

Modul: Grundlagen der Dienstleistungsbetriebswirtschaftslehre

Formale Angaben zum Modul				
Studiengang	Studienrichtung	Vertiefung		
BWL	DLM	(alle)		
Modulbezeichnung	Sprache des Moduls	Modul-Nr.	Version	Modulverantwortlicher
Kern-BWL Modul 1: Grundlagen der Dienstleistungsbetriebswirtschaftslehre	deutsch	XXX	25.05.2011 BW	Prof. Dr. V. Simon, DH BW RV / Prof. Dr. M. Froböse, DHBW HDH
Verortung des Moduls im Studienverlauf				
Semester	Voraussetzungen für die Teilnahme	Modulart	Moduldauer	
1	keine	Pflichtmodul	1 Semester	
Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen				
Lehr- und Lernmethoden:	Prüfungsleistungen	Benotet ja/nein	Prüfungsumfang	
Lehrveranstaltung: Vorlesung und Übung	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Klausur 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ ja 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 120 Minuten 	
Workload und ECTS				
Workload (in h, ein Vielfaches von 30)	Ingesamt:	180 Std.	ECTS-Punkte:	
	<i>davon Präsenzzeit (Vorlesungs- und Prüfungszeit)</i>	72 Std.	6	
	<i>davon Selbststudium</i>	108 Std.		
Qualifikationsziele und Kompetenzen				
Sachkompetenz:	Nach Abschluss des Moduls besitzen die Studierenden einen fundierten Überblick über betriebswirtschaftliches Basiswissen aus entscheidungs- und systemorientierter Perspektive. Aufbauend auf den grundlegenden Zusammenhängen betriebswirtschaftlichen Denkens lernen sie die wesentlichen rahmengebenden konstitutiven Entscheidungen ebenso kennen wie die Teilaufgaben im unternehmerischen Entscheidungszyklus. Aufbauend auf diesen grundlegenden Inhalten lernen die Studierenden die wesentlichen Elemente des wirtschaftlichen Leistungsprozesses eines (Dienstleistungs-)Unternehmens kennen. Sie können die volkswirtschaftliche Bedeutung und Beschäftigungsstruktur sowie die Besonderheiten des Wertschöpfungsprozesses im Dienstleistungssektor aufzeigen. Ferner haben sie Fähigkeiten für die Gestaltung von Dienstleistungsprozessen erworben, um Lösungsvorschläge für eine kundenorientierte Vorgehensweise zu erarbeiten und auf klar definierte Probleme anzuwenden.			
Sozial-ethische Kompetenz:	Die Studierenden kennen die Zieldimensionen eines Unternehmens zur Befriedigung divergierender Ansprüche unterschiedlicher Interessengruppen. Sie haben sich intensiv mit alternativen Rationalitätsprinzipien des Wirtschaftens aus ökonomischer, politischer, sozialer, ökologischer und ethischer Perspektive auseinandergesetzt und einen ersten Einblick in die vielfältigen Dimensionen der Unternehmensführung gewonnen. Die Studierenden können konstruktiv in einer Arbeitsgruppe mitarbeiten.			
Selbstkompetenz:	Die Studierenden haben ihre Kompetenz nach Abschluss des Moduls durch eine erste kritische Auseinandersetzung mit ökonomischen Fragestellungen dahingehend verbessert, dass sie ein grundlegendes Verständnis für die Notwendigkeit einer modellhaften Analyse betrieblicher Phänomene erworben haben. Sie verfügen auf der Grundlage des entscheidungs- und systemorientierten Denkens über ein grundlegendes Analysemuster, mit dem sie im weiteren Verlaufe ihres Studiums einfache wie komplexe Problemstellungen zielorientiert strukturieren und einer Lösung zuführen können. Bereits jetzt sind die Studierenden in der Lage, ihren Standpunkt unter Heranziehung einer einfachen betriebswirtschaftlichen Argumentation zu reflektieren und zu begründen.			
übergreifende Handlungskompetenz:	Die Studierenden kennen die Zielsetzungen der Betriebswirtschaftslehre als Wissenschaft und die unterschiedlichen Vorgehensweisen betriebswirtschaftlicher Forschungskonzeptionen. Sie können einfache Problemstellungen im Rahmen des Leistungs- und Führungsprozesses einer Unternehmung unter Verwendung der betriebswirtschaftlichen Fachsprache beschreiben. Die Studierenden können nach Abschluss dieses Moduls klar definierte Entscheidungsprobleme mit grundlegenden betriebswirtschaftlichen Methoden selbstständig analysieren und einfache Erklärungsansätze formulieren.			

Lerneinheiten und Inhalte		
Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit (in Std.)	Selbststudium (in Std.)
(Lehr- und Lerneinheit 1): Grundlagen der allgemeinen Betriebswirtschaftslehre	36	54
<i>Die Unternehmung als ökonomisches und soziales System –Wissenschaftstheoretische Grundpositionen der BWL – Modelle und Methoden der Betriebswirtschaftslehre – Unternehmensumwelt – Managementphilosophie, Vision, Ziele, Entscheidungen – Kernfunktionen des Managements – Rechtsformen, Verfügungsrechte und Unternehmensverfassung – Konzentration und Kooperation – Standortentscheidungen – Dimensionen des Wertschöpfungsprozesses um Überblick</i>		
(Lehr- und Lerneinheit 2): Einführung in das Dienstleistungsmanagement	36	54
<i>Begriff, Charakteristika, wirtschaftliche Bedeutung von Dienstleistungen – Beschäftigungsstruktur im Dienstleistungssektor – Servicequalität – Wertschöpfungsprozess im Dienstleistungssektor – Interaktionsintensitäts-Typen im Dienstleistungs-Erstellungsprozess – Service Design (Prozessanalyse, Service Blueprinting, Prozesssteuerung/-organisation incl. Kapazitätsmanagement und Gestaltung der Kundenmitwirkung) – Beziehungsaufbau und -pflege zu Subdienstleistern – Ansätze zur Steigerung der Flexibilität in der Dienstleistungsproduktion – Ansätze zur Standardisierung der Dienstleistungsproduktion – Kundeneinbeziehung in die Dienstleistungsentwicklung (lead-user-Konzept) – aktuelle Trends im Dienstleistungssektor</i>		
Literatur		
Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.		
<ul style="list-style-type: none"> • Biermann, T.: Kompakt-Training Dienstleistungsmanagement, Ludwigshafen: Kiehl • Burr, W./Stephan, M.: Dienstleistungsmanagement, Stuttgart • Fließ, S.: Dienstleistungsmanagement, Wiesbaden: Gabler • Hugentobler, W. / Schaufelbühl, K. / Blattner, M.: Betriebswirtschaftslehre für Bachelor. Zürich – Stuttgart: UTB / Orell Füssli • Jung, H.: Allgemeine Betriebswirtschaftslehre. München: Oldenbourg • Meffert, H./Bruhn, M.: Dienstleistungsmarketing. Wiesbaden: Gabler • Vahs, D. / Schäfer-Kunz, J.: Einführung in die Betriebswirtschaftslehre: Lehrbuch mit Beispielen und Kontrollfragen. Stuttgart: Schäffer-Pöschel • Wöhe, G. / Döring, U.: Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre. München: Vahlen 		
Besonderheit		

