MODULHANDBUCH

für den Studienschwerpunkt hispanophoner Kulturraum

Modul-Nr.	Bezeichnung
SPR 301	Einführung Allgemeinsprache und Wirtschaftsspanisch
SPR 302	Gesellschaft u. Wirtschaft im hispanophonen Raum
WIW 170	Grundfragen und Methoden der Betriebswirtschaftslehre
WIW 350	Marketing
WIW 171	Mirkoökonomie
SPR 303	Allgemeines Spanisch und Wirtschaftsspanisch
SPR 304	Grundlagen Interkultureller Kommunikation
SPR 401	Fachsprache Wirtschaftsenglisch
WIW 807	Wirtschaftsmathematik / Wirtschaftsstatistik
WIW 400	Wirtschaftsinformatik
SPR 305	Aufbaumodul Wirtschaftsspanisch
SPR 306	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 307	Spanisch für die wirtschaftlichen Fachprofile I
SPR 308	Kommunikation in Hochschule und Unternehmen
SPR 309	Vorbereitung auf den Auslandsaufenthalt
SPR 403	Englisch für das wirtschaftliche Fachprofil
WIW 316	Recht
SPR 310	Auslandsmodul Sprache/Kommunikation
SPR 311	Auslandsmodul Kultur/Psychologie/Soziologie u.ä.
SPR 312	Auslandsmodul BWL
SPR 313	Auslandsmodul VWL
SPR 113	Unternehmenspraktikum im Ausland
SPR 316	Spanisch für die wirtschaftlichen Fachprofile II
SPR 317	Nachbereitung des Auslandsaufenthaltes
SPR 701	Bachelorprojekt

Modulnr. SPR 301	Modulname Einführung Allgemeinsprache u. Wirtschaftsspanisch	Dozent(en) FG Spanisch
Studiengang: Languages and Business Administration	Semester: Wintersemester	
Studienschwerpunkt: Hispanophoner Kulturraum	ECTS-Punkte: 6 Arbeitsaufwand in h: 180 Lehr- und Lernformen in h: 90 h Ü 30 h V 60 h Selbststudium	
Lernziele Ziel ist das Erreichen der Stufe A1 des Gemeinsamen europäischen Referenzrahmens für Sprachen. Ziel ist die Erweiterung der allgemeinsprachlichen Kenntnisse auf ein grundlegendes berufsbezogenes und fachsprachliches Umfeld unter Berücksichtigung der sprachlichen und kulturellen Situationen im hispanophonen Kulturraum. Die Studierenden sollen die wichtigsten Ebenen der Sprachbeschreibung kennen lernen, insbesondere die kontrastiven Elemente der spanischen und der deutschen Sprache. Neben der Kenntnis des wissenschaftlichen Umgangs mit sprachlichen Strukturen steht die Kenntnis der Pragmatik im Vordergrund. Lernziele im Bereich der Schlüsselqualifikationen: Erwerb von Einsicht in die Produktion wissenschaftlicher Erkenntnisse; Erwerb der Fertigkeit Referate u. kleinere wissenschaftliche Belegarbeiten anzufertigen.		
Lehrinhalte Modulbaustein 1: Allgemeines Spanisch A1 Kommunikative Einführung in die lexikalischen und grammatikalischen Strukturen der Zielsprache, mit besonderer Rücksicht auf die Kultur der spanischsprechenden Länder. Hör- und Leseverständnis, sowie mündliche und schriftliche Fertigkeiten. Modulbaustein 2: Grundlagen Wirtschaftsspanisch Es werden z.B.: folgende Themenfelder behandelt: - Erste Kontakte im Unternehmen - Standort eines Unternehmens, Abteilungen, Bürogegenstände - Alltag im Unternehmen, Unternehmenstätigkeiten beschreiben, Stellenanzeigen - Organisation im Unternehmen Modulbaustein 3: Wissen über Sprache Reflexion über den Spracherwerb und Einführung in die verschiedenen Ebenen der wissenschaftlichen Erforschung von Sprache – mit dem Schwerpunkt auf der Herausarbeitung der kontrastiven Strukturen. Einführung in die sprachwissenschaftliche Pragmatik.		
Voraussetzungen/Vorkenntnisse Keine		
Leistungsnachweise Art : MB 1+2 schriftliche Prüfung 60% Dauer: 60 Min MB 2 +3 aP Präsentation 40% Dauer: 30 (2x15) Min Vorleistungen: keine		

