwerten sowie andererseits selbständig wissenschaftlich auf diesem Gebiet zu arbeiten. Mit dem Absolvieren der Veranstaltung „Wirtschaftsstatistik I“ erreicht ein Teilnehmer das Gefühl für den Umgang mit Zahlen als quantitativem Ausdruck real vorhandener wirtschaftlicher und sozialer Sachverhalte, für Verarbeitungs- und Interpretationsmöglichkeiten von Daten und in der Summe damit die erforderliche statistisch-methodische Kompetenz, die für nahezu alle angebotenen fachlichen Spezialisierungen als Voraussetzung gilt. Ein zweiter wichtiger Effekt besteht in der Aneignung betriebswirtschaftlicher bzw. volkswirtschaftlicher Dimensionen durch die konsequente Ausrichtung der Demonstrationsbeispiele/Übungen auf aktuelle Bezüge. Ein erfolgreicher Betriebswirt / Manager muss fähig sein, Größenordnungen von Daten ihrer Bedeutung entsprechend zu würdigen. Dies ist untrennbar mit Kenntnissen über betriebliche bzw. volkswirtschaftliche Sachverhalte und Abläufe verbunden. Die Einordnung des Moduls in das 3. Studiensemester bietet dafür beste Voraussetzungen.		
Lehrinhalte Teilmodul Wirtschaftsmathematik: Mathematische Grundlagen: Summen- und Produktzeichen, Lösen nichtlinearer Gleichungen Finanzmathematik: Zinsrechnung, Rentenrechnung Analysis: Funktionen mit einer unabhängigen Variablen in ökonomischen Problemen: Begriffsbestimmungen, Anwendung der Differentialrechnung bei der Lösung ökonomischer Problemstellungen Funktionen mit mehreren unabhängigen Variablen: Begriffsbestimmungen, Beispiele, Veran-		

schaulichung,
partielles Differenzieren, Extremwertaufgaben / Anwendungen, Extremwertaufgaben mit Nebenbedingungen /
Anwendungen
Einführung in die Lineare Optimierung: Problemstellung, Beispiele, Modellierung, grafische Lösung

Teilmodul Wirtschaftsstatistik:

Grundlagen der Statistik: Grundbegriffe; Datenerhebung; statistische Reihen; Merkmale, Messniveau und Skalenarten; Präsentation statistischer Daten und Ergebnisse (Verhältniszahlen, Tabellen und Grafiken)
Eindimensionale Analyse von Querschnittsdaten: Gruppierungsverfahren; Häufigkeitsverteilung und Verteilungsfunktion für unterschiedliche Merkmalsarten; Parameter eindimensionaler Verteilungen (Lage, Streuung, Form und Konzentration); Grafische Darstellungen und Auswertungen;
Zweidimensionale Analyse von Querschnittsdaten: Elementare Methoden der Analyse von Zusammenhängen; Korrelation für Merkmale unterschiedlichen Skalenniveaus; Einfache lineare Regression (Modell, Parameterschätzung, Funktionswertermittlung, Bestimmtheitsmaß); Nichtlineare Regression (Funktionstypbestimmung, Parameterschätzung); Statistische Elastizitätsbetrachtungen;
Indextheorie: Indexarten (Paasche, Laspeyres, Durchschnitt); Indexreihen und deren Umbastierung; Indexgleichungen; Differenzenaufspaltung;
Zeitreihenanalyse: Mittelwerte in Zeitreihen; Trendfunktionen; Trendextrapolation;

Jeder Methodenbaustein wird durch eine spezielle Vorlesung aus dem Themenkreis der Wirtschafts- und Sozialstatistik vorbereitet bzw. abgeschlossen, in der das notwendige bzw. erarbeitete Instrumentarium auf aktuelle betriebliche bzw. volkswirtschaftliche Sachverhalte konkret angewendet wird.

Literatur:

Jürgen Tietze: Einführung in die angewandte Wirtschaftsmathematik, Vieweg, Braunschweig, 2005

Bernd Luderer / Uwe Würker: Einstieg in die Wirtschaftsmathematik, Teubner Studienbücher, Stuttgart, 2005

Jürgen Tietze: Einführung in die Finanzmathematik, Vieweg, Braunschweig, 2004

Elektronische Handreichungen zum Modul im Intranet der WHZ; Sachs: Angewandte Statistik; Springer;

Bleymüller, Gehlert, Gülicher: Statistik für Wirtschaftswissenschaftler; Verlag Vahlen

Mittag, Stemann: Statistik; Interaktive Multimedia-Software; Fachbuchverlag Leipzig

Voraussetzungen/Vorkenntnisse: Keine

Leistungsnachweise

Art: Klausur 100 %

Zeitdauer: 180 min

Vorleistungen: keine

Erarbeitet am: 24.11.2006

durch: Prof.Dr.Baumann, Prof.Dr.Schumann

Modulnummer WIW400	Modulname Wirtschaftsinformatik	Dozent(en) Prof. Dr. S. Kassel Prof. Dr. C.A. Schumann Prof. Dr. T. Teich Prof. Dr. S. Winkelmann
Abschluss: Bachelor of Arts Studiengäng(e): alle BA-/Diplomstudiengänge FB WIWI (PM) alle BA-/Diplomstudiengänge FB Sprachen (PM) Studienrichtung(-en)/-schwerpunkt(-e):	Semester: Wintersemester/Sommersemester ECTS-Punkte: 6 Arbeitsaufwand in h: 180 Lehr- und Lernformen in h: Vorlesung: 60 (4 SWS) Übungen / Projekte: 30 (2 SWS) Selbststudium: 90	
Lernziele Betriebliche Systeme werden durch Prozesse der Informationsverarbeitung geprägt. Deshalb müssen Absolventen in der Lage sein, Informations- und Kommunikationssysteme in Wirtschaft und Verwaltung zur Erfüllung der Unternehmensziele mit zu planen, zu gestalten und effizient anzuwenden. Ziel ist, für die Anwendung von Mitteln und Methoden der Informationsverarbeitung im betrieblichen Umfeld das notwendige Verständnis zu entwickeln, entsprechendes Wissen zu vermitteln und grundlegende Fertigkeiten der praktischen Nutzung auszuprägen. Die Absolventen werden in die Lage versetzt, entsprechend dem aktuellen Stand der Technik Mittel, Methoden und Systeme der Informationsverarbeitung zur Erfüllung ihrer betrieblichen Aufgaben effizient einzusetzen. Im Rahmen der Praktika bzw. Belegarbeit werden durch Gruppenarbeit bzw. Präsentationen Schlüsselqualifikationen wie Teamfähigkeit und Sozialkompetenz bzw. Präsentations- und Kommunikationsfähigkeit ausgeprägt.		
Lehrinhalte Ausgehend von der Klärung von Grundbegriffen und Zusammenhängen der Wirtschaftsinformatik stehen folgende Schwerpunkte im Mittelpunkt der Ausbildung: Systemgrundlagen insbesondere Systemtheorie, Codierung und Zahlensysteme Aufbau, Klassifizieren und Konfigurieren von Computersystemen Systematische Softwareentwicklung und -anwendung inklusive Einführung in die Programmierung Datenkommunikation und Rechnerverbundsysteme Einführung in die Modellierung von Daten, Funktionen und Prozessen Einführung in die Gestaltung betrieblicher Informationssysteme Literatur: Balzert, H.: Lehrbuch der Softwaretechnik: Softwaremanagement, Software-Qualitätssicherung, Unternehmensmodellierung, Spektrum, 1998 Scheer, A. W.: Wirtschaftsinformatik, Springer, 1995 Stahlknecht, P.; Hasenkamp, U.: Einführung in die Wirtschaftsinformatik, 9. Auflage, Springer, 1999		
Voraussetzungen/Vorkenntnisse: keine		
Leistungsnachweise Art: Gewichtung: Zeitdauer: schriftliche Prüfungsleistung (Klausur) 75 % 120 min alternative Prüfungsleistung (Beleg) 25 % Vorleistungen: keine		

Erarbeitet am: 19.04.2006

durch: Prof. Dr. C.A. Schumann

Modulnummer SPR 205	Modulname Spezielle Französische Wirtschaftsfachsprache	Dozent(en) FG Französisch
Studiengang(e): Languages and business administration	Semester: Wintersemester	ECTS-Punkte: 6 Arbeitsaufwand in h: 180
Studienrichtung(-en)/-schwerpunkt(-e): Frankophoner Kulturraum	Lehr- und Lernformen in h: S 30 Ü 30 VÜ 30 Eigenstudium 90 h	
Lernziele Nach erfolgreicher Teilnahme an den Veranstaltungen des Moduls kennt und versteht der Studierende die grundlegende Terminologie und die typischen Kollokationen der Fachsprache aus wichtigen betrieblichen Funktionsbereichen des Unternehmens (Unternehmensführung / Personalwesen / Produktion-Logistik / Marketing / Finanzierung). Das inhaltliche Verstehen der Konzepte zielt auf die Kenntnis des Typischen. Der Studierende kann die sprachlichen Mittel formal und inhaltlich adäquat zur mündlichen und schriftlichen Kommunikation über Sachverhalte dieser Bereiche gebrauchen. Er besitzt ein auf die sprachliche und inhaltliche Typik ausgerichtetes Hör- und Leseverständnis für komplexere mündliche und schriftliche Texte dieser Bereiche. Er ist in der Lage, die in den betrieblichen Funktionsbereichen angesprochenen Sachverhalte auf aktuelle Problemlagen zu beziehen und darüber zu kommunizieren. Er kennt den Ablauf, die typischen Merkmale und die Problemquellen wichtiger mündlicher Kommunikationsformen im Unternehmen: Telefongespräch, Vertragsverhandlung, Verkaufsgespräch. Er kann entstehende Problemsituationen analysieren und mit dem angemessenen Verhalten und entsprechenden sprachlichen Mitteln darauf reagieren. Schlüsselqualifikationen: Rationales Argumentieren, Sozialkompetenz (Partner-, Gruppenarbeit), Transferfähigkeiten, d.h. Anwendung allgemeiner Einsichten auf konkrete Fälle, situationsadäquates Verhalten Die erworbene sprachliche Kompetenz entspricht der Niveaustufe B 2.2 des Europäischen Referenzrahmens.		
Lehrinhalte 1. Fachsprachen betrieblicher Funktionen 1.1 Ressources Humaines Berufe – Sprechen über den Beruf und die Arbeit – der Arbeitsplatz – Ausbildung und Weiterbildung – Beschäftigung und Arbeitslosigkeit – Arbeitssuche – Bewerbung – Entlohnungssystem – Personal und Führung – Arbeitskonflikte 1.2 Logistik und Produktion Produktionsgüter – Sachanlagen – Umlaufkapital – Produktionsweisen – Produktivität – Forschung und Entwicklung – geistiges Eigentum – Zulieferung – Lagerhaltung – Sicherheit im Unternehmen 1.3 Marketing Marktakteure – Marktstudie – Identifizierung des Produkts – Festsetzung des Preises – Formen der Verkaufswerbung – Messen – Handelsformen – Verkaufsgespräch – Elektronischer Handel 1.4 Finanzen Bankdienstleistungen – Bankkredit – Kapitaleinlage – Aktionärsrechte – Finanzanlagen – Versicherungen – Buchhaltung und Bilanz Lektüre und Besprechung von Texten aus Fachlexika und Fachzeitschriften zur sprachlichen Differenzierung und gedanklichen Vertiefung der vorgenannten vier Themenbereiche.		
Literatur: <u>Allgemein:</u> - Jean-Pierre Davoine / Eric Davoine (2002) : Einführung in die französische Wirtschaftssprache. München: Vahlen		