Modul: Grundfunktionen der Betriebswirtschaftslehre

Formale Angaben zum Modul				
Studiengang	Studienrichtung	Vertiefung		
BWL		(alle)		
Modulbezeichnung	Sprache des Moduls	Modul-Nr.	Version	Modulverantwortlicher
Kern-BWL Modul 2: Grundfunktionen der Betriebswirtschaftslehre	deutsch	XXX	25.05.2011 BW	Prof. Dr. V. Simon, DH BW RV / Prof. Dr. M. Froböse, DHBW HDH
Verortung des Moduls im Studienverlauf				
Semester	Voraussetzungen für die Teilnahme	Modulart	Moduldauer	
2	Modul 1	Pflichtmodul	1 Semester	
Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen				
Lehr- und Lernmethoden:	Prüfungsleistungen	Benotet ja/nein	Prüfungsumfang	
Lehrveranstaltung: Vorlesung und Übung	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Klausur 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ ja 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 120 Minuten 	
Workload und ECTS				
Workload (in h, ein Vielfaches von 30)	Ingesamt:	150 Std.	ECTS-Punkte:	
	<i>davon Präsenzzeit (Vorlesungs- und Prüfungszeit)</i>	60 Std.		
	<i>davon Selbststudium</i>	90 Std.	5	
Qualifikationsziele und Kompetenzen				
Sachkompetenz:	<p>Mit diesem Modul haben die Studierenden einen grundlegenden Einblick in die unterschiedlichen Elemente des Wertschöpfungsprozess eines Unternehmens und ihre Abbildung im internen Rechenwerk gewonnen. Sie kennen die Ziele und Organisation des Warenflusses, sind mit den Besonderheiten materieller wie immaterieller Leistungserstellung vertraut und haben hier insbesondere ein Verständnis für die Einflussfaktoren auf die Dienstleistungsqualität entwickelt und können eine Verbindung zum Prozess der Dienstleistungserstellung herstellen.</p> <p>Die Studierenden sind in der Lage, die Bedeutung der Kosten- und Leistungsrechnung für die quantitative Abbildung der leistungswirtschaftlichen Prozesse einer Unternehmung einzuschätzen. Auf der Grundlage der Produktions- und Kostentheorie können sie unterschiedliche Fragestellungen alternativen Kostenrechnungssystemen selbstständig zuordnen, und sie beherrschen die grundsätzlichen Schritte zum Aufbau eines Kostenrechnungssystems. Die Studierenden kennen ebenso die Möglichkeiten und Grenzen der Übertragbarkeit kostenrechnerischer Erkenntnisse auf die Erlösseite.</p>			
Sozial-ethische Kompetenz:	<p>Den Studierenden sind die Grenzen der Abbildung der laufenden betrieblichen Leistungserstellung und -verwertung durch die Kosten- und Leistungsrechnung bewusst. Sie können konstruktiv in einer Arbeitsgruppe mitarbeiten und sind offen für Anregungen. Sie haben gelernt, ihren Standpunkt unter Heranziehung einer betriebswirtschaftlichen Argumentation zu verteidigen. Sie können hierbei mit Kritik umgehen und adäquat kritisieren.</p>			
Selbstkompetenz:	<p>Die Studierenden können Daten und Informationen aus diversen internen wie externen Quellen sammeln, grundsätzlich bewerten und nach vorgegebenen Kriterien aufbereiten. Sie können die zur Verfügung stehenden Lern- und Arbeitsmittel zunehmend selbstständig zum Wissenserwerb nutzen. Sie sind in der Lage, vorgegebene Methoden auf konkrete Problemstellungen selbstständig anzuwenden.</p>			
übergreifende Handlungskompetenz:	<p>Die Studierenden verfügen nach Abschluss des Moduls über einen fundierten Überblick über die zentralen Fragestellungen des betrieblichen Wertschöpfungsprozesses, seine quantitative Abbildung und grundlegenden Erkenntnisse zu Fragen der Waren-/Materialwirtschaft und der Logistik.</p> <p>In diesem Modul erwerben die Studierenden gleichermaßen die Handlungskompetenzen in der Anwendung praktisch erprobter Systeme der Kostenrechnung. Die Studierenden können die verschiedenen Perspektiven des Wertschöpfungsprozesses in der Logik und Sprache des internen Rechnungswesens abbilden, analysieren und bewerten sowie grundlegende Empfehlungen zur strukturellen Ausgestaltung des jeweils geeigneten Kostenrechnungssystems aussprechen und begründen.</p>			