Modulnummer SPR 302	Modulname: Gesellschaft u. Wirtschaft im hispanophonen Raum	Dozent(en) Prof. Berkenbusch/ Frau Höhn
Studiengang: Languages and Business Administration	Semester : Wintersemester	
Studienschwerpunkt: Hispanophoner Wirtschaftsraum	ECTS-Punkte: 4 Arbeitsaufwand in h: 120 Lehr- und Lernformen in h: Seminar: 60 h Selbststudium: 60 h	
Lernziele Modulbaustein 1: Kulturvergleichende Studien Fachspezifische Lernziele: Kernstück dieser Veranstaltung ist die Vermittlung landeskundlicher Kenntnisse des Ziellandes unter besonderer Berücksichtigung der vergleichenden Perspektive Spanien-Deutschland. Die Studierenden sollen die wichtigsten Daten und Fakten der Geschichte und der Aktualität (siehe Inhalte) kennen lernen Lernziele in Bezug auf Schlüsselqualifikationen: Sie sollen lernen die entsprechende Literatur zu recherchieren, die Inhalte im Team zu erarbeiten und die Ergebnisse adäquat zu präsentieren. Modulbaustein 2: Hispanophones Amerika Fachspezifische Lernziele: Kernstück dieser Veranstaltung ist die Vermittlung landeskundlicher Kenntnisse der Zielregion unter besonderer Berücksichtigung der vergleichenden Perspektive Europa (Spanien/Deutschland)-hispanophones Lateinamerika. Die Studierenden sollen die wichtigsten Daten und Fakten der Geschichte und der Aktualität (siehe Inhalte) kennen lernen. Lernziele in Bezug auf Schlüsselqualifikationen: Sie sollen lernen die entsprechende Literatur zu recherchieren, die Inhalte im Team zu erarbeiten und die Ergebnisse adäquat zu präsentieren.		
Lehrinhalte Modulbaustein 1 Kulturvergleichende Studien: Wichtige Daten und Etappen der spanischen Geschichte und Sprachgeschichte. Neuere Geschichte: Der Bürgerkrieg, die Diktatur Francos, die sogen. Transición. Die Monarchie, die autonomen Regionen und ihre Kompetenzen in: Wirtschaft, Erziehungswesen, Kultur. Die Sprachen und Kulturen Spaniens: Sprachgeschichte, Sprachkontakt und Sprachkonflikt. Die wirtschaftliche Entwicklung Spaniens seit der Integration in die EU. Kontrastive Elemente von Sprache und Kultur Literatur: Bernecker, Walther L. : Spanische Geschichte. Vom 15. Jhdt bis zur Gegenwart, München: C.H. Beck, 1999. Gimber, Arno: Kulturwissenschaft Spanien, Stuttgart: Klett, 2003. Goytisolo, Juan: Spanien und die Spanier, Reinsbeck: Suhrkamp, 1982 Modulbaustein 2 Hispanophones Amerika: Geographie, Geschichte(altamerikanische Kulturen bis Gegenwart), Gesellschaft, Wirtschaft, Politik, Kultur Religion(en), Tourismus und Sehenswürdigkeiten; Sprachvarianten, weitere Sprachen des Kulturraumes, Verhältnis zu den USA und Europa; sowohl bezogen auf den spanischsprachigen Teil Lateinamerikas allgemein, als auch auf einzelne Länder. Literatur: Hispanoamérica ayer y hoy. Verlag:SGEL. Madrid 2002. ISBN 84-7143-831-3 Germán Vázquez, Nelson Martínez Díaz: Historia de América Latina. Verlag SGEL. Madrid 1996. ISBN 84-7143-424-5 Eduardo Galeano: Las venas abiertas de América Latina. Verlag Siglo Veintiuno de España Editores, Madrid 2000.		
Voraussetzungen/Vorkenntnisse: Keine		
Leistungsnachweise Art: schriftliche Prüfung 80 % aP: Präsentation/Referat 20 % Dauer: 60 Min Vorleistungen: keine		

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> <ul style="list-style-type: none"> ▪ 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 Literatur Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre <ul style="list-style-type: none"> • 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

Einführung in die Theorie und Praxis wissenschaftlichen Arbeitens

- 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

Aktualisiert am: 6.5.2008

durch: Prof. Dr. G. Baier

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	
Studiengang(e): alle BA-/Diplomstudiengänge FB WIWI (PM) alle BA-/Diplomstudiengänge FB Sprachen (PM)		ECTS-Punkte: 4	
Studienrichtung(-en)/-schwerpunkt(-e):		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 Marketing 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 Marketing vertraut gemacht. Die Studenten können die strategischen und operativen Aufgaben des Marketing 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 <ul style="list-style-type: none"> ▪ 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: schriftliche Prüfungsleistung	Gewichtung: 100 %	Zeitdauer: 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	Semester: Wintersemester	
Studiengäng(e): alle BA-/Diplomstudiengänge FB WIWI (PM) alle BA-/Diplomstudiengänge FB Sprachen (PM) alle BA-/Diplomstudiengänge FB GPW (PM)	ECTS-Punkte: 4	Arbeitsaufwand in h: 120
Studienrichtung(-en)/-schwerpunkt(-e):	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: Herdzina, 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)	Gewichtung: 100 %	Zeitdauer: 120 min
Vorleistungen: keine		

Erarbeitet am: 19.04.2006
Aktualisiert am: 07.05.2008

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

Modulnr.: SPR 304	Modulname: Grundlagen interkultureller Kommunikation	Dozent(en) Prof. Dr. Fetscher
Studiengang: Languages and Business Administration	Semester: Sommersemester	
Studienschwerpunkt: Hispanophoner Wirtschaftsraum	ECTS-Punkte: 4 Arbeitsaufwand in h: 120 Lehr- und Lernformen in h: VÜ 60h (4 SWS) Eigenarbeit 60h	
Lernziele Die Studierenden <ul style="list-style-type: none">• 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 <ul style="list-style-type: none">• Grundbegriffe und Theorien interkultureller Kommunikation• Theoretische Konzeptionen und empirische Forschungen zur deutsch-spanischen Wirtschaftskommunikation• Problemlagen und Bewältigungsstrategien in der deutsch-spanischen 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 : SPR 401	Modulname : Fachsprache Wirtschaftsenglisch	Dozent(en) FG Englisch
Studiengang(e): Languages and Business Administration	Semester: 2. Sem. (Pflichtmodul)	
Studienrichtung(-en)/-schwerpunkt(-e): Frankophoner/hispanophoner/chinesisch-sprachiger 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: <ul style="list-style-type: none">- 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: <ul style="list-style-type: none">- 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: <ul style="list-style-type: none">- Banken und Finanzdienstleistungen- Steuern- Rechnungswesen- Wertpapiergeschäfte- Währungen und Wechselkurse- Versicherungswesen Themenkomplex 3: Welthandel/Globalisierung/International Business Issues <ul style="list-style-type: none">- 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, Cornelsen & 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 :	75 (5 SWS)
	Übung:	30 (2 SWS)
	Selbststudium:	75 h
Lernziele		
<u>Teilmodul Wirtschaftsmathematik (3 SWS):</u> 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.		
<u>Teilmodul Wirtschaftsstatistik(4 SWS):</u> 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, Veranschaulichung, 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 Umbasierung; 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;
- Bley Müller, 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	Semester: Wintersemester/Sommersemester	
Studiengang(e): alle BA-/Diplomstudiengänge FB WIWI (PM) alle BA-/Diplomstudiengänge FB Sprachen (PM)	ECTS-Punkte: 6 Arbeitsaufwand in h: 180 Lehr- und Lernformen in h: Vorlesung: 60 (4 SWS) Übungen / Projekte: 30 (2 SWS) Selbststudium: 90	
Studienrichtung(-en)/-schwerpunkt(-e):		
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: <ul style="list-style-type: none"> • Systemgrundlagen insbesondere Systemtheorie, Codierung und Zahlensysteme • Aufbau, Klassifizieren und Konfigurieren von Computersystemen • Systematische Softwareentwicklung und -anwendung inklusive Einführung in die Programmierung • Datenkommunikation und Rechnernetzsysteme • 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: schriftliche Prüfungsleistung (Klausur) alternative Prüfungsleistung (Beleg)	Gewichtung: 75 % 25 %	Zeitdauer: 120 min
Vorleistungen: keine		