- Sabine Jöckel (2001): Training Wirtschaftsfranzösisch. München: Oldenbourg
- Jean-Luc Penformis (2004) : Vocabulaire progressif du Français des Affaires avec 20 exercices. CLE
- Monique Boulet u.a. : Économie d'entreprise. Première Année BTS Tertiaires. Delagrave. (Kapitel 5-12).
- Michel Darbelet / Laurent Izard / Michel Scaramuzza (2002): Notions fondamentales de gestion d'entreprise. Organisation, fonctions et stratégie. Paris: Foucher.
- Élie Cohen (2001) : Dictionnaire de gestion. Paris : La Découverte.
- Jean Binon / Serge Verlinde / Jan van Dyck / Ann Bertels (2000): Dictionnaire d'apprentissage du français des affaires. Paris: Didier.
- Bernard Gillmann / Martin Verrel : Thematischer Wirtschaftswortschatz Französisch. Stuttgart: Klett.

Logistik:

- <http://lalogistique.chez.tiscali.fr/>
- André Larane: Le transport routier se refait une vertu. In: Alternatives économiques n° 138, 07 / 1996.
- Daniel Aronsohn: Transport express: le sprint des courses high-tech. In: Alternatives économiques n° 181, 05 / 2000.
- Marc Mousli: Logistique. Une nouvelle industrie est née. In: Alternatives économiques n° 202, 10 / 2002.

Marketing:

- Éric Vernette : L'essentiel du marketing. Marketing fondamental. Éditions d'Organisation.
- J.-C. Gilardi / M. Koehl / J.-L. Koehl: Dictionnaire de mercatique. Études – Stratégies – Actions commerciales. Paris : Foucher.
- Daniel Aronsohn: Commerce électronique: Internet fait son marché. In: Alternatives économiques n° 173, 09 / 1999.
- Frank Cochoy: Marketing, le marché maîtrisé. In: Alternatives économiques n° 190, 03 / 2001.
- Marc Mousli: Merchandising: les ficelles des distributeurs. In: Alternatives économiques n° 193, 06 / 2001.
- Franck Seuret: Marketing: Comment les entreprises vous fichent. In: Alternatives économiques n° 207, 10 / 2002.

Finanzen:

- A. Burlaud / J-Y. Eglem / P. Mykita : Dictionnaire de gestion. Comptabilité, finance, contrôle. Paris : Foucher.
- Guillaume Duval: Quand les coûts font les fous. In: Alternatives économiques n° 136, 04 / 1996.
- Guillaume Duval: Normes comptables : opération Overlord. In: Alternatives économiques n° 170, 07 / 1999.
- Noël Benchetrit, Nicolas Veron: Normes comptables : l'Europe refait ses comptes. In: Alternatives économiques n° 208, 11 / 2002.
- Valérie Lion: Les commissaires aux comptes dans la mêlée. In : Alternatives économiques n° 114, 02 / 1994.

2. Mündliche Unternehmenskommunikation

2.1 Telefonkommunikation : Struktur des Telefongesprächs, typisches Sprachmaterial

2.2 Geschäfts- und Vertragsverhandlungen: Typologie von Verhandlungsteilnehmern und Verhandlungen, Methoden der Verhandlungsführung: Vorbereitung, Eröffnung, Ablauf, Abschluss, Nachbereitung. Krisensituationen: Abbruch, Auslegungsprobleme, Konfliktregelung. Interpretation von vorgegebenen Verhandlungsszenarien

2.3 Verkaufsgespräch: Goldene Verkaufsregeln: mit einer überzogenen Preisforderung beginnen, der Bitte um ein Zugeständnis mit einem Argument begegnen, Zugeständnis nur gegen Gegenleistung, nur in kleinen Schritten nachgeben, den Kunden zum Abschluss verpflichten. Den Kunden durchschauen: Echte und falsche Forderung unterscheiden, das

Machtverhältnis zu seinen Gunsten wenden, die Fallen des professionellen Einkäufers vermeiden, Verkaufstaktiken: Sympathie gewinnen, taktvolles Verhalten in schwierigen Phasen, Formen sich durchzusetzen. Bearbeitung konkreter Gespräche mit anschließender Umsetzung in eigenes Gesprächsverhalten.

Literatur

- Jean Lamoureux: Les combines du téléphone. Pratique de la communication téléphonique en français. Grenoble: PUF
- Miguel Chozas / Christine Jullien / Philippe Gabillet: Communication et négociation. Paris: Foucher
- Michel Delahaye (2005): La négociation d'affaires. Règles, pratiques et applications. Dunod
- Philippe Korda (2005): Vendre et défendre ses marges. Devenez un maître de la négociation. Dunod
- M. Bensaid / E. Dormagen: Communiquer pour vendre. Paris : Foucher
- Alain Moisi: Négociation et relation client. BTS NRC 1^{re} et 2^e années. Delagrave (relation client : 205 – 312)

Voraussetzungen/Vorkenntnisse:

Modul „Allgemeine Französische Wirtschaftssprache“

Leistungsnachweise

Art: **schriftliche Prüfung**

Zeitdauer: **90 Minuten**

Vorleistungen:

Bearbeitet letztmalig am 20.10.08 durch: Prof. Dr. Franz Schneider/Frau Anne-Catherine Gonnot/Prof. Dr. Mario Oesterreicher

Modulnr.: SPR 206	Modulname: Studien interkultureller Kommunikation	Dozent(en) Prof. Dr. Fetscher
Studiengang: Languages and Business Administration	Semester: Wintersemester	
Studienschwerpunkt: Frankophoner Kulturraum	ECTS-Punkte: 6 Arbeitsaufwand in h: 180 Lehr- und Lernformen in h: Vorlesung 30 h (2 SWS) Seminar 30 h (2 SWS) Eigenarbeit 120 h	
Lernziele Die Studierenden kennen Methoden der Analyse interkultureller Kommunikation können deutsch-französische Kommunikationssituationen unter Einbeziehung ihres Wissens über typische Probleme interkultureller Kommunikation analysieren sind fähig, ihr Wissen und ihre Analysekompetenz auf neue interkulturelle Kommunikationssi- tuationen anzuwenden		
Lehrinhalte Methoden der Analyse interkultureller Kommunikation deutsche und französische Kommunikationsroutinen typische Probleme deutsch-französischer Kommunikation Strategien der erfolgreichen Bewältigung interkultureller Kommunikation Literatur Aktuelle Literatur wird zu Beginn der Veranstaltung bekannt gegeben.		
Voraussetzungen/Vorkenntnisse Erfolgreicher Besuch des Moduls SPR 204		
Leistungsnachweise Art : aP: Belegarbeit (70%) aP: Datenerhebung, Datensitzung (30 %)		

Erstellt am: 05.11.06

Überarbeitet am: 14.10.08

durch: Prof. v. Helmolt

durch: Prof. Fetscher

Modulnummer	Modulname	Dozent(en)
SPR 402	Unternehmens- und Geschäftskommunikation im englischsprachigen Kultur- und Wirtschaftsraum	FG Englisch
Studiengäng(e): Languages and Business Administration	Semester: Wintersemester (Pflichtmodul)	
Studienrichtung(-en)/-schwerpunkt(-e): Frankophoner/hispanophoner/chinesischsprachiger Kulturraum	ECTS-Punkte: 4 Arbeitsaufwand in h: 120 Lehr- und Lernformen in h: Übung: 60 (4 SWS) Selbststudium: 60	
Lernziele: Fähigkeit zur komplexen englischsprachigen mündlichen und schriftlichen Kommunikation innerhalb eines (ggf. internationalen) Unternehmens und zwischen verschiedenen Unternehmen auf internationaler Ebene durch: Erwerb/Erweiterung der dafür erforderlichen sprachlichen Kenntnisse und Fertigkeiten Erkennen und Beachten der Strukturen, Varianten und interkulturellen Unterschiede der für die internationale innerbetriebliche und zwischenbetriebliche Kommunikation typischen mündlichen und schriftlichen Kommunikationseinheiten/Textsorten Die durch das Modul erworbene fremdsprachliche Kompetenz entspricht der Niveaustufe C 1. 1 des Europäischen Referenzrahmens.		
Lehrinhalte: weitere sprachliche Mittel der Telefonkommunikation auf Englisch (Wiederholung/Festigung/Erweiterung aus Grundlagen Wirtschaftsenglisch) Ablauf der Vorbereitung und Durchführung von innerbetrieblichen Besprechungen und die dazugehörigen sprachlichen Mittel; Unterschiede zwischen formellen und informellen Zusammenkünften Verbale und nonverbale Kommunikationsmittel im Verlauf von Präsentationen Textsortentypische Strukturen und sprachliche Realisierungsformen von Protokollen, Berichten und Memos Weiterentwicklung der Strukturen und sprachlichen Mittel in englischsprachiger Handelskorrespondenz – unter Beachtung der Unterschiede BE : AE sowie unterschiedlicher Formalitätsgrade Verbale und nichtverbale Kommunikationsmittel bei Bewerbungen bei ausländischen Firmen (versch. Formen von Lebenslauf u. Bewerbungsschreiben, Führen von Bewerbungsgesprächen) Ablauf der Vorbereitung und Durchführung internationaler geschäftlicher Verhandlungen, die dazugehörigen sprachlichen Mittel und kulturelle Spezifik (einschl. Socializing + Small Talk)		
Literaturangaben: Mark Powell: New Business Matters, Thomson/Heinle 2004 David Cotton, Sue Robbins: Business Class, Longman 1999 Simon Sweeney: English for Business Communication, Cambridge University Press, Cambridge 1997 B. Jean Naterop, Rod Revell : Telephoning in English, Cambridge University Press, Cambridge 1997 René Bosewitz, Robert Kleinschroth: Small Talk for Big Business, Rowohlt Taschenbuch Verlag, Reinbek bei Hamburg 2003 Mark Powell: Presenting in English, Language Teaching Publications, Hove 1996 Malcolm Goodale: Professional Presentations – A Video-Based Course, Cambridge University Press, Cambridge 1998 Rebecca Chapman: English for Emails, Cornelsen, Berlin 2003 Birgit Abegg, Michael Benford: Communication for Business, Max Hueber Verlag, Ismaning 1999 A. Ashley: Oxford Handbook of Commercial Correspondence, Oxford University Press, Oxford 2003		

Jackie Pocklington, Patrik Schulz, Erich Zettl: *Bewerben auf Englisch: Tipps, Vorlagen & Übungen*, Cornelsen, Berlin 2004
Klaus Schürmann, Suzanne Mullins: *Die perfekte Bewerbungsmappe auf Englisch*, Eichborn, Frankfurt 2001
Ron Fry: *101 Great Answers to the Toughest Interview Questions*, Thomson/Delmar Learning 2000

Voraussetzungen/Vorkenntnisse:

Abiturkenntnisse Englisch

Grundlagen Wirtschaftsentenglisch /Äquivalent (z. B. Zertifikat einer Berufsausbildung in der Wirtschaft mit Wirtschaftsentenglisch, CAE, Unicert II wirtschaftsfachsprachlich, Zertifikat der London Chamber of Commerce, TOEIC,...)