Lerneinheiten und Inhalte			
Lehr- und Lerneinheiten		Präsenzzeit (in Std.)	Selbststudium (in Std.)
(Lehr- und Lerneinheit 1):	Kernelemente der internen Wertschöpfung	24	36
<i>Materielle und immaterielle Güter – Beschaffung – Produktion von Sach- und Dienstleistungen – kunden-integrative Wertschöpfungsprozesse bei Dienstleistungen – Lagerwirtschaft – Logistik – Entscheidungskalküle</i>			
(Lehr- und Lerneinheit 2):	Kosten- und Leistungsrechnung	36	54
<i>Produktions- und kostentheoretische Grundlagen – Kostenarten-, Kostenstellen- und Kostenträgerrechnung – Systeme der Voll- und Teilkostenrechnung – Betriebsergebnisrechnung – Entscheidungen mit Kostenrechnungsdaten</i>			
Literatur			
Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.			
<ul style="list-style-type: none"> • Corsten, H.: Dienstleistungsmanagement. München: Oldenbourg • Coenenberg, A. G. / Fischer, Th.M. / Günther, Th.: Kostenrechnung und Kostenanalyse. Stuttgart: Schäffer-Poeschel • Fließ, S.: Dienstleistungsmanagement, Wiesbaden: Gabler • Schweitzer, M. / Küpper, H.-U.: Systeme der Kosten- und Erlösrechnung. München: Vahlen 			
Besonderheit			

Modul: Unternehmensrechnung

Formale Angaben zum Modul		
Studiengang	Studienrichtung	Vertiefung
BWL		

Modulbezeichnung	Sprache des Moduls	Modul-Nr.	Version	Modulverantwortlicher
Kern-BWL Modul 3: Unternehmensrechnung	deutsch	XXX	19.04.2011 BW	Prof. Dr. V. Simon, DHBW RV

Verortung des Moduls im Studienverlauf			
Semester	Voraussetzungen für die Teilnahme	Modulart	Moduldauer
3	Modul 1+2	Pflichtmodul	1 Semester

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen			
Lehr- und Lernmethoden:	Prüfungsleistungen	Benotet ja/nein	Prüfungsumfang
Lehrveranstaltung: Vorlesung und Übung	▪ Klausur	▪ ja	▪ 180 Minuten

Workload und ECTS			
Workload (in h, ein Vielfaches von 30)	Insgesamt:	270 Std.	ECTS-Punkte: 9
	<i>davon Präsenzzeit (Vorlesungs- und Prüfungszeit)</i>	99 Std.	
	<i>davon Selbststudium</i>	171 Std.	

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
Sachkompetenz:	<p>Die Studierenden kennen am Ende dieses Moduls den Jahresabschluss in seinen grundlegenden Bestandteilen und können seine Bedeutung als wichtiges Kommunikationsinstrument eines Unternehmens mit seinen Interessengruppen (stakeholder) einschätzen. Hierzu verfügen sie über die wesentlichen Kenntnisse zur Durchführung einer Jahresabschlussanalyse. Sie haben außerdem die wesentlichen Unterschiede zwischen den Anforderungen einer Bilanzierung nach der HGB-Rechnungslegung und der IAS/IFRS-Bilanzierung verstanden und können deren Konsequenzen analysieren.</p> <p>Die Studierenden kennen und verstehen im Weiteren die Grundlagen finanzwirtschaftlicher Entscheidungsfelder im Kontext von Finanzmärkten und Finanzinstitutionen und sind in der Lage, unter diesen Implikationen eine grundlegende Finanzplanung einer Unternehmung zu erstellen und auf ihre Tragfähigkeit hin zu beurteilen. Darüber hinaus kennen die Studierenden die relevanten Verfahren der Investitions- und Finanzierungsrechnung und können diese kritisch bewerten und adäquat anwenden.</p> <p>Die Studierenden kennen ebenfalls die relevanten Steuerarten im Kontext von Steuersystem und Besteuerungsprinzipien und sind in der Lage, die durch Steuern ausgelösten betriebswirtschaftlichen Entscheidungswirkungen zu beschreiben und zu analysieren.</p>
Sozial-ethische Kompetenz:	<p>Die Studierenden entwickeln ein Verständnis für die Bedeutung bilanz- und finanzpolitischer Kommunikation gegenüber alternativen Anspruchsgruppen der Unternehmung, können deren Folgen für die Reputation der Unternehmung einschätzen und diese Erkenntnisse mit in unternehmerische Entscheidungen einfließen lassen. Gleiches gilt für die Fragen der Besteuerung und der Steuergerechtigkeit.</p> <p>Die Studierenden sollen effektiv in einer Arbeitsgruppe mitarbeiten und die Gruppenleitung übernehmen können..</p>
Selbstkompetenz:	<p>Die Studierenden stellen gezielt Verständnisfragen, beteiligen sich aktiv an fachlichen Diskussionen und übernehmen zunehmend Mitverantwortung für den Lernerfolg. Sie können ihren Standpunkt unter Heranziehung einer fundierten betriebswirtschaftlichen Argumentation begründen und sind in der Lage, die Anwendungsprämissen der einzelnen erlernten Verfahren vor dem Hintergrund konkreter Problemstellungen im Unternehmen kritisch zu reflektieren und zu bewerten.</p>
übergreifende Handlungskompetenz:	<p>Die Studierenden erwerben ein fundiertes konzeptionelles wie methodisches Wissen zu Fragen der Unternehmensrechnung sowie die Bedeutung dieses Themenkomplexes für die Führungspraxis. Sie werden mit unterschiedlichen quantitativ fundierten Konzeptionen und Perspektiven der Unternehmenssteuerung vertraut gemacht, erkennen ihre Integration in den Gesamtplanungszyklus einer Unternehmung und werden mit den interdependenten Wirkungsmuster unternehmerischer Entscheidungen in ergebnis- wie liquiditätsorientierter Sicht vertraut. Darüber hinaus entwickeln die Studierenden ein kritisch reflektiertes Grundverständnis für alternative Bilanzierungs- und Finanzierungsphilosophien sowie die sich daraus ergebenden Besteuerungsimplicationen im Gesamtzusammenhang.</p>