Erarbeitet am: 19.04.2006

durch: Prof. Dr. C.A. Schumann

Modulnr. SPR 305	Modulname Aufbaumodul Wirtschaftsspanisch	Dozent(en) FG Spanisch
Studiengang: LBA	Semester: 3. Semester (WS)	
Studienschwerpunkt: Hispanophoner Kulturraum	ECTS-Punkte: 6 Arbeitsaufwand in h: 180 Lehr- und Lernformen in h: S 30 h Ü 60 h 90 h Selbststudium	
Lernziele Ziel ist das Erreichen der Stufe B1 des <i>Gemeinsamen europäischen Referenzrahmens für Sprachen</i> unter besonderer Berücksichtigung der für die Kommunikation im Wirtschaftsbereich notwendigen sprachlichen und kulturellen Kenntnisse.		
Lerninhalte Ziel ist die Weiterführung und Vertiefung der erworbenen Kenntnissen auf das Niveau B1, unter Berücksichtigung eines berufsbezogenen und fachsprachlichen Umfeld des Unternehmens und mit Hinblick auf die sprachlichen und kulturellen Situationen im hispanophonen Kulturraum. Hier werden u.a. behandelt: <ul style="list-style-type: none">• Firmengeschichte, Unternehmerbiografien• Unternehmenskultur, Empfänge und Feier• Arbeitssuche. Der Arbeitsvertrag. Arbeitsrechtliche Beratung. Anfragen an die Personalabteilung• Finanzmarkt• Internet• Pymes• Fusionen und Zusammenschlüsse• Messevorbereitung und der Messestand.		
Voraussetzungen/Vorkenntnisse Bestandene Prüfung des Moduls: Allgemeines Spanisch u. Wirtschaftsspanisch		
Leistungsnachweise Art : MB 1+2 schriftliche Prüfung 70% Dauer: 60 Min aP Präsentation 30% Dauer: 15 Min Vorleistungen: keine		

Erarbeitet am:22.09.2008

durch: FG Spanisch

Modulnr.: SPR 306	Modulname: Studien interkultureller Kommunikation	Dozent(en) Prof. Dr. Fetscher
Studiengang: Languages and Business Administration	Semester: Wintersemester	
Studienschwerpunkt: Hispanophoner 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		
<ul style="list-style-type: none">• kennen Methoden der Analyse interkultureller Kommunikation• können deutsch-spanische Kommunikationssituationen unter Einbeziehung ihres Wissens über typische Probleme interkultureller Kommunikation analysieren• sind fähig, ihr Wissen und ihre Analysekompetenz auf neue interkulturelle Kommunikationssituationen anzuwenden		
Lehrinhalte		
<ul style="list-style-type: none">• Methoden der Analyse interkultureller Kommunikation• deutsche und spanische Kommunikationsroutinen• typische Probleme deutsch-spanischer 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: SPR 402	Modulname: Unternehmens- und Geschäfts- kommunikation im englischsprachigen Kultur- und Wirtschaftsraum	Dozent(en): FG Englisch
Studiengang(e): Languages and Business Administration	Semester: 3.Semester (Pflichtmodul)	
Studienrichtung(-en)/-schwerpunkt(-e): Frankophoner/hispanophoner/chinesisch- sprachiger 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 Wirtschaftsenglisch /Äquivalent (z. B. Zertifikat einer Berufsausbildung in der Wirtschaft mit Wirtschaftsenglisch, CAE, Unicert II wirtschaftsfachsprachlich, Zertifikat der London Chamber of Commerce, TOEIC,...) Fachsprache
Wirtschaftsenglisch

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
Studiengang(e): alle BA-/Diplomstudiengänge FB WIWI (PM) alle BA-/Diplomstudiengänge FB Sprachen (PM)		ECTS-Punkte: 6 Arbeitsaufwand in h: 180 Lehr- und Lernformen in h: Vorlesung mit integrierter Übung: 90 (6 SWS) Selbststudium: 90
Studienrichtung(-en)/-schwerpunkt(-e):		
Lernziele Die Studierenden sollen auf Basis allgemeiner produktions- und kostentheoretischer Erklärungsmodelle Ertrags-, Verbrauchs- und Kostenverhalten von Produktionssystemen beschreiben, bestimmen und bewerten können. 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. 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. Durch selbstständiges Lösen von Übungsaufgaben zum Ertrags-, Verbrauchs- und Kostenverhalten von Produktionssystemen soll das erworbene Wissen gefestigt werden.		
Lehrinhalte <u>Teil Materialwirtschaft:</u> <i>Einführung</i> <ul style="list-style-type: none"> • Begriffe aus Materialwirtschaft und Logistik, • Ziele und Kernaufgaben der Materialwirtschaft, • Materialwirtschaftlicher Gestaltungsrahmen, • Volks- und betriebswirtschaftliche Bedeutung, • Einordnung in die betriebliche Organisation <i>Grundlegende materialwirtschaftliche Instrumentarien</i> <ul style="list-style-type: none"> • Verfahren der Materialanalyse • Portfolio-Techniken • Wertanalyse • Materialstandardisierung • Materialnummernsysteme <i>Strategisch orientiertes Materialmanagement</i> <ul style="list-style-type: none"> • Beschaffungsmarketing, Materialwirtschaftliche Politikfelder, Beschaffungsplanung <i>Operatives Materialmanagement</i> <ul style="list-style-type: none"> • 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