Fachsprache Wirtschaftsentenglisch

Leistungsnachweise:

Art: : mündliche Prüfung 30%
 schriftliche Prüfung 40%
 aP: Präsentation 30%

Zeitdauer: 15 Min./Stud.,
 60 Min.

Vorleistungen: keine

Erarbeitet am: 19. 01. 2007

durch: FG Englisch/E. Ho./S. Bu.

Modulnummer WIW 600	Modulname Leistungsprozesse (Materialwirtschaft, Produktions- und Kostentheorie, Produktionswirtschaft)	Dozent(en) Prof. Dr. M. Schwarz
Abschluss: Bachelor of Arts		Semester: Wintersemester
Studiengäng(e): alle BA-/Diplomstudiengänge FB WIWI (PM) alle BA-/Diplomstudiengänge FB Sprachen (PM) Studienrichtung(-en)/-schwerpunkt(-e):		
		ECTS-Punkte: 6 Arbeitsaufwand in h: 180 Lehr- und Lernformen in h: Vorlesung mit integrierter Übung: 90 (6 SWS) Selbststudium: 90
<p>Lernziele</p> <p>Die Studierenden sollen auf Basis allgemeiner produktions- und kostentheoretischer Erklärungsmodelle Ertrags-, Verbrauchs- und Kostenverhalten von Produktionssystemen beschreiben, bestimmen und bewerten können.</p> <p>In Verbindung mit dem erworbenen Wissen sollen die Studierenden Material- und Produktionswirtschaft als grundlegende unternehmerische Leistungsprozesse in Verbindung mit anderen betrieblichen Prozessen und Funktionen kennen lernen und ausgewählte Instrumente und Methoden zur Prozessgestaltung anwenden können.</p> <p>Die Studierenden sollen insbesondere produktionswirtschaftliche Systeme anhand ihrer Bestandteile, Ziele, Aufgaben und Eigenschaften in Unternehmen der Industrie charakterisieren, praxisrelevante Produktionstypen kennen und hinsichtlich ihrer Vor- und Nachteile für die Verwirklichung produktionswirtschaftlicher Ziele bewerten, die Aufgabenstruktur eines Produktionsplanungs- und Produktionssteuerungssystems (PPS-System) erläutern und ausgewählte Verfahren zur Lösung dieser Aufgaben anwenden können.</p> <p>Durch selbstständiges Lösen von Übungsaufgaben zum Ertrags-, Verbrauchs- und Kostenverhalten von Produktionssystemen soll das erworbene Wissen gefestigt werden.</p>		
<p>Lehrinhalte</p> <p><u>Teil Materialwirtschaft:</u></p> <p><i>Einführung</i> Begriffe aus Materialwirtschaft und Logistik, Ziele und Kernaufgaben der Materialwirtschaft, Materialwirtschaftlicher Gestaltungsrahmen, Volks- und betriebswirtschaftliche Bedeutung, Einordnung in die betriebliche Organisation</p> <p><i>Grundlegende materialwirtschaftliche Instrumentarien</i> Verfahren der Materialanalyse, Portfolio-Techniken, Wertanalyse, Materialstandardisierung, Materialnummernsysteme</p> <p><i>Strategisch orientiertes Materialmanagement</i> Beschaffungsmarketing, Materialwirtschaftliche Politikfelder, Beschaffungsplanung</p> <p><i>Operatives Materialmanagement</i> Materialdisposition- Disposition des Materialbedarfs, des Materialbestands und der Materialbestellungen (Ziele und Aufgaben, Materialbedarfsarten, zeitbezogene Kenngrößen, Planungsgrundlagen und ausgewählte Verfahren), Materialbeschaffung (Beschaffungsanbahnung, Beschaffungsabschluss, Beschaffungsabwicklung, Einkaufscontrolling), Materiallagerung, Materialentsorgung</p> <p><u>Teil: Produktions- und Kostentheorie</u></p> <p><i>Betriebswirtschaftliche Grundlagen:</i> Einordnung der Produktions- und Kostentheorie in die Betriebswirtschaftslehre Begriff und Definition der Produktionsfunktion und der Kostenfunktion Substitutionalität und Limitionalität der Produktionsfaktoren <i>Produktionsfunktion vom Typ A (Ertragsgesetz)</i> Ertragsgesetz bei Variation eines Produktionsfaktors: Gesamt-, Grenz- und Durchschnittsertrag; Optimalpunkte des Ertragsgesetzes; Beziehungen zwischen den Ertragskurven; Ableitung der dazugehörigen Kostenfunktion; Gesamt-, Grenz- und Durchschnittskosten; Beziehungen zwischen den Kostenkurven Ertragsgesetz bei Variation mehrerer Produktionsfaktoren</p>		

<p>Isoquantendarstellung; Durchschnitts- und Grenzrate der Substitution Ableitung der dazugehörigen Kostenfunktion Minimalkostenkombination <i>Produktionsfunktion vom Typ B (Verbrauchsfunktion)</i> Problemstellung, Leontief-Produktionsfunktion Begriffe: technischer Leistungsgrad, Intensität, optimale Intensität Minimaler Faktorverbrauch und optimale Intensität Abgeleitete Kostenverläufe <i>Überblick über weitere Produktionsfunktionen</i> <u>Teil: Produktionswirtschaft</u> <i>Abgrenzung eines produktionswirtschaftlichen Systems</i> Systembestandteile Ziele, Aufgaben und Eigenschaften Beziehungen zu anderen produktionsnahen Aufgaben und Prozessen in Unternehmen <i>Systematisierung (Typologie) produktionswirtschaftlicher Systeme</i> Systematisierungszweck elementare und kombinierte Produktionstypen ausgewählte praxisrelevante Produktionstypen (Werkstattfertigung, Konzepte der Gruppenfertigung und der (klassischen) Fließfertigung) Sonderformen der Produktion produktionstypabhängige Aufgaben der Planung und Steuerung der Produktion <i>Produktionswirtschaftlicher Handlungsrahmen</i> Grundsätzliche Aufgaben des strategischen, taktischen und operativen Produktionsmanagement <i>Operatives Produktionsmanagement</i> Aufgaben der operativen Produktgestaltung Modelle und Verfahren der Programmplanung Ausgewählte Planungsaufgaben zur Bereitstellung von Leistungspotentialen Aufgaben der operativen Prozessgestaltung Arbeitsplanung Grundstruktur eines PPS- Systems <i>Übergreifende Aspekte des Produktionsmanagements</i> Produktionsorganisation Produktionscontrolling Umweltschutz Qualitätsmanagement</p>																				
<p>Literatur: Jünemann, R./Beyer, A.: Steuerung von Materialfluß- und Logistiksysteme, Berlin 1998 Koether, R.: Technische Logistik, 2. Aufl., Wien 2001 Pfohl, H.-C.: Logistiksysteme- Betriebswirtschaftliche Grundlagen, 7. Aufl., Berlin 2004 Schulte, G.: Material- und Logistikmanagement, 2. Aufl., Wien 2001 Tempelmeier, H.: Materiallogistik, 6. Aufl., Berlin 2005</p>																				
<p>Voraussetzungen/Vorkenntnisse Kenntnisse der Lehrinhalte des Moduls Einführung in die Wirtschaftswissenschaften</p>																				
<p>Leistungsnachweise</p> <table border="0"> <tr> <td>Art:</td> <td>Gewichtung:</td> <td>Zeitdauer:</td> </tr> <tr> <td>schriftliche Prüfungsleistung (Klausur)</td> <td>100 %</td> <td>180 min</td> </tr> <tr> <td>Teil Produktions- und Kostentheorie</td> <td>33,33 %</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Teil Materialwirtschaft</td> <td>33,33 %</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Teil Produktionswirtschaft</td> <td>33,33 %</td> <td></td> </tr> <tr> <td colspan="3">Vorleistungen: keine</td> </tr> </table>			Art:	Gewichtung:	Zeitdauer:	schriftliche Prüfungsleistung (Klausur)	100 %	180 min	Teil Produktions- und Kostentheorie	33,33 %		Teil Materialwirtschaft	33,33 %		Teil Produktionswirtschaft	33,33 %		Vorleistungen: keine		
Art:	Gewichtung:	Zeitdauer:																		
schriftliche Prüfungsleistung (Klausur)	100 %	180 min																		
Teil Produktions- und Kostentheorie	33,33 %																			
Teil Materialwirtschaft	33,33 %																			
Teil Produktionswirtschaft	33,33 %																			
Vorleistungen: keine																				