Lerneinheiten und Inhalte			
Lehr- und Lerneinheiten		Präsenzzeit (in Std.)	Selbststudium (in Std.)
(Lehr- und Lerneinheit 1):	Bilanzierung und Grundzüge der Jahresabschlussanalyse	44	76
<i>Ziele und Aufgaben des Jahresabschlusses – bilanzielle Rechtsgrundlagen – Grundsätze ordnungsmäßiger Bilanzierung – Ausweis-, Ansatz- und Bewertungsvorschriften – Internationale Rechnungslegungsregeln (IAS/IFRS) im Überblick – Grundzüge der quantitativen und qualitativen Jahresabschlussanalyse</i>			
(Lehr- und Lerneinheit 2):	Finanzierung und Investition	33	57
<i>Finanzwirtschaftliche Ziele und Aufgaben – Finanzmärkte, Finanzinstitutionen und kapitalmarktorientierte Informationssysteme – Finanzierungsarten und Finanzierungsquellen – Finanz- und Liquiditätsplanung – Grundlagen der Investitionsplanung – Verfahren der Investitionsrechnung</i>			
(Lehr- und Lerneinheit 3):	Betriebliche Steuerlehre	22	38
<i>Steuersystem – Besteuerungsverfahren – Steuerarten (Einkommensteuer, Körperschaftsteuer, Gewerbesteuer, Umsatzsteuer) – Besteuerungswirkungen ausgewählter betrieblicher Entscheidungen – Europäische Steuerharmonisierung</i>			
Literatur			
Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.			
<ul style="list-style-type: none"> • Baetge, J. / Kirsch, H.-J. / Thiele, St.: Bilanzen. Düsseldorf: IDW-Verlag • Coenenberg, A.G. / Haller, A. /Schultze, W.: Jahresabschluss und Jahresabschlussanalyse. Stuttgart : Schäffer-Poeschel • Pape, U.: Grundlagen der Finanzierung und Investition: Mit Fallbeispielen und Übungen. München: Oldenbourg • Perridon, L. / Manfred Steiner, M. / Rathgeber, A.W.: Finanzwirtschaft der Unternehmung. München: Vahlen • Haberstock, L. / Breithecker, V.: Einführung in die Betriebswirtschaftliche Steuerlehre. Mit Fallbeispielen, Übungsaufgaben und Lösungen. Berlin: Erich Schmidt 			
Besonderheit			

Modul: Organisation und Personal

Formale Angaben zum Modul		
Studiengang	Studienrichtung	Vertiefung
BWL		

Modulbezeichnung	Sprache des Moduls	Modul-Nr.	Version	Modulverantwortlicher
Kern-BWL Modul 4: Organisation und Personal	deutsch	XXX	19.04.2011 BW	Prof. Dr. V. Simon, DHBW RV

Verortung des Moduls im Studienverlauf			
Semester	Voraussetzungen für die Teilnahme	Modulart	Moduldauer
4	keine	Pflichtmodul	1 Semester

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen			
Lehr- und Lernmethoden:	Prüfungsleistungen	Benotet ja/nein	Prüfungsumfang
Vorlesung und Übung	▪ Klausur	▪ ja	▪ 120 Minuten

Workload und ECTS			
Workload (in h, ein Vielfaches von 30)	Insgesamt:	150 Std.	ECTS-Punkte:
	<i>davon Präsenzzeit (Vorlesungs- und Prüfungszeit)</i>	55 Std.	5
	<i>davon Selbststudium</i>	95 Std.	

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
Sachkompetenz:	Die Studierenden kennen die grundlegenden Theorien und Konzepte der Organisationsgestaltung. Sie besitzen fundierte Kenntnisse über unterschiedliche Formen und Modelle der Aufbau- und Ablauforganisation sowie über die dabei zu berücksichtigenden Einflussfaktoren und Gestaltungsprinzipien. Auf dieser Basis können sie praktische Organisationskonzepte qualifiziert beurteilen. Gleichmaßen sind sie mit Gestaltungsformen interorganisatorischer Zusammenarbeit vertraut. Die Studierenden lernen die Relevanz personalpolitischer Entscheidungen für das Gesamtunternehmen zu würdigen. Sie verfügen im Bereich der betrieblichen Personalarbeit über fundierte Kenntnisse und sind in der Lage, selbstständig Aufgabenstellungen mittlerer Komplexität zu lösen.
Sozial-ethische Kompetenz:	Die Studierenden haben ein Verständnis für die verhaltensgestaltende Kraft organisatorischer Regelungen entwickelt und sind in der Lage, alternative Gestaltungsoptionen situativ verantwortungsvoll einzusetzen. Gleichmaßen haben sie ein tiefergehendes Verständnis für die soziale Verantwortung der betrieblichen Personalarbeit entwickelt. Die Studierenden sollen effektiv in einer Arbeitsgruppe mitarbeiten und die Gruppenleitung übernehmen können.
Selbstkompetenz:	Die Studierenden können ihren Standpunkt unter Heranziehung einer theoretisch fundierten betriebswirtschaftlichen Argumentation begründen. Sie können alle zur Verfügung stehenden Lern- und Arbeitsmittel zum Wissenserwerb nutzen. Dabei können sie Routineforschungsaufgaben unter Anleitung übernehmen
übergreifende Handlungskompetenz:	Die Studierenden erkennen die aktuelle Bedeutung der organisatorischen Gestaltung als wesentliches Element im Managementprozess und können den Beitrag organisationalpolitischer Entscheidungen für die Unternehmenssteuerung beurteilen. Dabei sind ihnen klassische Konzepte ebenso wie aktuelle Muster betrieblicher Strukturierung innerhalb von Unternehmungen wie unternehmensübergreifend vertraut. Sie erlernen ebenso die Anwendung von Instrumenten der betrieblichen Personalarbeit in einzelnen Handlungsfeldern, die Interdependenz und Integration von personalwirtschaftlichen Maßnahmen, die Erklärung und Prognose von personalwirtschaftlichen Phänomenen sowie deren Relevanz für die betriebliche Praxis. Letztlich entwickeln die Studierenden ein Verständnis für den Gesamtzusammenhang von organisatorischer Gestaltung und betrieblicher Personalarbeit.