Teil: Produktions- und Kostentheorie

Betriebswirtschaftliche Grundlagen:

- Einordnung der Produktions- und Kostentheorie in die Betriebswirtschaftslehre
- Begriff und Definition der Produktionsfunktion und der Kostenfunktion
- Substitutionalität und Limitionalität der Produktionsfaktoren

Produktionsfunktion vom Typ A (Ertragsgesetz)

- 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
- Isoquantendarstellung; Durchschnitts- und Grenzrate der Substitution
- Ableitung der dazugehörigen Kostenfunktion
- Minimalkostenkombination

Produktionsfunktion vom Typ B (Verbrauchsfunktion)

- Problemstellung, Leontief-Produktionsfunktion
- Begriffe: technischer Leistungsgrad, Intensität, optimale Intensität
- Minimaler Faktorverbrauch und optimale Intensität
- Abgeleitete Kostenverläufe

Überblick über weitere Produktionsfunktionen

Teil: Produktionswirtschaft

Abgrenzung eines produktionswirtschaftlichen Systems

- Systembestandteile
- Ziele, Aufgaben und Eigenschaften
- Beziehungen zu anderen produktionsnahen Aufgaben und Prozessen in Unternehmen

Systematisierung (Typologie) produktionswirtschaftlicher Systeme

- 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

Produktionswirtschaftlicher Handlungsrahmen

- Grundsätzliche Aufgaben des strategischen, taktischen und operativen Produktionsmanagement

Operatives Produktionsmanagement

- Aufgaben der operativen Produktgestaltung
- Modelle und Verfahren der Programmplanung
- Ausgewählte Planungsaufgaben zur Bereitstellung von Leistungspotentialen
- Aufgaben der operativen Prozessgestaltung
- Arbeitsplanung
- Grundstruktur eines PPS- Systems

Übergreifende Aspekte des Produktionsmanagements

- Produktionsorganisation
- Produktionscontrolling
- Umweltschutz
- Qualitätsmanagement

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

Voraussetzungen/Vorkenntnisse

Kenntnisse der Lehrinhalte des Moduls Einführung in die Wirtschaftswissenschaften

Leistungsnachweise

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 WIW501	Modulname Unternehmensführung/ Informationsmanagement	Dozent(en) 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		Semester: Wintersemester
Studiengang(e): alle BA-/Diplomstudiengänge FB WIWI (PM) alle BA-/Diplomstudiengänge FB Sprachen (PM)		ECTS-Punkte: 4 Arbeitsaufwand in h: 120 Lehr- und Lernformen in h: Vorlesung mit integrierter Übung: 60 (4 SWS) Selbststudium: 60
Studienrichtung(-en)/-schwerpunkt(-e):		
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 1) 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 2) Informationsmanagement und Unternehmensführung Informationsmanag. als integraler Teil der Unternehmensführung, Organisation des Informationsmanag. im Unternehmen, Unternehmensführung/Informationsmanag. und Controlling 3) Informationsmanagement Gegenstand und Inhalt: Entwicklung des IM, Begriffswelt IM, Ziele, Objekte, Aufgaben, Modelle Überblick Kernaufgaben: Analyseaufgaben, strategische Aufgaben, Realisierungsaufgaben, operative Aufgaben des IM 4) Überblick Querschnittsaufgaben: Daten-, Personal-, Sicherheits- und Katastrophen-, 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	Gewichtung: 100 %	Zeitdauer: 120 min
Vorleistungen: keine		

Erarbeitet am: 19.04.2006

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

Modulnr. SPR 307	Modulname Spanisch für das wirtschaftliche Fachprofil I	Dozent(en) FG Spanisch
Studiengang: LBA	Semester: Sommersemester	
Studienschwerpunkt: Hispanophoner Kulturraum	ECTS-Punkte: 4 Arbeitsaufwand in h: 120 Lehr- und Lernformen in h: S 90 h 30 h Selbststudium	
Lernziele Ziel ist das Erreichen der Stufe B2.1 des <i>Gemeinsamen europäischen Referenzrahmens für Sprachen</i> unter besonderer Berücksichtigung der für die Kommunikation im Wirtschaftsbereich notwendigen sprachlichen und kulturellen Kenntnisse.		
Lerninhalte Weiterführung und Vertiefung der erworbenen Kenntnisse. Dieses Modul dient der Einführung in einen sprachlichen und kulturellen Kontext der wirtschaftlichen Studienschwerpunkte wie z.B.: <ul style="list-style-type: none">- Marketing- Logistik- Unternehmensführung / Human Resources Management- Internationaler Handel		
Voraussetzungen/Vorkenntnisse Bestandene Prüfung des Moduls: Aufbaumodul Wirtschaftsspanisch		
Leistungsnachweise Art : MB 1+2 schriftliche Prüfung 70% Dauer: 60 Min aP Präsentation 30% Dauer: 15 Min		
Vorleistungen: keine		