Erarbeitet am: 19.04.2006

Durch: Prof. Dr. M. Schwarz

Modulnummer	Modulname	Dozent(en)
WIW501	Unternehmensführung/ Informationsmanagement	Prof. Dr. U. Sadowski, Prof. Dr. A. Steinmann, Prof. Dr. S. Kassel, Prof. Dr. C:A: Schumann, Prof. Dr. T. Teich, Prof. Dr. S. Winkelmann
Abschluss: Bachelor of Arts Studiengäng(e): alle BA-/Diplomstudiengänge FB WIWI (PM) alle BA-/Diplomstudiengänge FB Sprachen (PM) Studienrichtung(-en)/-schwerpunkt(-e):		Semester: Wintersemester ECTS-Punkte: 4 Arbeitsaufwand in h: 120 Lehr- und Lernformen in h: Vorlesung mit integrierter Übung: 60 (4 SWS) Selbststudium: 60
Lernziele Im Modul Unternehmensführung und Informationsmanagement erwerben die Teilnehmer Grundkenntnisse zu den wesentlichen Aspekten aus dem Gebiet der Unternehmensführung und des Informationsmanagements. Die Studierenden verfügen über die Fertigkeit, die komplexen Zusammenhänge im Management unter besonderer Berücksichtigung des Informationsmanagements zu verstehen und zu bewerten. Sie sind in der Lage, einfache Führungsaufgaben wahrzunehmen und die dafür notwendigen Methoden und Mittel der Informations- und Kommunikationstechnologien zu planen, zu managen und anzuwenden. Im Rahmen kleiner Belegaufgaben werden Kompetenzen zur Team-, Kommunikations- und Präsentationsfähigkeit ausgeprägt.		
Lehrinhalte Unternehmensführung Aufgaben des Managements: Führungsfunktionen (Kommunikation, Zielsetzung/Planung, Entscheidung, Motivation, Organisation, Überwachung), Sachfunktionen (Beschaffung, Leistungserstellung, Leistungsverwertung, Finanzierung) Konzeptionen und Methoden im Management: Strategisches Management, Leadership, Organisationskultur, Wissensmanagement, Change-Management, Vision/Leitbild, Innovation, Lean Management, Just in time, TQM, E-Commerce, Business Reengineering, Shareholder-Value, Kundenzufriedenheit Informationsmanagement und Unternehmensführung Informationsmanagement als integraler Teil der Unternehmensführung, Organisation des Informationsmanagement im Unternehmen, Unternehmensführung/Informationsmanagement und Controlling Informationsmanagement Gegenstand und Inhalt: Entwicklung des IM, Begriffswelt IM, Ziele, Objekte, Aufgaben, Modelle Überblick Kernaufgaben: Analyseaufgaben, strategische Aufgaben, Realisierungsaufgaben, operative Aufgaben des IM Überblick Querschnittsaufgaben: Datenmanagement, Personalmanagement, Sicherheits- und Katastrophenmanagement, Qualitätsmanagement, etc. im IM Literatur: Schwarze, J.: Informationsmanagement, Herne; Berlin, 1998 Mertens, P.: Integrierte Informationsverarbeitung 1, 15. Aufl. Wiesbaden 2005 Mertens, P.: Integrierte Informationsverarbeitung 2, 9. Aufl. Wiesbaden 2002 McLeod, R./Schell, G.: Management Information Systems, 9. Aufl. Englewood Cliffs, New Jersey 2003 Riemann, W.O.: Wirtschaftsinformatik, 3. Aufl. München; Wien 2001 Sadowski, U.; Gläss, M.: Strategisches Denken und Handeln, München 2006. Strunz, H.; Dorsch, M.: Management, München und Wien 2001		

Voraussetzungen/Vorkenntnisse

Kenntnisse der Lehrinhalte der Module Einführung in die Wirtschaftswissenschaften und Wirtschaftsinformatik

Leistungsnachweise

Art:
schriftliche Prüfungsleistung
Vorleistungen: **keine**

Gewichtung:
100 %

Zeitdauer:
120 min

Erarbeitet am: 19.04.2006

Durch: Prof. Dr. U. Sadowski / Prof. Dr. C.A. Schumann

Modulnummer	Modulname	Dozent(en)
SPR 207	Fachkommunikation Französisches Recht	FG Französisch
Studiengang(e): Languages and business administration	Semester: Sommersemester	
Studienrichtung(-en)/-schwerpunkt(-e): Schwerpunkt frankophoner Kulturraum	ECTS-Punkte: 4 Arbeitsaufwand in h: 120 Lehr- und Lernformen in h: VÜ 30 Ü 30 Eigenstudium 60	
Lernziele Nach erfolgreicher Teilnahme an den Veranstaltungen des Moduls kennt der Studierende den institutionellen Aufbau des französischen Rechtssystems in seinen wesentlichen Zügen. Er kennt und versteht wesentliche Prinzipien des zivilrechtlichen Verfahrens. Er kennt und versteht die grundlegende Terminologie und die typischen Kollokationen der juristischen Fachsprache vor allem im Hinblick auf die unternehmerische Tätigkeit und ist in der Lage, dieses sprachliche Material mündlich und schriftlich anwenden. Er ist in der Lage, typische Textsorten wie Urteil und Vertrag auf die wesentlichen Inhalte hin zu analysieren und die Ergebnisse in einer angemessenen schriftlichen Form darzustellen. Er ist mit den wesentlichen rechtlichen Aspekten des französischen Einzelunternehmens und des französischen Gesellschaftsunternehmens vertraut. Er ist in der Lage, Texte mit einem mittleren Schwierigkeitsgrad, die sich mit dieser Thematik befassen, sprachlich und inhaltlich gut zu erfassen und sich darüber schriftlich und mündlich zu verständigen. Die erworbene rechtssprachliche Kompetenz beinhaltet auch übersetzerische Fähigkeiten in den vorgenannten Bereichen vornehmlich in der Übersetzungsrichtung Französisch – Deutsch. Der Studierende ist in der Lage, Vergleiche wichtiger Termini der deutschen und französischen Fachsystematik im Hinblick auf wesentliche Bedeutungsunterschiede vorzunehmen. An Schlüsselqualifikationen werden vermittelt: (begriffs)analytische Fähigkeiten, Internetrecherche über juristische Sachverhalte, kritisches Denkvermögen, Ursache-Wirkungsbeziehungen. Die erworbene sprachliche Kompetenz entspricht der Niveaustufe C 1.1 des Europäischen Referenzrahmens.		
Lehrinhalte Französische Rechtssprache und ihre Grundbegriffe - Recht als notwendiger Rahmen wirtschaftlicher Aktivität - Politische, öffentliche und private Institutionen auf nationaler und europäischer Ebene - der Rechtsbegriff, geschriebene und ungeschriebene Grundlagen des heutigen Rechts - Organisation des französischen Gerichtswesens und Grundsätze des Zivilprozesses - Einfluss des europäischen Rechts auf das nationale Recht - Rechtsgeschäft / Rechtshandlung versus juristische Tatsache, Beweis - der Vertrag : Willenserklärung, Vertragsfreiheit, Vertragstypologie, Gültigkeit / Nichtigkeit des Vertrags - Erfüllung / Nichterfüllung des Vertrags, vertragliche Pflichten, Vertragsmängel - zivilrechtliche und strafrechtliche Haftung, Schadensersatz - Analyse eines französischen Gerichtsurteils - Analyse eines französischen Vertrags - rechtliche Aspekte des Unternehmensbegriffs, juristische Person, Konzern, wirtschaftliche Interessengemeinschaft, handelsrechtliche Gesellschaft, Kaufmannseigenschaft, Geschäftstätigkeit - Einzelunternehmen mit und ohne eigene Rechtspersönlichkeit - Gesellschaftsunternehmen, Gesellschaftsvertrag (Satzung), Personengesellschaften, Kapitalgesellschaften		
Literatur - André Bollard u.a. (2005) : Droit. Première Année BTS Tertiaires. Delagrave. - Jean-Luc Penfornis (1999) : Le Français du Droit. CLE International.		

- Michel Soignet (2003): Le Français Juridique. Droit – Administration – Affaires . Paris: Hachette.- -
- Patrick Courbe (1999): Introduction générale au droit. Paris: Dalloz.
- Hans Jürgen Sonnenberger / Christian Autexier (2000): Einführung in das französische Recht. Heidelberg: Recht und Wirtschaft.
- Gérard Cornu : Vocabulaire Juridique. Presses Universitaires de France.
- Citim. Un outil d’auto-formation pour mieux comprendre le monde du travail. (<http://www.velay.greta.fr>)
- Otto Kaufmann (2004): Wörterbuch Arbeits- und Sozialrecht. Französisch-Deutsch / Deutsch-Französisch. München: C.H. Beck.
- Les aspects théoriques et pratiques de la traduction juridique. (<http://www.theses.ulaval.ca/2003/21362/ch03.html>)
- Michel Sparer (2002): Peut-on faire de la traduction juridique ? Comment doit-on l’enseigner ? (<http://www.erudit.org/revue/meta/2002/v47/n2/008014ar.pdf>)
- Sprachvergleich und Übersetzen im Recht. In: Reiner Arntz (2001): Fachbezogene Mehrsprachigkeit in Recht und Technik. Hildesheim: Olms. 206-333.

Voraussetzungen/Vorkenntnisse

Niveaustufe B 2.2

Lektüre des Aufsatzes: Les aspects théoriques et pratiques de la traduction juridique.

Leistungsnachweise

Art: **schriftliche Prüfung 70%**

Zeitdauer: **90 Minuten**

Belegarbeit 30% (Begriffsvergleich)

Vorleistungen:

Bearbeitet letztmalig am 20.10.08 durch: Prof. Dr. Franz Schneider/Frau Anne-Catherine Gonnot/Prof. Dr. Mario Oesterreicher