Lerneinheiten und Inhalte			
Lehr- und Lerneinheiten		Präsenzzeit (in Std.)	Selbststudium (in Std.)
(Lehr- und Lerneinheit 1):	Grundzüge der Unternehmensorganisation	22	38
<i>Organisationstheorie und Organisationspraxis – Formen der Aufbau- und Ablauforganisation – Neuere Entwicklungen der Unternehmensorganisation – Neuere Formen interorganisationaler Zusammenarbeit</i>			
(Lehr- und Lerneinheit 2):	Betriebliche Personalarbeit	33	57
<i>Ziele und Aufgaben der betrieblichen Personalarbeit – Personalbedarfsplanung – Personalbeschaffung, Personalabbau – Personaleinsatz – Entlohnung und betriebliche Sozialpolitik – Personalentwicklung – Grundzüge des Personalmarketings</i>			

Literatur
Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.
<ul style="list-style-type: none"> • Bea, F.X. / Göbel, E.: Organisation. Theorie und Gestaltung. Stuttgart: Lucius & Lucius • Vahs, D.: Organisation: Ein Lehr- und Managementbuch. Stuttgart: Schäffer-Poeschel • Bröckermann, R.: Personalwirtschaft: Lehr- und Übungsbuch für Human Resource Management. Stuttgart: Schäffer-Poeschel • Jung ,H.: Personalwirtschaft. München – Wien: Oldenbourg • Scholz, Ch.: Personalmanagement. Informationsorientierte und verhaltenstheoretische Grundlagen. München: Vahlen

Besonderheit

Modul: Integriertes Management

Formale Angaben zum Modul				
Studiengang		Studienrichtung		Vertiefung
BWL				
Modulbezeichnung	Sprache des Moduls	Modul-Nr.	Version	Modulverantwortlicher
Kern-BWL Modul 5: Integriertes Management	deutsch	XXX	19.04.2011 BW	Prof. Dr. V. Simon, DHBW RV
Verortung des Moduls im Studienverlauf				
Semester	Voraussetzungen für die Teilnahme	Modulart	Moduldauer	
5+6	keine	Pflichtmodul	2 Semester	
Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen				
Lehr- und Lernmethoden:	Prüfungsleistungen	Benotet ja/nein	Prüfungsumfang	
Lehrveranstaltung: Vorlesung und Übung	▪ Klausur	▪ ja	▪ 120 Minuten	
Workload und ECTS				
Workload (in h, ein Vielfaches von 30)	Insgesamt:	180 Std.	ECTS-Punkte:	
	davon Präsenzzeit (Vorlesungs- und Prüfungszeit)	60 Std.	6	
	davon Selbststudium	120 Std.		
Qualifikationsziele und Kompetenzen				
Sachkompetenz:	Die Studierenden sind mit den verschiedenen Ansätzen der Mitarbeiter- und Unternehmensführung vertraut und können dieses Wissen mit Ansätzen der neueren Managementforschung verknüpfen. Sie haben sich mit den zentralen Einflussgrößen auf den Führungserfolg auseinander gesetzt und ein umfassendes Verständnis für eine situative Interpretation des Führens von Unternehmen entwickelt. Sie sind in der Lage, anhand von Fallstudien managementbezogene Probleme mehrdimensional zu analysieren, in ihrer sachlich-inhaltlichen wie sozial-motivationalen Vernetzung zu verstehen, ergebnisorientiert aufzubereiten und Lösungsstrategien selbstständig zu entwickeln.			
Sozial-ethische Kompetenz:	Die Studierenden haben ein Gefühl für vielschichtige und komplexe Probleme im Führungsalltag von Unternehmungen entwickelt und können konstruktiv mit dieser Situation umgehen. Sie sind sich ihrer besonderen Verantwortung im Prozess der Unternehmens- wie Mitarbeiterführung bewusst und haben sich mit den vielfältigen normativen Fragestellungen einer umfassenden Managementethik auseinandergesetzt. Sie können effektiv in einer Arbeitsgruppe mitarbeiten und sind in der Lage die Gruppenleitung zu übernehmen. Sie haben gelernt, ihren Standpunkt unter Heranziehung einer theoretisch fundierten Argumentation zu begründen.			
Selbstkompetenz:	Die Studierenden können Verantwortung für die eigene Arbeit übernehmen und diese kritisch evaluieren. Sie können auch mit kritischen Kommentaren über die eigene Leistung konstruktiv umgehen. Sie stellen gezielt Verständnisfragen, beteiligen sich theoretisch fundiert an differenzierten fachlichen Diskussionen und übernehmen Mitverantwortung für den Lernerfolg. Sie können dem Lehrenden angemessenes Feedback geben. Sind sich aber auch zugleich der Grenzen der Erklärungskraft theoretischer wie praktischer Konzepte im Führungsalltag bewusst.			
übergreifende Handlungskompetenz:	Die Studierenden verfügen nach Abschluss des Moduls über umfassende und detaillierte Kenntnisse der wichtigsten Führungstheorien und ihrer Implikationen auf die Realisierung praktischer integrativer Führungskonzeptionen. Sie sind in der Lage, alternative Ansätze zu bewerten, kritisch miteinander zu vergleichen und auf ihre praktische Arbeit sowie auf die Situation ihres Ausbildungsunternehmens übertragen. Die Studierenden sind mit den grundlegenden Fragestellungen und Methoden zur Initiierung wie Steuerung von unternehmerischen Veränderungsprozessen vertraut. Die Studierenden können alle zur Verfügung stehenden Lern- und Arbeitsmittel zum Wissenserwerb nutzen. Dabei können sie Routineforschungsaufgaben mit minimaler Anleitung übernehmen.			