Erarbeitet am: 22.09.2008

durch FG Spanisch

Modulnr. SPR 308	Modulname Kommunikation in Hochschule und Unternehmen	Dozent(en) FG-Spanisch
Studiengang(e): Languages and Business Administration	Semester: Sommersemester	
Studienschwerpunkt: Hispanophoner Kulturraum	ECTS-Punkte: 4 Arbeitsaufwand in h: 120 Lehr- und Lernformen in h: V 30 h Ü 60 h Selbststudium: 30h	
Lernziele Modulbaustein 1: Einführung in die Wirtschaftskommunikation Kenntnis des Forschungsstandes im Bereich der empirischen Untersuchung von Wirtschaftskommunikation, Fähigkeit wissenschaftliche Texte zu rezipieren, Fähigkeit vorliegende Studien kritischen zu beurteilen, Modulbaustein 2: Mündliche Kommunikation Die Studierenden sollen die Fertigkeit erwerben sich in den Situationen an Hochschule und im Unternehmen verbal angemessen zu verhalten, Kenntnis des adäquaten Vokabulars, Erwerb von situationsangemessenen formelhaften Redewendungen und Gesprächsroutinen, Modulbaustein 3: Schriftliche Kommunikation/Handelskorrespondenz Die Studierenden sollen einen Einblick in die verschiedenen Genres der Handelskorrespondenz erwerben, sie sollen in die Lage versetzt werden insbesondere im Kontakt mit unternehmensexternen Personen angemessen schriftlich zu kommunizieren. Dazu gehört ebenfalls die Kenntnis des adäquaten Vokabulars und der Erwerb der entsprechenden Phraseologie.		
Lehrinhalte Modulbaustein 1: Einführung in die Wirtschaftskommunikation Lektüre anspruchsvoller einschlägiger wissenschaftlicher Texte, Lektüre und kritische Reflexion einschlägiger empirischer Studien im Bereich der internen und externen Wirtschaftskommunikation, Ermitteln von Forschungsdesiderata, Entwickeln von eigenen Forschungsvorschlägen, Literatur: aktuelle Literatur wird in der Lehrveranstaltung bekannt gegeben. Modulbaustein 2: Mündliche Kommunikation Einführung in die Bedingungen mündlicher Kommunikation, Verhältnis von Mündlichkeit und Schriftlichkeit im kulturellen Vergleich, Praktische Übungen zur Bewältigung von Alltagsaufgaben im Bereich von Hochschule und Unternehmen, Literatur: aktuelle Literatur wird in der Lehrveranstaltung bekannt gegeben. Modulbaustein 3: Schriftliche Kommunikation/Handelskorrespondenz Einführung in der Bedingungen schriftlicher Kommunikation im Geschäftsbereich. Aufbau und Stil des Geschäftsbriefes .Unter anderem werden folgende Themen behandelt: Handelskorrespondenz: Angebot, Bestellung, Reklamation		
Voraussetzungen/Vorkenntnisse Abschluss der Pflichtmodule (des FB Sprachen) des 3. Semesters		
Leistungsnachweise: aP: Präs: 15 Min 30% s P Zeitdauer: 60 Min. 70%		
Vorleistungen: keine		

Modulnr.: SPR 309	Modulname: Vorbereitung auf den Auslandsaufenthalt	Dozent(en) Frau Gracia-Wagner/ Prof. Berkenbusch/ Prof. Fetscher
Studiengang: Languages and Business Administration	Semester: Sommersemester	
Studienschwerpunkt: Hispanophoner Kulturraum	ECTS-Punkte: 6 Arbeitsaufwand in h: 180 Lehr- und Lernformen in h: V 30 h Ü 60 h Selbststudium: 90h	
Lernziele <u>Modulbaustein 1:</u> Kenntnis der regionalen Besonderheiten und des spanischen Hochschulsystems Kenntnis der autonomen Regionen ihrer Sprachen und Kulturen und ihrer wirtschaftlichen Besonderheiten, Kenntnis der mit dem Auslandsaufenthalt in der ausländischen Hochschule verbundenen Bestimmungen der Prüfungsordnungen sowie der einzuhaltenden Formalia. Kenntnis der Hochschulkultur des Ziellandes und des Angebots der Partnerhochschulen und der dortigen Anforderungen sowie Bewältigung der Formalitäten. <u>Modulbaustein 2:</u> Vorbereitung auf das Praktikum im Ausland Kenntnis der geographischen Verteilung der wichtigsten Industrien. Kenntnis der rechtlichen Grundlagen und Formalia des Praktikums, Kenntnis der zentralen Anforderungen und Aufgaben eines solchen Praktikums Befähigung sich selbständig einen geeigneten Praktikumsplatz zu suchen. Kenntnisse der Betriebskommunikation des Ziellandes. Kenntnis der Anforderungen an den Praktikumsbericht. <u>Modulbaustein 3:</u> Methodentraining Beherrschung wissenschaftlicher Methoden zur Erforschung der Kommunikation, Vorbereitung einer wissenschaftlichen Arbeit im Bereich der empirischen Feldforschung, Kenntnis der wichtigsten qualitativen Methoden der Datenerhebung und ihrer möglichen Anwendungsfelder. Beherrschung der Grundlagen des wissenschaftlichen Recherchierens, Lesens und Schreibens.		
Lehrinhalte <u>Modulbaustein 1:</u> Kenntnis der regionalen Besonderheiten und des spanischen Hochschulsystems Regionale Besonderheiten Spaniens, die autonomen Regionen, ihre Sprachen und Kulturen sowie ihre wirtschaftliche Bedeutung, Etikette und Sprechroutinen, Besonderheiten des spanischen Hochschulsystems in struktureller, didaktischer und bildungspolitischer Hinsicht, Die Partnerhochschulen des Ziellandes und ihre Lehrangebote, Stipendienmöglichkeiten, Rechtliche Grundlagen: Auslandsordnung, Immatrikulations- und Prüfungsmodalitäten, Einübung von Kommunikationssituationen mit spanischen Ansprechpartnern in Hochschule und Alltag, Wohnungssuche im Zielland,		

Modulbaustein 2: Vorbereitung auf das Praktikum in Spanien

Rechtliche Grundlagen: Prüfungsordnung, Studienordnung, Praktikumsordnung.