Modulnummer SPR 208	Modulname Vorbereitung auf den Auslandsaufenthalt	Dozent(en) FG Französisch/ FG IKK
Studiengang: Languages and Business Administration	Semester: Sommersemester	
Studienrichtung(-en)/-schwerpunkt(-e): Frankophoner Kulturraum	ECTS-Punkte: 6 Arbeitsaufwand in h: ca. 180 Lehr- und Lernformen in h: VÜ 30 VÜ 30 S 30 Selbststudium 90	
Lernziele <p>Die Studierenden kennen wesentliche Sachverhalte, die die aktuelle französische Gesellschaft und die in dieser Gesellschaft lebenden und arbeitenden Franzosen kennzeichnen. Sie kennen auch deren historische Dimensionen. Sie verstehen das Denken, Fühlen und Verhalten der Franzosen in wichtigen Lebensbereichen. Auf Grund dieser Kenntnisse und dieses Verstehens sind sie in der Lage, sich in Situationen des alltäglichen und beruflichen Lebens in Frankreich angemessen zu verhalten. Sie sind in der Lage, geistig anregende Gespräche mit Franzosen über die französische Gesellschaft zu führen.</p> <p>Die Studierenden sind in der Lage, sich innerhalb und im lokalen Kontext einer französischen Hochschule sicher zu bewegen und die dort anfallenden Formalitäten zu bewältigen. Sie sind in der Lage, selbstständig einen Praktikumsplatz zu suchen und einen Praktikumsbericht nach vorgegebenen Kriterien zu schreiben.</p> <p>Die Studierenden sind in der Lage, eine wissenschaftliche Arbeit unter Anwendung der hierfür erforderlichen Techniken und Methoden zu schreiben. Dies schließt die Kenntnis und die Anwendung der für den frankophonen Kulturraum üblichen Konventionen ein. Sie sind in der Lage, Themen für eine Bachelorarbeit strukturiert darzustellen. Sie sind in der Lage, die wichtigsten Methoden der Feldforschung anzuwenden.</p> <p>Schlüsselqualifikationen: soziale Kompetenz, Kooperationsfähigkeit, Teamkompetenz, Wissensmanagement, Medienfertigkeiten, Planungs- und Problemlösungsfertigkeiten, Informationsverarbeitung, Präsentationsfähigkeit</p> <p>Die erworbene sprachliche Kompetenz entspricht der Niveaustufe C 1.1 des Europäischen Referenzrahmens.</p>		
Lehrinhalte <p>1. Sozio-kulturelle Merkmale der Franzosen Die republikanischen Merkmale der französischen Nation Das Verhältnis der Franzosen</p> <ul style="list-style-type: none">- zu Gesetzen und Vorschriften- zu Glauben, Aberglauben und Moral- zu Glück und Humor- zu Geschichte und zu Traditionen- zu ihrer Sprache <p>Individualismus und das Bedürfnis sich zu unterscheiden Die Rolle des Intellektuellen in der französischen Gesellschaft Rituelle Merkmale wichtiger Lebensereignisse wie Geburt, Kommunion, Hochzeit, Tod, der Sonntag. Trink- und Essgewohnheiten Die Beziehung Mann – Frau Die französische Familie Die sozialen Beziehungen zu Freunden, Bekannten, Nachbarn Höflichkeit und Regeln guter Umgangsformen</p> <p>Literatur : - Aktuelle Literatur wird zu Beginn der Veranstaltung bekannt gegeben.</p> <p>2. Vorbereitung auf Studium und Praktikum im Ausland Die Partnerhochschulen des Ziellandes, ihre Lehrangebote und erwarteten Anforderungen. Rechtliche Grundlagen: Auslandsordnung, Immatrikulations- und Prüfungsmodalitäten.</p>		

Sonstige Formalia: Prüfungsordnung, Studienordnung, Ordnung über das berufspraktische Studiensemester im Ausland (OBSA). Praktikumssuche: rechtliche Grundlagen und Formalia des Praktikums, Bewerbungsstrategien für eine Praktikumsstelle im frankophonen Zielland. Bewerbungstrainings mit mündlichen und schriftlichen Übungen, Inhalte eines Praktikums. Kriterien für die Erstellung eines Praktikumsberichts. Einübung häufig geforderter Fertigkeiten und Fähigkeiten im Bereich der betrieblichen Kommunikation wie z.B. des Telefonierens, des Übersetzens, der Erstellung von Präsentationen etc.

Literatur Aktuelle Literatur wird zu Beginn der Veranstaltung bekannt gegeben.

3. Wissenschaftliches Arbeiten / Methodentraining

Lese- und Schreibtechniken zur Rezeption und Produktion wissenschaftlicher Texte nach in germanophonen und frankophonen Kulturräumen gültigen Standards.

Recherchiertechniken und Recherchemöglichkeiten zur Auffindung der relevanten wissenschaftlichen Literatur ausgewählter Themenbereiche.

Generieren von Untersuchungsthemen einschließlich vorausschauender Themenfindung für eine Bachelorarbeit, die dem Profil des Studiengangs entspricht. Dabei Einbeziehung des Literaturdienstes Frankreich des Deutsch-Französischen Instituts in Ludwigsburg.

Einführung in die Theorie und Praxis der empirischen Forschung, wichtige Methoden und Techniken der Datenerhebung, Anwendungsfelder der qualitativen Forschung (Interviews, Aufnahme authentischer Gespräche, Beobachtungsverfahren, gruppenorientierte Methoden etc.). Übungen zum Trainieren der Schlüsselqualifikationen wie Informationsverarbeitung, Teamkompetenz, Präsentationsfähigkeit etc.

Literatur Aktuelle Literatur wird zu Beginn der Veranstaltung bekannt gegeben.

Voraussetzungen/Vorkenntnisse: Niveaustufe B 2.2

Leistungsnachweise

Art: schriftliche Prüfung 80%

Zeitdauer: 90 min.

Belegarbeit 20% Skizzierung von Untersuchungsbereichen zum Thema Gesellschaft und Wirtschaft Frankreichs (Quelle u.a.: „Literaturdienst Frankreich“)

Vorleistungen:

Bearbeitet letztmalig am 20.10.08 durch: Prof. Dr. Franz Schneider/Frau Anne-Catherine Gonnot/Prof. Dr. Mario Oesterreicher/Prof. Fetscher

Modulnummer SPR 403	Modulname Englisch für das wirtschaftliche Fachprofil	Dozent(en) FG Englisch
Studiengang(e): Languages and Business Administration		Semester: Sommersemester - Pflichtmodul
Studienrichtung(-en)/-schwerpunkt(-e): Frankophoner/hispanophoner/chinesisch- sprachiger Kulturraum		ECTS-Punkte: 4 Arbeitsaufwand in h: 120 Lehr- und Lernformen in h: Seminar: 60 h (4 SWS) Selbststudium: 60 h
Lernziele Dieses Modul dient dazu, die Studierenden zur englischsprachigen Kommunikation in typischen Situationen des gewählten Wirtschaftsfachprofils zu befähigen. Entsprechend den für den Studiengang „Languages and Business Administration“ wählbaren Wirtschaftsfachprofilen bietet das Modul 5 Optionen Marketing Logistik Unternehmensführung Human Resources Management Wirtschaftsinformatik an. Die in den Pflichtmodulen „Fachsprache Wirtschaftsenglisch“ und „Unternehmens- und Geschäftskommunikation im englischsprachigen Kultur- und Wirtschaftsraum“ erworbenen Kenntnisse und Fähigkeiten werden in diesem Modul vertieft, um die für das jeweilige Wirtschaftsfachprofil charakteristische Spezifik erweitert sowie auf nationaler und internationaler Ebene intensiv beleuchtet. Im Einzelnen sollen die Studierenden die in den Pflichtmodulen „Fachsprache Wirtschaftsenglisch“ und „Unternehmens- und Geschäftskommunikation im englischsprachigen Kultur- und Wirtschaftsraum“ erworbenen sprachlichen und fachspezifischen Kenntnisse und Fähigkeiten durch die Diskussion und Analyse praxisnaher englischsprachiger Fachlehrwerke und Fallstudien zu den Bereichen des jeweiligen Fachprofils weiterentwickeln und vertiefen. sich durch das eigenständige Auseinandersetzen mit themenbezogenen englischen Artikeln und Berichten in Zeitungen, TV, Radio und Internet effiziente Arbeitsmethoden aneignen, die sie befähigen, auch im späteren Berufsleben kontinuierlich ihren Wortschatz und ihre Grammatikkompetenz in den genannten Wirtschaftsbereichen zu erweitern mit den in Präsenz und im Selbststudium vertieften sprachlichen und fachspezifischen Kenntnissen im mündlichen und schriftlichen Kontext z. B. in Diskussionen, Vorträgen sowie schriftlichen Arbeiten zu den Themen des Wirtschaftsfachprofils sicher umgehen lernen die vertieften Kenntnisse und Fertigkeiten in praxisnahen Situationen und Gruppenprojekten trainieren und sich auf diese Weise intensiv auf englischsprachige Situationen und Anforderungen auf dem Gebiet des gewählten Wirtschaftsfachprofils in ihrem späteren Berufsleben im In- und Ausland vorbereiten Die durch das Modul erworbene fremdsprachliche Kompetenz entspricht der Niveaustufe C 1. 2 des Europäischen Referenzrahmens.		
Lehrinhalte Option A): Marketing Marketingkonzepte/-modelle und -strategien Marketing auf regionaler, nationaler und internationaler Ebene Produkte und Marken im globalen Markt Globale Werbestrategien, Werbekanäle und Werbemittel im globalen Markt Werbung und Sprache im globalen Markt Verkauf, Verkaufsverhandlungen und Preisstrategien im globalen Markt Marketing und Internet (E-Commerce und E-Marketing) Marketing und Umwelt Marketing und Ethik Fallanalysen internationaler Marketing-Projekte <u>Literaturangaben:</u>		

Jeremy Comfort, Nick Brieger: Marketing, Prentice Hall International, 1999
Ian MacKenzie: Management and Marketing, Thomson/Heinle 1997
Nick Brieger, Jeremy Comfort: Advanced Business Contact, Phoenix ELT
Maggie-Jo St John: Marketing, Prentice Hall International, 1992
Aktuelle Artikel aus Financial Times, TIME, The Economist ... und dem Internet
Sylee Gore: English for marketing and Advertising, Cornelsen, Berlin 2006

Option B): Logistik

Logistische Konzepte
Logistik auf regionaler, nationaler und internationaler Ebene
Verbindung von Produktion und Distribution
Produktionsabläufe sowie Lagerungs-, Verpackungs- und Vertriebssysteme
Logistik und Supply Chain Management
Just-In-Time Management
Logistik in Import und Export: Verhandlungen und Dokumentation
Informationsfluss in der Logistik (Logistik und IT)
Logistik und Umwelt
Logistik und Ethik
Fallanalysen logistischer Probleme

Literaturangaben:

Lau, Susan et al.: Freight Matters – Englisch für Speditionskaufleute, Cornelsen
Simon Kent et al.: Market Leader – Upper Intermediate New Edition, Pearson Longman
Iwonna Dubicka, Margaret O' Keeffe: Market Leader – Advanced, Pearson Longman
Gabi Galster, Christine Rupp: Wirtschaftsenglisch für Studium und Beruf, Oldenbourg Wissenschaftsverlag 2006
Frances O' Riordan, Doris Lehniger: Business 21, Oldenbourg Wissenschaftsverlag 2002
Aktuelle Artikel aus Wirtschaftszeitungen und -zeitschriften (Financial Times, The Economist,...) und aus dem Internet

Option C): Unternehmensführung

Unternehmensbegriff und Unternehmerpersönlichkeit
Mitarbeiterführung (Organizational Leadership)
Corporate Governance and Ethics
Corporate Identity and Corporate Design
Interkulturelle Aspekte der Unternehmensführung
Fallstudien

Literaturangaben:

Philip A. Wickham: Strategic Entrepreneurship, Pearson Education Ltd., Harlow 2001
Bob de Wit, Ron Meyer: Strategy – Process, Content, Context, Thomson Learning, London 1998
Jochen Piontek: Controlling, Oldenbourg Wissenschaftsverlag 2004
Aktuelle Artikel aus englischsprachigen Wirtschaftszeitungen und –zeitschriften (Financial Times, The Economist,...) und aus dem Internet

Option D): Human Resources Management

Begriff und Rolle des HR Managements
Analyse von Stellenanforderungen; Stellen- und Einstellungsplanung
Gestaltung von Stellenanzeigen; Auswahl von Kandidaten, Führen von Vorstellungsgesprächen, Schreiben von Zusagen und Ablehnungen
Personalentwicklung und Karrieremanagement
Vergütung und materielle Anreize
Rechtliche Aspekte des Personalmanagements
Interkulturelle Herausforderungen in der internationalen Arbeitswelt

Literaturangaben:

Nick Brieger, Jeremy Comfort: Personnel, Prentice Hall International, Hartfordshire 1992
English for Human Resources, Cornelsen, Berlin 2005
Aktuelle Artikel aus Wirtschaftszeitungen und –zeitschriften (Financial Times, The Economist,...) und aus dem Internet

Option E): Wirtschaftsinformatik

<p>Komponenten eines Computer-Systems Arten von Software und ihre Nutzung Betriebliche Informationssysteme (produkt- und prozessorientierte) SAP – in Organisationen und der Unternehmensführung, HR Management, Logistik, Controlling PDM (Produkt-Daten-Management)-System E-Commerce <u>Literaturangaben:</u> Glendinning, E. H.; McEwan, J.: Oxford English for Information Technology, 2nd edition, Oxford University Press Computer-Englisch 1 + 2, Lützenkirchen Lehrsysteme Infotech – English for Computer Users, 3rd edition, Cambridge University Press IT Milestones – Englisch für alle Computer- und IT-Berufe, Klett Fachzeitschriften, z. B. Computer World, Knowledge and Information Systems (Springer), SAP Professional Journal, UPGRADE – The European Journal for Informatics Professionals ... Internet</p>
<p>Voraussetzungen/Vorkenntnisse Pflichtmodule „Fachsprache Wirtschaftsenglisch“ und „Unternehmens- und Geschäftskommunikation im englischsprachigen Kultur- und Wirtschaftsraum“</p>
<p>Leistungsnachweise: Art: aP: Belegarbeit 80% aP: Präsentation 20 % Vorleistungen: keine</p>

Erarbeitet am: 19.01.2007

durch: A. Hei/E. Ho./Th. Ri.

Modulnummer WIW316	Modulname Recht	Dozent(en) Prof. Dr. J. Gruber D.E.A. (Paris I)
Abschluss: Bachelor of Arts		Semester: Sommersemester/Wintersemester
Studiengang(e): alle BA-/Diplomstudiengänge FB Sprachen (WPM)		ECTS-Punkte: 4
Studienrichtung(-en)/-schwerpunkt(-e): Alle Studienschwerpunkte		Arbeitsaufwand in h: 120 Lehr- und Lernformen in h: Vorlesung: 60 (4 SWS) Selbststudium: 60
Lernziele Die Studierenden werden befähigt, Lebenssachverhalte unter juristischen Gesichtspunkten zu erfassen und auszuwerten. Dies umfasst zum einen die Vermittlung von juristischen Grundkenntnissen. Zum anderen sollen die Studierenden üben, einen Sachverhalt genau zu analysieren und ein Ergebnis durch einen logischen Aufbau der Argumente zu begründen.		
Lehrinhalte <i>Arbeitsrecht</i> A) <i>Grundlagen</i> 1. Rechtsschutz und Rechtsgrundlagen 2. Die Begründung von Arbeitsverhältnissen 3. Inhalt des Arbeitsverhältnisses 4. Kündigung und Vertragsaufhebung 5. Folgen der Beendigung von Arbeitsverhältnissen 6. Haftungsfragen B) <i>Einzelfragen</i> 7. Besonderheiten beim Betriebsübergang 8. Befristung von Arbeitsverhältnissen und Teilzeitarbeit 9. Leiharbeitsverhältnisse 10. Arbeitnehmererfinderrecht 11. Deutsches Internationales Arbeitsrecht 12. Betriebsverfassungsrecht 13. Arbeitskampfrecht 14. Arbeitsverhältnisse in der Insolvenz 15. Exkurs: Sozialrecht Literaturhinweis: Skript „Arbeitsrecht“ im Intranet unter Y:/Lehre/WIWI/FG Recht/Prof. Gruber J. Gruber, Standardfälle Arbeitsrecht, 2. Aufl. 2006, Jan Niederle Media Wörlen/Kokemoor, Arbeitsrecht, 7. Aufl. 2005, Heymanns Verlag <i>Gesellschaftsrecht</i> Grundzüge des Rechts der GbR, OHG, KG, AG, GmbH, GmbH+Co.KG, der Partnerschaftsgesellschaft sowie Kooperationsmöglichkeiten in Europa Es geht um die Vermittlung und Aneignung von juristischen Kenntnissen dieser Gesellschaftsformen zu: Gemeinsamkeiten der Unternehmensformen, Spezifik der Unternehmensformen, Begriff / Rechtsnatur, wirtschaftliche Bedeutung, Gründung, Geschäftsführung und Vertretung, Rechte-Pflichtenlage der Gesellschafter, Haftungssystem, Wechsel von Gesellschaftern Literaturhinweis: J. Gruber, Handelsrecht – schnell erfasst, 5. Aufl. 2006, Springer Verlag R. Wörlen, Handelsrecht, 8. Aufl. 2006, Heymanns Verlag		
Voraussetzungen/Vorkenntnisse: Keine		
Leistungsnachweise		
Art: schriftliche Prüfungsleistung Vorleistungen:	Gewichtung: 100 %	Zeitdauer: 90 min

Erarbeitet am: 22.11.2006

durch: Prof. Dr. J. Gruber

Modulnummer SPR 209	Modulname Auslandsmodul Französische Sprache/ Kommunikation	Dozent(en) (Lehrende an frz. Partnerhochschule)
Studiengang: Languages and Business Administration –		Semester: Wintersemester
Schwerpunkt: frankophoner Kulturraum		ECTS-Punkte: min. 4 - max. 8 Arbeitsaufwand in h: min. 120 – max. 240 Lehr- und Lernformen in h: Seminar Selbststudium Die genaue Verteilung wird an der jeweiligen Partnerhochschule festgelegt.
Lernziele Fachspezifische Lernziele In diesem Modul steht die Vertiefung der Kenntnisse in einer oder mehrerer moderner Fremdsprachen im Vordergrund, wobei jeweils auf das Eingangsniveau der Studierenden aufgebaut werden soll. Im Französischen dient das Modul vor allem zur Verbesserung der französischen Kommunikation im persönlichen und geschäftlichen Alltag, wobei die Erweiterung der Kommunikationsfähigkeit (beispielsweise auch im Bereich der Rhetorik und der Gesprächsführung) eine wesentliche Rolle spielt. Das Modul kann durch weitere Fremdsprachen ergänzt werden, wobei hierbei vor allem die gewählten Zweit- bzw. Drittsprachen im Mittelpunkt stehen sollten. Die erreichte Kompetenzstufe entspricht der Niveaustufe C 1.2 des Europäischen Referenzrahmens		
Lehrinhalte Die Angebote im Fach Französisch und anderen Fremdsprachen sind an den verschiedenen Partnerhochschulen nicht einheitlich. Es muss deshalb den Studierenden überlassen bleiben, ihre Auswahl je nach den von ihnen in Deutschland gewählten Fremdsprachen zu treffen. Auf eine genaue Themenvorgabe soll deshalb an dieser Stelle verzichtet werden. Die Kursangebote in den modernen Sprachen werden häufig allgemein mit Anglais bzw. Espagnol etc. angegeben. Was das Französische betrifft, so können die von den Studierenden gewählten Kurse deshalb allgemeiner Natur sein, beispielsweise Français de niveau avancé, oder spezifischer Art, beispielsweise Communication externe (Externe Kommunikation), Méthodologie de la communication (Methodologie der Kommunikation), Expression et Communication (Ausdrucks- und Kommunikationsfähigkeit) oder Français économique (Wirtschaftsfranzösisch). Sie können auch aus dem Bereich Französisch als Fremdsprache (Français langue étrangère) kommen, der jedoch nicht von allen Partnerhochschulen angeboten wird. Literatur Literaturhinweise werden an der jeweiligen Partnerhochschule gegeben.		
Voraussetzungen/Vorkenntnisse: Französisch C 1.1 des Europäischen Referenzrahmens		
Leistungsnachweise Art/ Vorleistungen: Die Art der Leistungsnachweise und ggf. Vorleistungen werden an der jeweiligen Partnerhochschule festgelegt.		

Bearbeitet letztmalig am 20.10.08 durch: Prof. Dr. Franz Schneider/Frau Anne-Catherine Gonnot/Prof. Dr. Mario Oesterreicher

Modulnummer	Modulname	Dozent(en)
SPR 210	Auslandsmodul Kultur/Psychologie/ Soziologie u. ä.	Lehrende an frz. Partnerhochschule)
Studiengang: Languages and Business Administration – Schwerpunkt frankophoner Wirtschaftsraum		Semester: Wintersemester ECTS-Punkte: min. 4 – max. 8 Arbeitsaufwand in h: min. 120 – max. 240 Lehr- und Lernformen in h: Seminar Selbststudium Die genaue Verteilung wird an der jeweiligen Partnerhochschule festgelegt.
Lernziele Das Modul Kultur soll in erster Linie zum besseren Verständnis der französischen Kultur beitragen. Im Vordergrund stehen soll hierbei eine Vertiefung der bereits in den Kulturstudien an der FH Zwickau erworbenen Kenntnisse. Belegt werden können auch Veranstaltungen mit einem spezifisch interkulturellen Ansatz. In sie können die in den Interkulturellen Studien und in dem Interkulturellen Training an der FH Zwickau erworbenen Kenntnisse und Fähigkeiten eingebracht und weiterentwickelt werden. Die in diesem Modul erworbenen Kenntnisse und Fähigkeiten dienen dazu empathisch fundierte Verhaltenseinstellungen zu erzeugen, die eine weitgehend konfliktfreie, konsensorientierte Form der Kommunikation mit den Mitgliedern der Zielkultur befördern.		
Lehrinhalte Erfahrungsgemäß fällt in diesem Bereich das Angebot der französischen Partnerhochschulen sehr unterschiedlich aus. Es ist deshalb möglich, Lehrveranstaltungen mit politischen, soziologischen, psychologischen, philosophischen, historischen, geografischen Angeboten zu belegen. Ebenso können Veranstaltungen von Bindestrichdisziplinen (z.B. Sozialpsychologie u.ä.) besucht werden. Konkret können die in diesem Modul zu besuchenden Veranstaltungen z.B. heißen: Civilisation (Landeskunde), Histoire et culture françaises (Geschichte und Kultur Frankreichs), Psycho-Sociologie des organisations (Psycho-Soziologie von Organisationen), Psychologie sociale (Sozialpsychologie) oder Intercultural Studies. Literatur Literaturhinweise werden an der jeweiligen Partnerhochschule gegeben.		
Voraussetzungen/Vorkenntnisse: C 1.1 des Europäischen Referenzrahmens		
Leistungsnachweise Art / Vorleistungen: Die Art der Leistungsnachweise und ggf. Vorleistungen werden an der jeweiligen Partnerhochschule festgelegt.		