Lerneinheiten und Inhalte			
Lehr- und Lerneinheiten		Präsenzzeit (in Std.)	Selbststudium (in Std.)
(Lehr- und Lerneinheit 1):	Unternehmensführung	30	60
<i>Normatives Management – Strategisches Management – Operatives Management – Managementsysteme</i>			
(Lehr- und Lerneinheit 2):	Mitarbeiterführung	30	60
<i>Unternehmenskultur – Führungsstile, Führungsmodelle – Anreizsysteme – Konfliktmanagement – Kommunikation und Motivation</i>			

Literatur	
Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.	
<ul style="list-style-type: none"> • Bleicher, K.: Das Konzept Integriertes Management. Berlin – New York: Campus • Dillerup, R. / Stoi, R.: Unternehmensführung. München: Vahlen • Welge, M. / Al-Laham, A.: Strategisches Management. Grundlagen - Prozess – Implementierung. Wiesbaden: Gabler • Rosenstiel, L.v. / Regnet, E. / Domsch, M.E.: Führung von Mitarbeitern: Handbuch für erfolgreiches Personalmanagement. Stuttgart: Schaeffer-Poeschel • Wunderer, R.: Führung und Zusammenarbeit. Eine unternehmerische Führungslehre. Köln: Luchterhand 	

Besonderheit

Modul: Integrationsseminar zu ausgewählten Managementthemen

Formale Angaben zum Modul		
Studiengang	Studienrichtung	Vertiefung
BWL	DLM	(alle)

Modulbezeichnung	Sprache des Modul	Modul-Nr.	Version	Modulverantwortlicher
Kern-BWL Modul 6: Integrationsseminar zu ausgewählten Dienstleistungsthemen	deutsch	XXX	31.05.2011 BW	Prof. Dr. V. Simon, DHBW RV; Prof. Dr. M. Froböse, DHBW HDH

Verortung des Moduls im Studienverlauf			
Semester	Voraussetzungen für die Teilnahme	Modulart	Moduldauer
5 oder 6	Kern-BWL Module 1-4, 7-9	Pflichtmodul	1 Semester

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen			
Lehr- und Lernmethoden:	Prüfungsleistungen	Benotet ja/nein	Prüfungsumfang
Seminar, Gruppenarbeit	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Seminararbeit ▪ Gruppen-Präsentation 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ ja ▪ ja 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 15 Seiten ▪ 30 Min.

Workload und ECTS			
Workload (in h, ein Vielfaches von 30)	Insgesamt:	150 Std.	ECTS-Punkte:
	davon Präsenzzeit (Vorlesungs- und Prüfungszeit)	50 Std.	
	davon Selbststudium	100 Std.	

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
Sachkompetenz:	Die Studierenden haben einen vertieften Einblick in aktuelle Fragen bzw. Probleme des Managements von Dienstleistungsunternehmen gewonnen, speziell in Aspekte der Unternehmens- und/oder Mitarbeiterführung, in theoretische und/oder praktische Konzepte der Unternehmenssteuerung.
Sozial-ethische Kompetenz:	Die Studierenden können ihre eigene Wertebasis kritisch reflektieren und in einem intensiven Diskurs mit den Seminarteilnehmern weiterentwickeln.
Selbstkompetenz:	Die Studierenden sind in der Lage, ihre eigene inhaltlich/theoretische wie methodische Argumentationsbasis zu überprüfen, zu hinterfragen und kritisch zur Diskussion zu stellen. Sie lernen insbesondere, ihren Standpunkt unter Heranziehung einer wissenschaftlich fundierten Argumentation zu begründen. Sie entwickeln ein Gefühl für vielschichtige Problemstellungen und können konstruktiv mit komplexen, schlecht strukturierten Situationen umgehen. Dadurch verbessert sich ihre Fähigkeit zum anwendungsorientierten wissenschaftlichen Arbeiten.
übergreifende Handlungskompetenz:	Die Studierenden erhalten eine Plattform, auf der sie den Umgang mit komplexen und Problemstellungen einüben können, um sich so auf die zukünftigen beruflichen Herausforderungen im Führungsumfeld vorzubereiten. Durch die Beschäftigung mit systemischer Komplexität lernen sie in der Endphase ihrer Ausbildung, Komplexität nicht als Last, sondern als Herausforderung und Chance zu begreifen. Sie sind in der Lage, sowohl mit geeigneten theoretisch-modellhaften Konstrukten wie mit sinnvollen pragmatischen Lösungsmethoden die gestellten umfassenden Fragen einer konstruktiven Lösung zuzuführen.

Lerneinheiten und Inhalte				
Lehr- und Lerneinheiten			Präsenzzeit (in Std.)	Selbststudium (in Std.)
(Lehr- und Lerneinheit 1):	Integrationsseminar zu ausgewählten Dienstleistungsmanagement-/marketing-Themen		50	100
<i>Gegenstand des Seminars ist es, aktuelle Entwicklungen der Managementlehre oder alternativ Entwicklungen des Dienstleistungsmarketing/-managements wissenschaftlich fundiert aufzuarbeiten und mit aktuellen Fragen der Unternehmenspraxis zu verknüpfen.</i>				

Literatur
Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.
aktuelle Literatur entsprechend der thematischen Ausrichtung des Seminars

Besonderheit

Modul: Volkswirtschaftslehre I

Formale Angaben zum Modul		
Studiengang	Studienrichtung	Vertiefung
BWL		

Modulbezeichnung	Sprache des Moduls	Modul-Nr.	Version	Modulverantwortlicher
Volkswirtschaftslehre I Einführung und Mikroökonomik	Deutsch		08.03.2011 BW	Prof. Dr. Thomas Häring DHBW Villingen- Schwenningen

Verortung des Moduls im Studienverlauf			
Semester	Voraussetzungen für die Teilnahme	Modulart	Moduldauer
1 + 2	Grundlegende Kenntnisse der Differentialrechnung und der univariaten Optimierung	Pflichtmodul	2 Semester

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen			
Lehr- und Lernmethoden:	Prüfungsleistungen	Benotet ja/nein	Prüfungsumfang
Vorlesung/Übung	▪ Klausur	▪ ja	▪ 120 Minuten

Workload und ECTS				
Workload (in Std., ein Vielfaches von 30)	Insgesamt:	150 Std.	ECTS-Punkte	
	<i>davon Präsenzzeit (Vorlesungs- und Prüfungszeit)</i>	60 Std.		5
	<i>davon Selbststudium</i>	90 Std.		