Praktikumssuche: Bewerbungsstrategien für eine Praktikumsstelle im Zielland, Bewerbungstrainings mit mündlichen und schriftlichen Übungen, Inhalte eines Praktikums und Einübung bestimmter häufig geforderter Fertigkeiten und Fähigkeiten im Bereich der betrieblichen Kommunikation wie z.B. des Telefonierens, des Übersetzens, der Erstellung von Präsentationen etc.

Kriterien für die Erstellung eines Praktikumsberichts.

Modulbaustein 3: Methodentraining

Einführung in die Theorie und Praxis der qualitativen Forschung und der wichtigsten Methoden und Techniken der Datenerhebung, Anwendungsfelder der qualitativen Forschung (Interviews, Aufnahme authentischer Gespräche, Beobachtungsverfahren, gruppenorientierte Methoden etc.) und vorausschauende Themenfindung für eine Bachelorarbeit, die dem Profil des Studiengangs entspricht. Recherchetechniken zur Auffindung der relevanten wissenschaftlichen Literatur ausgewählter Themenbereiche, Einführung in die Rezeption- und Produktion wissenschaftlicher Texte (auch in der Fremdsprache bzw. Englisch).

Übungen zum Trainieren der Schlüsselqualifikationen wie Informationsverarbeitung, Teamkompetenz, Präsentationsfähigkeit etc.

Literatur:

Aktuelle Literatur wird zu Beginn der Veranstaltung bekannt gegeben.

Voraussetzungen/Vorkenntnisse

Sprachniveau B1.

Abschluss des Moduls: Studien interkultureller Kommunikation

Leistungsnachweise

Art: aP 2 Belegarbeiten

- Erstellung einer Belegarbeit zu den autonomen Regionen und ihren Hochschulen,
- Erstellen eines Forschungsdesigns für eine kleinere empirische Arbeit, die während des Auslandsaufenthalts durchgeführt werden soll.

Erstellt am: 07.11.06

Überarbeitet am: 14.10.08

durch: FG Spanisch

durch: Prof. Fetscher

Modulnummer: SPR 403	Modulname: Englisch für das wirtschaftliche Fachprofil	Dozent(en): FG Englisch
Studiengang(e): Languages and Business Administration	Semester: 4. Semester - 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 A) Marketing B) Logistik C) Unternehmensführung D) Human Resources Management E) 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

Literaturangaben:

- 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

- 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

Literaturangaben:

- 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, 3 rd 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

Voraussetzungen/Vorkenntnisse

Pflichtmodule „Fachsprache Wirtschaftsenglisch“ und „Unternehmens- und Geschäftskommunikation im englischsprachigen Kultur- und Wirtschaftsraum“

Leistungsnachweise:

Art: aP: Belegarbeit 80%

aP: Präsentation 20 %

Vorleistungen: keine

Erarbeitet am: 19. 01. 2007

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

Modulnummer	Modulname	Dozent(en)
WIW316	Recht	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 Arbeitsrecht A) Grundlagen 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) Einzelfragen 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 Gesellschaftsrecht 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: (1) Gemeinsamkeiten der Unternehmensformen (2) 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. Wörten, Handelsrecht, 8. Aufl. 2006, Heymanns Verlag

Voraussetzungen/Vorkenntnisse

keine

Leistungsnachweise

Art:

schriftliche Prüfungsleistung

Gewichtung:

100 %

Zeitdauer:

90 min

Vorleistungen:

Erarbeitet am: 22.11.2006

durch: Prof. Dr. J. Gruber

Modulnummer SPR 310	Modulname Auslandsmodul Sprache/Kommunikation	Dozent(en) Lehrende an der Partnerhochschule
Studiengang: Languages and Business Administration	Semester: 5. Semester	
Schwerpunkt: Hispanophoner Kulturraum	ECTS-Punkte: (4-8) Arbeitsaufwand in h: bis 180 Lehr- und Lernformen in h: Die genaue Verteilung wird an der jeweiligen Partnerhochschule festgelegt.	
Lernziele Ziel ist das Erreichen der Stufe B.2.2. des Gemeinsamen Europäischen Referenzrahmens für Sprachen. Die Studierenden sollen ihre Fähigkeiten der Kommunikation im persönlichen und geschäftlichen Alltag verbessern. Die Erweiterung der Kommunikationsfähigkeit hinsichtlich von Fähigkeiten und Fertigkeiten im Bereich der Rhetorik und der Gesprächsführung ist angestrebt. Auch in anderen Fremdsprachen als der Zielsprache (siehe besonders unsere Wahlpflichtmodule) kann eine Vertiefung und Ergänzung angestrebt werden.		
Lehrinhalte Die Angebote im Fach Spanisch als Fremdsprache 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.		
Literatur Literaturhinweise werden an der jeweiligen Partnerhochschule gegeben.		
Voraussetzungen/Vorkenntnisse: Spanisch Niveau B.2.1.		
Leistungsnachweise Art Vorleistungen Die Art der Leistungsnachweise und ggf. Vorleistungen werden an der jeweiligen Partnerhochschule festgelegt.		