Bearbeitet letztmalig am 20.10.08 durch: Prof. Dr. Franz Schneider/Frau Anne-Catherine Gonnot/Prof. Dr. Mario Oesterreicher

Modulnummer SPR 211	Modulname Auslandsmodul BWL	Dozent(en) (Lehrende an frz. Partnerhochschule)
Studiengang: Languages and Business Administration – Schwerpunkt: frankophoner Kulturraum	Semester: Wintersemester ECTS-Punkte: min. 6 – max. 10 Arbeitsaufwand in h: min. 180 – 300 Lehr- und Lernformen in h: Seminar Selbststudium Anfertigung einer Belegarbeit Die genaue Verteilung wird an der jeweiligen Partnerhochschule festgelegt.	
Lernziele Das Modul baut sowohl auf betriebswirtschaftlichen Grundkenntnissen auf, die in den ersten drei Semestern erworben wurden, als auch auf Kenntnissen, die in einem betriebswirtschaftlichen Schwerpunkt im 4. Semester erworben wurden. Es handelt sich hierbei um Kenntnisse, die an der WHZ vermittelt wurden und dort auch fachsprachlich und terminologisch für die Anwendung im französischsprachigen Kontext aufbereitet und vorbereitet wurden. Im französischen Hochschulkontext werden die fachlichen Kenntnisse auf die französische betriebswirtschaftliche Systematik transferiert, aber auch vor diesem neuen Hintergrund problematisiert und modifiziert. Die fachliche Progression liegt weniger in der Erarbeitung neuer betriebswirtschaftlicher Bereiche als in der konzeptuellen Modifizierung und damit der Aspektbereicherung von bisher schon in der Regel Bekanntem. Die sprachliche Progression schlägt sich in der Entwicklung vom zum C1.1 zum C 1.2-Niveau des Europäischen Referenzrahmens nieder. Die Inhalte dieses Moduls sollen zur Lösung von betriebswirtschaftlichen Problemstellungen in einem Unternehmen im frankophonen Wirtschaftsraum befähigen als auch zum Verständnis solcher Problemstellungen, wenn sich diese im Rahmen deutsch-französischer Geschäftsbeziehungen ergeben.		
Lehrinhalte Die von den Studierenden gewählten Lehrveranstaltungen sollten aus folgenden Bereichen kommen: Buchführung und Rechnungswesen (Comptabilité), Finanzierung (Finance, Gestion financière), Personalwesen bzw. Personalführung (Gestion des ressources humaines), Marketing (Marketing), Logistik (Gestion opérationnelle et logistique), Unternehmensführung bzw. Unternehmensstrategie (Stratégie d'entreprises) oder Management. Bei der Auswahl der Veranstaltungen ist dem gewählten Schwerpunktfach besondere Bedeutung einzuräumen. Die Lehrveranstaltungen können je nach Angebot der französischen Partnerhochschule zusammengestellt werden.		
Literatur Literaturhinweise werden an der jeweiligen Partnerhochschule gegeben.		
Voraussetzungen/Vorkenntnisse: C 1.1 des Europäischen Referenzrahmens		
Leistungsnachweise Art / Vorleistungen: Die Art der Leistungsnachweise und ggf. Vorleistungen werden an der jeweiligen Partnerhochschule festgelegt.		

Erarbeitet am: 21.12.06

durch: Prof. Dr. Franz Schneider

Modulnummer SPR 212	Modulname Auslandsmodul VWL	Dozent(en) (Lehrende an frz. Partnerhochschule)
Studiengang: Languages and Business Administration – Schwerpunkt : frankophoner Kulturraum		Semester: Wintersemester ECTS-Punkte: min. 2 – max. 6 Arbeitsaufwand in h: min. 60 – max. 180 Lehr- und Lernformen in h: Seminar Selbststudium Anfertigung einer Belegarbeit Die genaue Verteilung wird an der jeweiligen Partnerhochschule festgelegt.
Lernziele Fachspezifische Lernziele Das Modul baut auf volkswirtschaftlichen Grundkenntnissen auf, die im bisherigen muttersprachlichen Fachstudium an der WHZ erworben wurden. In französischsprachigen Veranstaltungen erfolgte auch eine fachsprachliche und terminologische Vorbereitung auf das Auslandsstudium. Im französischen Hochschulkontext werden die fachlichen Kenntnisse auf die französische volkswirtschaftliche Systematik transferiert, aber auch vor diesem neuen Hintergrund problematisiert und modifiziert. Die fachliche Progression liegt sowohl in der konzeptuellen Modifizierung und damit der Aspektbereicherung von bisher schon Bekanntem als auch in der Erzielung einer besseren Kenntnis der französischen Volkswirtschaft. Fachliche Erweiterungen ergeben sich außerdem durch das Einbringen volkswirtschaftlicher und politischer Fragestellungen im internationalen Kontext, z.B. solche des internationalen Handels, solche der Europäischen Union oder solche der Geopolitik u.ä. Die Inhalte dieses Moduls schaffen einen mehr in die Breite als in die Tiefe zielenden volkswirtschaftlichen Verstehenshintergrund für ein effizientes einzelbetriebswirtschaftliches Handeln in einem internationalen Kontext. Die sprachliche Progression schlägt sich deutlich in der Entwicklung vom B2 zum C1-Niveau des Europäischen Referenzrahmens nieder.		
Lehrinhalte Die in diesem Modul zur „économie (générale / politique)“ ausgewählten Lehrveranstaltungen vermitteln Studierenden einen Überblick über die französische Volkswirtschaft auf der Basis zentraler volkswirtschaftlicher Begriffe (production, répartition, consommation, inflation, chômage etc.). Darüber hinaus werden volkswirtschaftliche Fragestellungen im internationalen Kontext studiert. Entsprechende Lehrveranstaltungen können beispielsweise sein: Außenwirtschaftliche Transaktionen (échanges), Außenhandelspolitik (politique du commerce extérieur), Wirtschaftspolitik der Europäischen Union u.a. Literatur Literaturhinweise werden an der jeweiligen Partnerhochschule gegeben.		
Voraussetzungen/Vorkenntnisse: Niveaustufe C 1.1 des Europäischen Referenzrahmens		
Leistungsnachweise Art / Vorleistungen: Die Art der Leistungsnachweise und ggf. Vorleistungen werden an der jeweiligen Partnerhochschule festgelegt.		

Erarbeitet am: 21.12.06

durch: Prof. Franz Schneider

Modulnummer SPR 213	Modulname Auslandsmodul Recht	Dozent(en) (Lehrende an frz. Partnerhochschule)
Studiengang: Languages and Business Administration – Schwerpunkt: frankophoner Kulturraum	Semester: Wintersemester ECTS-Punkte: min. 2 – max. 8 Arbeitsaufwand in h: min. 60 – max. 240 Lehr- und Lernformen in h: Seminar Selbststudium Die genaue Verteilung wird an der jeweiligen Partnerhochschule festgelegt.	
Lernziele Fachspezifische Lernziele Das Modul baut auf einer zweifachen Vorarbeit an der WHZ auf. Zum einen auf einer französischsprachigen Vorbereitung in die französische Rechtssprache, zum anderen auf einer deutschsprachigen Vorbereitung in Grundlagen des französischen Gesellschafts-, Vertrags- und Arbeitsrechts. Der Studierende erhält neben grundlegenden auch vertiefende Einsichten in ein oder mehrere französische Rechtsgebiete und die entsprechenden typischen Denkweisen. Er kann diese in französischer Sprache darstellen. Auf Grund von impliziten Vergleichsmöglichkeiten mit den an der WHZ schon erworbenen Kenntnissen wird er für sprachliche, terminologische und konzeptuelle Unterschiede zwischen dem deutschen und dem französischen Recht sensibilisiert. Die erworbenen Fähigkeiten sind für ein einfaches rechtsbezogenes Handeln im Geschäftsleben im französischen Wirtschaftsraum oder in Geschäftskontakten mit diesem Raum nützlich.		
Lehrinhalte Lehrveranstaltungen an den französischen Partnerhochschulen sollten möglichst aus folgenden Bereichen ausgewählt werden: Schuldrecht bzw. Vertragsrecht (obligations), Sachenrecht (biens et droits réels), Wirtschaftsrecht (droit des affaires), Arbeits- und Sozialrecht (droit du travail et droit social) oder auch aus spezielleren ausbildungsadäquaten Rechtsgebieten wie Recht der Werbung (droit de la publicité), Vertriebsrecht (droit de la distribution)		
Literatur Literaturhinweise werden an der jeweiligen Partnerhochschule gegeben.		
Voraussetzungen/Vorkenntnisse: Niveaustufe C 1.1 des Europäischen Referenzrahmens. Modul Recht an der WHZ		
Leistungsnachweise Art / Vorleistungen Die Art der Leistungsnachweise und ggf. Vorleistungen werden an der jeweiligen Partnerhochschule festgelegt.		

Erarbeitet am: 21.12.06

durch: Prof. Dr. Franz Schneider

Bei Nichterreicherung der erforderlichen 30 Leistungspunkte für das Auslandsstudium sind über die beschriebenen Auslandsmodule hinaus weitere Veranstaltungen zu belegen, bis die Zahl 30 erreicht wird. Es kommen dafür in Frage: Fallstudien, Simulationen, Informatik u.a. in Frage.