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
Sachkompetenz:	Nach Abschluss des Moduls haben die Teilnehmer Gegenstand und Methoden der Volkswirtschaftslehre kennengelernt und sind in der Lage, Nutzen und Grenzen der Verwendung von Modellen in der ökonomischen Analyse zu erklären und zu beurteilen. Sie haben die Grundlagen der Analyse von Haushalten und Unternehmen verstanden und haben die Fachkompetenz erworben, mit diesem Instrumentarium das Geschehen auf Märkten zu analysieren und auf neue Probleme anzuwenden.
Sozial-ethische Kompetenz:	Die Studenten haben die Kompetenz erworben, die unterschiedlichen Sichtweisen verschiedener Akteure und Interessengruppen auf mikroökonomische Probleme zu verstehen und zu beurteilen. Die Analyse von Marktunvollkommenheiten zeigt ihnen bereits in dieser frühen Phase des Studiums ethische Dimensionen wirtschaftlicher Entscheidungen.
Selbstkompetenz:	Die Studierenden können die Logik ökonomischer Entscheidungen erfassen und daraus selbstständig Schlussfolgerungen für individuelles und kollektives Handeln ziehen. Sie sind in der Lage, Auswirkungen wirtschaftlicher Entscheidungen fachadäquat zu kommunizieren.
Übergreifende Handlungskompetenz:	Die Preistheorie in verschiedenen Markttypen und Marktformen hilft den Studierenden, die Situation in ihren jeweiligen Unternehmen zu verstehen und gegebenenfalls Problemlösungen zu entwickeln.

Lerneinheiten und Inhalte		
Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit (in Std.)	Selbststudium (in Std.)
(Lehr- und Lerneinheit 1):	30	45
<i>Grundbegriffe der VWL – Inhalte, Abgrenzung und Methoden der VWL – Einführung in die volkswirtschaftliche Dogmengeschichte – Wirtschaftssysteme – Wirtschaftsordnung der Bundesrepublik Deutschland – Einführung in die Mikroökonomik – Marktmechanismus</i>		
(Lehr- und Lerneinheit 2):	30	45
<i>Theorie des Haushalts – Theorie der Unternehmung: Produktion, Kosten, Angebot – Institutionenökonomie – Faktormärkte– Preisbildung im Polypol, Monopol und Oligopol – Marktunvollkommenheiten – Wirkungen staatlicher Eingriffe – Wettbewerbstheorie – Wettbewerbspolitik</i>		

Literatur
Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.
Baßeler, U., Heinrich, J., Utecht, B.: Grundlagen und Probleme der Volkswirtschaft, Stuttgart.
Bofinger, P.: Grundzüge der Volkswirtschaftslehre: Eine Einführung in die Wissenschaft von Märkten, München.
Erlei, M., Leschke, M., Sauerland, D.: Neue Institutionenökonomik, Stuttgart.
Homann, K., Suchanek, A.: Ökonomik: Eine Einführung, Tübingen.
Krugman, P., Wells, R.: Volkswirtschaftslehre, Stuttgart. [engl.: Economics]
Mankiw, N.G.: Grundzüge der Volkswirtschaftslehre, Stuttgart. [engl.: Principles of Economics]
Pindyck, R.S., Rubinfeld, D.L.: Mikroökonomie, München. [engl.: Microeconomics]
Varian, H.R.: Grundzüge der Mikroökonomik, München [engl.: Intermediate Microeconomics: A Modern Approach]
Wildmann, L.: Einführung in die Volkswirtschaftslehre, Mikroökonomie und Wettbewerbspolitik: Module der Volkswirtschaftslehre 1, München.

Modul: Volkswirtschaftslehre II

Formale Angaben zum Modul		
Studiengang	Studienrichtung	Vertiefung
BWL		

Modulbezeichnung	Sprache des Moduls	Modul-Nr.	Version	Modulverantwortlicher
Volkswirtschaftslehre II Makroökonomik, Geld und Währung	Deutsch		08.03.2011 BW	Prof. Dr. Thomas Häring DHBW Villingen- Schwenningen

Verortung des Moduls im Studienverlauf			
Semester	Voraussetzungen für die Teilnahme	Modulart	Moduldauer
3 + 4	Grundlegende Kenntnisse der Differentialrechnung und der univariaten Optimierung, Modul VWL I	Pflichtmodul	2 Semester

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen			
Lehr- und Lernmethoden:	Prüfungsleistungen	Benotet ja/nein	Prüfungsumfang
Vorlesung/Übung	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Klausur In begründeten Ausnahmefällen können zwei 60-minütige Teilklausuren geschrieben werden. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ ja 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 120 Minuten

Workload und ECTS			
Workload (in Std., ein Vielfaches von 30)	Insgesamt:	150 Std.	ECTS-Punkte
	<i>davon Präsenzzeit (Vorlesungs- und Prüfungszeit)</i>	55 Std.	5
	<i>davon Selbststudium</i>	95 Std.	