Erarbeitet: 07.11.06

durch: FG Spanisch

Modulnummer	Modulname	Dozent(en)
SPR 311	Auslandsmodul Kultur/Psychologie/ Soziologie u.ä.	Lehrende an der Partnerhochschule
Studiengang: Languages and Business Administration	Semester: 5. Semester	
Schwerpunkt hispanophoner Kulturraum	ECTS-Punkte: (4-8) Arbeitsaufwand in h: max. 180 Lehr- und Lernformen in h: Die genaue Verteilung wird an der jeweiligen Partnerhochschule festgelegt.	
Lernziele Aufbauend auf den in den Modulen: Gesellschaft und Wirtschaft, Interkulturelle Kommunikation erworbenen Kenntnissen, sollen die Studierenden ihre Kompetenzen in diesen und affinen Bereichen erweitern und vertiefen. 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. Die Studierenden sollen außerdem in den belegten Fächern, Grundkenntnisse und Basiskompetenzen erwerben.		
Lehrinhalte Erfahrungsgemäß fällt in diesem Bereich das Angebot der Partnerhochschulen sehr unterschiedlich aus. Es ist deshalb möglich, Lehrveranstaltungen mit politischen, soziologischen, psychologischen, philosophischen, historischen, und weiteren Angeboten aus dem Bereich der Geistes- und Kulturwissenschaften zu belegen.		
Literatur Literaturhinweise werden an der jeweiligen Partnerhochschule gegeben.		
Voraussetzungen/Vorkenntnisse: Die Module Gesellschaft und Wirtschaft, Grundlagen Interkultureller Kommunikation, Studien Interkultureller Kommunikation, B 2.1 des Europäischen Referenzrahmens		
Leistungsnachweise Die Art der Leistungsnachweise und ggf. Vorleistungen werden an der jeweiligen Partnerhochschule festgelegt.		

durch: FG Spanisch

Modulnummer SPR 312	Modulname Auslandsmodul BWL	Dozent(en) Lehrende an der Partnerhochschule
Studiengang: Languages and Business Administration –	Semester: 5. Semester	
Schwerpunkt: hispanophoner Kulturraum	ECTS-Punkte: (4- 8) Arbeitsaufwand in h: 180 Lehr- und Lernformen in h: Die genaue Verteilung wird an der jeweiligen Partnerhochschule festgelegt.	
Lernziele Schlüsselqualifikationen Aufbauend auf den bisher erworbenen Grundkenntnissen im Wirtschaftsprofil BWL und im Schwerpunkt hispanophoner Kulturraum, sollen die Studierenden die Kompetenz erwerben, an einer Universität des hispanophonen Kulturraums zu studieren, die dort üblichen Strukturen des Bildungswesens zu erfassen und sich in ihnen angemessen zu verhalten. Fachspezifische Lernziele Die Studierenden erwerben die Kompetenz fachliche Zusammenhänge in der Fremdsprache zu erfassen, die betriebswirtschaftlichen Kenntnisse in der Zielsprache zu verstehen, zu vertiefen und sich fachlich angemessen auszudrücken. Sie lernen weiterhin die adäquate Fachliteratur zu lesen und die erforderlichen Leistungen zu erbringen. Das soll sich auch in der sprachlichen Progression niederschlagen. Angestrebt wird der Erwerb des Niveaus B2.2.		
Lehrinhalte Die von den Studierenden gewählten Lehrveranstaltungen sollten aus folgenden Spezialgebieten und ihren verschiedenen Teilgebieten kommen: Personalwesen bzw. Personalführung (Gestión de Recursos Humanos usw.) Unternehmensführung (Administración y Dirección de Empresas usw.) Marketing (Marketing, Política Comercial usw.) Logistik (Distribución, Comercio Exterior usw.) Bei der Auswahl der Veranstaltungen ist dem gewählten Schwerpunktfach besondere Bedeutung einzuräumen. Die Lehrveranstaltungen können je nach Angebot der Partnerhochschule zusammengestellt werden.		
Literatur Literaturhinweise werden an der jeweiligen Partnerhochschule gegeben.		
Voraussetzungen/Vorkenntnisse: Module des 1-4. Semesters des Wirtschaftsprofils Niveau B 2.1 des Europäischen Referenzrahmens		
Leistungsnachweise Die Art der Leistungsnachweise und ggf. Vorleistungen werden an der jeweiligen Partnerhochschule festgelegt.		

letztmalig überarbeitet: 07.11.06

durch: Berkenbusch/Gracia-Wagner

Modulnummer	Modulname	Dozent(en)
SPR 313	Auslandsmodul VWL	Lehrende an der Partnerhochschule
Studiengang: Languages and Business Administration	Semester: 5. Semester	
Schwerpunkt : Hispanophoner Kulturraum	ECTS-Punkte: (4-8) Arbeitsaufwand in h: max. 180 Lehr- und Lernformen in h: Die genaue Verteilung wird an der jeweiligen Partnerhochschule festgelegt.	
Lernziele Schlüsselqualifikationen Aufbauend auf den bisher erworbenen Grundkenntnissen im Wirtschaftsprofil VWL und im Schwerpunkt hispanophoner Kulturraum, sollen die Studierenden die Kompetenz erwerben, an einer Universität des hispanophonen Kulturraums zu studieren, die dort üblichen Strukturen des Bildungswesens zu erfassen und sich in ihnen angemessen zu verhalten. Fachspezifische Lernziele Die Studierenden erwerben die Kompetenz fachliche Zusammenhänge in der Fremdsprache zu erfassen, die betriebswirtschaftlichen Kenntnisse in der Zielsprache zu verstehen, zu vertiefen und sich fachlich angemessen auszudrücken. Sie lernen weiterhin die adäquate Fachliteratur zu lesen und die erforderlichen Leistungen zu erbringen. Das soll sich auch in der sprachlichen Progression niederschlagen. Angestrebt wird der Erwerb des Niveaus B2.2.		
Lehrinhalte Die in diesem Modul zur ausgewählten Lehrveranstaltungen vermitteln Studierenden einen Überblick über die spanische Volkswirtschaft auf der Basis zentraler volkswirtschaftlicher Begriffe. Darüber hinaus werden volkswirtschaftliche Fragestellungen im internationalen Kontext studiert. Entsprechende Lehrveranstaltungen können beispielsweise sein: Economía Española Economía Española y Mundial Literaturhinweise werden an der jeweiligen Partnerhochschule gegeben.		
Voraussetzungen/Vorkenntnisse: Niveaustufe B.1.1. des Europäischen Referenzrahmens		
Leistungsnachweise Die Art der Leistungsnachweise und ggf. Vorleistungen werden an der jeweiligen Partnerhochschule festgelegt.		