Modulnummer SPR 113	Modulname Unternehmenspraktikum im Ausland	Dozent(en) FG Chinesisch/ FG Französisch/ FG Spanisch
Studiengäng(e): Languages and Businessadministration	Semester: Sommersemester	
Studienrichtung(-en)/-schwerpunkt(-e): Chinesischsprachiger Kulturraum Frankophoner Kulturraum Hispanophoner Kulturraum	ECTS-Punkte: 30 Arbeitsaufwand in h: 900 Lehr- und Lernformen in h: Modulbaustein 1: (26 ECTS) 780h Modulbaustein 2: (4ECTS) 120h	
Lernziele		
Modulbaustein 1: Praktikum von 20 Wochen in einem Unternehmen der Zielkultur Kenntnis aller wesentlichen unternehmensinternen Abläufe (im Rahmen des gewählten wirtschaftswissenschaftlichen Profils) in der Regel in einer Firma des Kulturraums des Schwerpunkts. Erwerb der praktischen Kompetenz in diesem Bereich unter Anleitung und teilweise auch eigenverantwortlich zu arbeiten und die Situation am Arbeitsplatz auch sprachlich zu bewältigen.		
Modulbaustein 2: Selbständige Durchführung einer kleineren empirischen Studie Selbstständige Durchführung einer kleineren empirischen Studie im Betrieb oder im alltäglichen Umfeld. Erwerb der Fähigkeit durch Beobachtungen zu interkulturell relevanten Sachverhalten zu gelangen und diese mit angemessenen Mitteln einer Untersuchung zu unterziehen.		
Lehrinhalte Die Lehrinhalte des Moduls Auslandsvorbereitung, werden hier relevant gesetzt. Die Lehrinhalte der gewählten wirtschaftswissenschaftlichen Profile wurden ebenfalls vorher erworben und können in der Praxis überprüft werden.		
Voraussetzungen/Vorkenntnisse Erfolgreiche Teilnahme an dem Modul Auslandsvorbereitung, Erfolgreiche Suche und Bewerbung für eine Praktikantenstelle,		
Leistungsnachweise		
Art:	Praktikumsbericht	90 %
	Belegarbeit: empirische Studie	10 %
Vorleistungen:		

Erarbeitet am 07.11.2006

durch: FG Chinesisch/Französisch/Spanisch

Modulnummer SPR 215	Modulname Globalisierung aus französischer Perspektive	Dozent(en) FG Französisch
Studiengang(e): Languages and business administration		Semester: Wintersemester
Studienrichtung(-en)/-schwerpunkt(-e): Frankophoner Kulturraum		ECTS-Punkte: 4 Arbeitsaufwand in h: 120 Lehr- und Lernformen in h: S 30 Ü 30 Eigenstudium 60
Lernziele Nach erfolgreicher Teilnahme an den Veranstaltungen des Moduls kennt und versteht der Studierende theoretische und praktische aktuelle Aspekte der wirtschaftlichen Globalisierung aus der Perspektive eines spezifisch französischen Diskurses über dieses Phänomen. Er ist in der Lage, komplexere Probleme dieses Phänomens zu identifizieren und sprachlich differenziert in mündlicher und schriftlicher Form („dissertation“) auch in ihrer Widersprüchlichkeit zu reflektieren. An Schlüsselqualifikationen werden vermittelt: Denken in Zusammenhängen, kritisches Denken, Neugierde auf fremde Realitäten, Medienkompetenz, Präsentationstechniken, Werthaltungen. Die erworbene sprachliche Kompetenz entspricht der Niveaustufe C 2.1 ⁺ des Europäischen Referenzrahmens.		
Lehrinhalte: Globalisierung aus französischer Perspektive – Freihandel und Protektionismus. Argumente und theoretische Grundlagen. – Austausch von Gütern und Dienstleistungen. Zahlungsbilanz. – Weltweite Exportströme. Freihandelsabkommen. Rolle der Welthandelsorganisation, Regionalisierung. – Wechselkurssysteme. Zinspolitik. Leitwährung Dollar. – Entwicklung des internat. Währungssystems. Bretton Woods. Folgen von Auf- und Abwertungen auf Export und Import. Rolle der EZB und des IWF. – Internationale Kapitalströme. Kapitalbeschaffung der Unternehmen. Finanzkrisen. – Stärken und Schwächen des französischen Außenhandels. Wirtschaftliche Aspekte der Frankophonie – Gewinner und Verlierer der Globalisierung. Konzept des nachhaltigen Wachstums. Milleniumserklärung von 2001. – Auswirkungen der Globalisierung auf die ärmsten Länder, die Schwellenländer und die Oststaaten. – Platz Europas in der Weltwirtschaft. – Maßnahmen zur Schaffung des gemeinsamen europäischen Marktes und dessen Folgen. – Vom europäischen Währungssystem zur europäischen – Faktoren des Wirtschaftswachstums in den Industriestaaten. – Ursachen wirtschaftlicher und sozialer Ungleichgewichte in den Industriestaaten.		
Literatur - André Bollard u.a. (2006): Économie Générale. 2e année BTS Tertiaires. Édition 2006-2008. Delagrave. - Charles-Albert Michalet (2004): Qu'est-ce que la mondialisation? Paris: La Découverte - Dominique Plihon (2003): Le nouveau capitalisme. Paris: La Découverte. - Arnaud Zacharie / Olivier Malvoisin (2003): FMI La main visible. Bruxelles: Labor. - Francophonie et mondialisation. Hermès 40 Cognition, Communication, Politique. Paris: CNRS Editions. 2004. - La Francophonie dans le monde 2002-2003. Paris: Larousse. 2003. - http://www.espace-economique-francophone.com/ - http://www.francophonie.org/		
Voraussetzungen/Vorkenntnisse: Niveaustufe C 2.1 Zu 1 : Lektüre des Titels von Arnaud Zacharie / Olivier Malvoisin		
Leistungsnachweise Art: schriftliche Prüfung Zeitdauer: 90 Minuten Vorleistungen: Erstellen eines Glossars von typischen Termini und Kollokationen aus dem Bereich „Globalisierung“		

Bearbeitet letztmalig am 20.10.08 durch: Prof. Dr. Franz Schneider/Frau Anne-Catherine Gonnot/Prof. Dr. Mario Oesterreicher

Modulnummer SPR 216	Modulname: Nachbereitung des Auslandsaufenthaltes	Dozent(en): FG Französisch/ FG IKK
Studiengang: Languages and Business Administration	Semester: Wintersemester	
Studienrichtung(-en)/-schwerpunkt(-e): Frankophoner Kulturraum	ECTS-Punkte: 4 Arbeitsaufwand in h: 120 Lehr- und Lernformen in h: S 30 VÜ 30 Selbststudium: 60 h	
Lernziele Die Studierenden sind in der Lage, interkulturelle Erfahrungen ihres Studien- und Praxisjahres zu reflektieren und vor dem Hintergrund empirischer Forschungsarbeiten zu systematisieren. Durch den Erwerb von Kenntnissen über Prinzipien interkulturellen Lernens und methodischen Wissens über die Vermittlung interkultureller Kompetenz sind die Studierenden in der Lage, zentrale Fremderfahrungen weiterzugeben. Die Studierenden sind in der Lage, Themen aus dem Bereich „Gesellschaft und Wirtschaft Frankreichs“, die sie durch Erfahrungen ihres Auslandsaufenthaltes angereichert haben, skizzenhaft, aber sachlich gut strukturiert und problembezogen schriftlich und mündlich in französischer Sprache zu diskutieren und darzustellen.		
Lehrinhalte 1. Prinzipien Interkulturellen Lernens Interkulturelle Kompetenz, Metakommunikation, Interkulturelles Lernen, Methoden der Vermittlung interkultureller Kompetenz, Interpretation empirischer Daten, empirische Forschungen zur interkulturellen deutsch-französischen Kommunikation, Übungsformen Trainingstypen 2. Blick auf Frankreich nach dem Auslandsaufenthalt Präsentation einer breiten Palette gesellschaftlich und wirtschaftlich relevanter Themen Frankreichs. Die Themen werden von den Studierenden in einer schriftlich und mündlich aufgearbeiteten Form präsentiert, diskutiert und einer konstruktiven Kritik unterzogen.		
Voraussetzungen/Vorkenntnisse Modulbaustein 1: Grundwissen zur interkulturellen Kommunikation; Module des Auslandsstudiums und Modul Unternehmenspraktikum im Ausland. Modulbaustein2: Modul Auslandsvorbereitung, Module des Auslandsstudiums		
Leistungsnachweise Art: aP: Belegarbeit Vorleistungen: Thematische Skizzen / Datenerhebung, Datensitzung und Präsentation im Seminar		

Erarbeitet: 12.04.06

durch: Frau Prof. Dr. von Helholt / Prof. Dr. Franz Schneider

Modulnummer	Modulname	Dozent(en)
SPR 701	Bachelorprojekt	Dozenten des FB Sprachen und FB Wiwi
Studiengang Languages and Business Administration	Semester: Wintersemester	
Studienschwerpunkte: alle	ECTS-Punkte: 10 Arbeitsaufwand in h: 300 Lehr- und Lernformen in h: Selbststudium: 260 h Vor-/Nachbereitung: 40 h	
Lernziele Die Studierenden zeigen, dass sie selbständig ein Problem aus dem interdisziplinären Studienfeld Wirtschaftsfachprofil, Studienschwerpunkt, interkulturelle Kommunikation und Sprache nach wissenschaftlichen Vorgehensweisen lösen können. können sich eigenständig in die jeweilige Materie einarbeiten und die Ergebnisse ihrer Arbeit in einem wissenschaftlichen Text präsentieren und diskutieren. Sind in der Lage, das Thema problembezogen zu bearbeiten und zu diskutieren und Lösungen nach wissenschaftlichen Vorgehensweisen zu erarbeiten; die Ergebnisse in einer wissenschaftlich adäquaten Darstellungsweise schriftlich zu präsentieren und die Ergebnisse im Rahmen einer mündlichen wissenschaftlichen Argumentation zu begründen		
Lehrinhalte Gesellschaft des jeweiligen Kulturraums (mit oder ohne vergleichender Perspektive) Interkulturelle Kommunikation, Sprache, Fachsprachliche Kommunikation des jeweiligen Kulturraums Wirtschaft (aus dem Hauptprofil) (möglichst mit Bezug zu dem jeweiligen Kulturraum) Das Thema des Bachelorprojekts kann die Erhebung empirischer Daten beinhalten; dies ist jedoch nicht Voraussetzung. Das Thema des Bachelorprojekts kann auch durch eine externe Firma oder Organisation gestellt werden.		
Voraussetzungen/Vorkenntnisse Abschluss aller vorausgehenden Module gemäß Studienordnung		
Leistungsnachweise Art: Bachelorarbeit 70% Kolloquium 30% Dauer: 30 Minuten		

Erarbeitet am: 07.11. 2006

durch: Weidemann/Schneider/Berkenbusch