Erarbeitet: 07.11.06

durch: FG Spanisch

Modulnr. SPR 316	Modulname Spanisch für das wirtschaftliche Fachprofil II	Dozent(en) FG Spanisch
Studiengang: Languages and Business Administration	Semester: Wintersemester	ECTS-Punkte: 4 Arbeitsaufwand in h: 120
Studienschwerpunkt: Hispanophoner Kulturraum	Lehr- und Lernformen in h: S 20 h Ü 40 h 60 h Selbststudium	
Lernziele Ziel ist das Erreichen der Stufe C1.2 des <i>Gemeinsamen europäischen Referenzrahmens für Sprachen</i> unter besonderer Berücksichtigung der für die Kommunikation im Wirtschaftsbereich notwendigen sprachlichen und kulturellen Kenntnisse.		
Lehrinhalte Weiterführung und Vertiefung der erworbenen Kenntnisse. Aufbauend auf den Kenntnissen, Fähigkeiten und Fertigkeiten die während des Auslandstudiums und Auslandspraktikums erworben wurden, sollen die wirtschaftlichen Schwerpunkte in diesem Modul am konkreten Beispiel sprachlich und kulturell analysiert und reflektiert werden. Ausserdem soll der Studierende mit internationalen aktuellen Themen des hispanophonen Wirtschafts- und Kulturraumes auf einem fachlich hohen Niveau befassen. <ul style="list-style-type: none">- Marketing- Logistik- Unternehmensführung / Human Resources Management- Internationaler Handel- Verhandeln im hispanophonen Kulturraum		
Voraussetzungen/Vorkenntnisse Module des Auslandstudiums und Modul Unternehmenspraktikum müssen bestanden sein.		
Leistungsnachweise Art : MB 1+2 schriftliche Prüfung 70% Dauer: 60 Min aP Präsentation 30% Dauer: 15 Min Vorleistungen: keine		

Erarbeitet am: 22.09.2008

durch FG Spanisch

Modulnr: SPR 317	Modulname: Nachbereitung des Auslandsaufenthalts	Dozent(en): FG Spanisch u. IKK
Studiengang: Languages and Business Administration	Semester: Wintersemester	
Studienschwerpunkt: Hispanophoner Kulturraum	ECTS-Punkte: 4 Arbeitsaufwand in h: 120 Lehr- und Lernformen in h: S 60h Selbststudium: 60 h	
Lernziele Modulbaustein 1: Wissenschaftliches Arbeiten – Erhebungs- und Auswertungsmethoden Die Studierenden sollen ihre Kenntnisse in der empirischen Feldforschung durch die Auswertung der im Ausland erhobenen Daten vertiefen. Die Studierenden lernen die formalen Bedingungen für das Verfassen einer wissenschaftlichen Abschlussarbeit kennen und erhalten Anregungen und Hilfestellungen für die Themenwahl und Ausarbeitung ihrer wissenschaftlichen Abschlussarbeit. Modulbaustein 2: Prinzipien Interkulturellen Lernens Die Studierenden sollen interkulturelle Erfahrungen ihres Studien- und Praxisjahres reflektieren und vor dem Hintergrund empirischer Forschungsarbeiten systematisieren können. Durch den Erwerb von Kenntnissen über Prinzipien interkulturellen Lernens und methodischen Wissens über die Vermittlung interkultureller Kompetenz sollen die Studierenden in der Lage sein, zentrale Fremderfahrungen weitergeben zu können.		
Lehrinhalte Modulbaustein 1: Wissenschaftliches Arbeiten – Erhebungs- und Auswertungsmethoden Interpretation empirischer Daten; Technische und formale Aspekte für das Verfassen der Abschlussarbeit (Anmeldung, Zeitrahmen u.a.); Grundlagen des Verfassens einer wissenschaftlichen Arbeit (Recherche, Zitieren, Prinzipien wissenschaftlichen Arbeitens, Untersuchungsdesigns, Kriterien der Bewertung einer Abschlussarbeit); Themenfindung; Planung und Organisation; Literatur: wird rechtzeitig vor Beginn bekannt gegeben.		
Modulbaustein 2: Prinzipien Interkulturellen Lernens Interkulturelle Kompetenz Metakommunikation Interkulturelles Lernen Methoden der Vermittlung interkultureller Kompetenz Empirische Forschungen zur interkulturellen deutsch-französischen Kommunikation Übungsformen Trainingstypen Literatur: wird rechtzeitig bekannt gegeben		
Voraussetzungen/Vorkenntnisse <u>Modulbaustein 1:</u> Vorkenntnisse empirischer Forschung; Erstellung eines Datenkorpus; <u>Modulbaustein 2</u> Grundwissen zur interkulturellen Kommunikation; Module des Auslandsstudiums und Modul Unternehmenspraktikum im Ausland.		
Leistungsnachweise: aP: Belegarbeit/Präsentation 15 Min. Gewichtung: 100%		
Vorleistungen: Datenerhebung; Datensitzung und Präsentation im Seminar		

Erarbeitet am: 06.11.2006

durch: Berkenbusch 14.10.2008

Modulnummer	Modulname	Dozent(en)
SPR 701	Bachelorprojekt	Dozenten des FB Sprachen und FB Wiwi
Studiengang	Semester: Wintersemester	
Languages and Business Administration	ECTS-Punkte: 10	
Studienschwerpunkte:	Arbeitsaufwand in h: 300	
Frankophoner/hispanophoner/chinesisch-sprachiger Wirtschaftsraum	Lehr- und Lernformen in h:	
	Selbststudium: 260 h	
	Vor-/Nachbereitung: 40 h	
Lernziele	Die Studierenden	
	<ul style="list-style-type: none">• 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	<ul style="list-style-type: none">• 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