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
Sachkompetenz:	In diesem Modul wird zunächst die Logik der systematischen Beschreibung des Wirtschaftskreislaufs behandelt. Anschließend wird das makroökonomische Grundmodell der Einkommens- und Beschäftigungstheorie entwickelt. Im zweiten Teil werden die Geldmengenkonzepte, der Geldangebotsprozess, die Wirkungsweise der Geldpolitik sowie währungstheoretische Fragen diskutiert. Nach Abschluss des Moduls haben die Teilnehmer sich die Terminologie der VGR angeeignet, den grundsätzlichen Unterschied zwischen einer klassifizierenden Beschreibung des Wirtschaftskreislaufs und einer Erklärung makroökonomischer Phänomene verstanden, den methodischen Ansatz der makroökonomischen Modellbildung kennen gelernt und die Abhängigkeit der Ergebnisse von den Prämissen erkannt.
Sozial-ethische Kompetenz:	Im Rahmen der Diskussion verschiedener Wachstumsmodelle erkennen die Studierenden die Notwendigkeit nachhaltigen Wirtschaftens. Sie verstehen dadurch, dass das Bruttoinlandsprodukt als alleiniger Wohlstandsindikator nicht ausreicht. Anhand von Beispielen wie dem Sparparadoxon oder der Blasenbildung an Märkten begreifen Sie, dass individuelle Rationalität zu gesellschaftlicher Irrationalität führen kann und können daraus die Notwendigkeit wirtschafts- und sozialpolitischen Handelns ableiten.
Selbstkompetenz:	Die Studierenden haben die Kompetenz erworben, mit makroökonomischen Daten und Informationen umzugehen und die Relevanz für ihre eigenen ökonomischen Entscheidungen zu bewerten. Sie können im Rahmen makroökonomischer Modelle logisch argumentieren und sie können die Auswirkungen exogener Schocks, geld- und fiskalpolitischer Entscheidungen sowie verschiedener Währungssysteme selbstständig ableiten.
Übergreifende Handlungskompetenz:	In diesem Modul lernen die Studierenden die Abhängigkeiten eines Unternehmens von der gesamtwirtschaftlichen Entwicklung kennen. Sie verstehen, wie ein Unternehmen von konjunkturellen Abläufen, von geldpolitischen Entscheidungen oder Entwicklungen an den Devisenmärkten beeinflusst wird und welche Reaktionen auf solche exogenen Faktoren möglich sind.

Lerneinheiten und Inhalte		
Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit (in Std.)	Selbststudium (in Std.)
(Lehr- und Lerneinheit 1):	28	48
<i>Kreislaufanalyse, Volkswirtschaftliche Gesamtrechnung, Zahlungsbilanz – Analyse des Gütermarktes – Analyse des Geldmarktes – IS-LM Modell – stabilisierungspolitische Wirkungen der Fiskal- und Geldpolitik – Analyse des Arbeitsmarktes – Konjunkturtheorien – Wachstum und technischer Fortschritt</i>		
(Lehr- und Lerneinheit 2):	27	47
<i>Monetäre Grundbegriffe – Geldnachfrage- und Geldangebotstheorie – Inflation – Grundlagen der Geldpolitik – Geldpolitik der Europäischen Zentralbank – Theorie der Wechselkurse – Devisenmarkt – Internationale Währungsordnung</i>		

Literatur
Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.
<p>Lehreinheit 1:</p> <p>Blanchard, O., Illing, G.: Makroökonomie, München.</p> <p>Clement, R., Terlau, W., Kiy, M.: Grundlagen der Angewandten Makroökonomie: Eine Verbindung von Makroökonomie und Wirtschaftspolitik mit Fallbeispielen, München.</p> <p>Dornbusch, R., Fischer, S., Startz, R.: Makroökonomik, München.</p> <p>Felderer, B., Homburg, S.: Makroökonomik und neue Makroökonomik, Berlin.</p> <p>Mankiw, N.G.: Makroökonomik, Stuttgart.</p> <p>Mussel, G.: Einführung in die Makroökonomik, München.</p> <p>Lehreinheit 2:</p> <p>Bofinger, P. : Monetary Policy: Goals, Institutions, Strategies, and Instruments, Oxford.</p> <p>Görgens, E., Ruckriegel, K., Seitz, F.: Europäische Geldpolitik: Theorie, Empirie, Praxis, Stuttgart.</p> <p>Mishkin, F.S.: The Economics of Money, Banking and Financial Markets, Boston.</p> <p>Mussel, G.: Grundlagen des Geldwesens, Sternenfels.</p>

Modul: Volkswirtschaftslehre III

Formale Angaben zum Modul		
Studiengang	Studienrichtung	Vertiefung
BWL		

Modulbezeichnung	Sprache des Moduls	Modul-Nr.	Version	Modulverantwortlicher
Volkswirtschaftslehre III Wirtschaftspolitik, Umweltpolitik, Sozialpolitik	Deutsch		08.03.2011 BW	Prof. Dr. Thomas Häring DHBW Villingen- Schwenningen

Verortung des Moduls im Studienverlauf			
Semester	Voraussetzungen für die Teilnahme	Modulart	Moduldauer
5 + 6	Modul VWL I + II	Pflichtmodul	2 Semester

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen			
Lehr- und Lernmethoden:	Prüfungsleistungen	Benotet ja/nein	Prüfungsumfang
Vorlesung/Übung	▪ Klausur	▪ ja	▪ 120 Minuten

Workload und ECTS				
Workload (in Std., ein Vielfaches von 30)	Insgesamt:	150 Std.	ECTS-Punkte	
	<i>davon Präsenzzeit (Vorlesungs- und Prüfungszeit)</i>	50 Std.		5
	<i>davon Selbststudium</i>	100 Std.		

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
Sachkompetenz:	Während des dritten Moduls Volkswirtschaftslehre wenden die Studierenden die in den Vorsemestern erworbenen theoretischen Grundlagen in den Bereichen Mikroökonomie, Makroökonomie und Geld und Währung auf wirtschaftspolitische Fragestellungen an. Sie werden in die Lage versetzt, den Einsatz verschiedener wirtschaftspolitischer Instrumente kritisch zu vergleichen und zu beurteilen. Die Studierenden verstehen, warum wirtschaftspolitische Eingriffe notwendig sein können. Sie sind in der Lage, Eingriffsmöglichkeiten bei externen Effekten, Unteilbarkeiten und asymmetrischen Informationen zu analysieren und zu beurteilen. Gleichzeitig erkennen sie aber auch, dass mögliches Staatsversagen einen Grund für eine zurückhaltende Wirtschaftspolitik darstellt. Die Schwerpunkte sollten auch von der jeweiligen aktuellen wirtschaftspolitischen Diskussion bestimmt werden.
Sozial-ethische Kompetenz:	Die Studierenden erkennen die Bedeutung des Schutzes der natürlichen Lebensgrundlagen und sind in der Lage, die Wirkungsweise verschiedener Instrumente der Umweltpolitik zu erklären. Die Studierenden können Funktionsweise und Probleme des bestehenden Systems der sozialen Sicherung darlegen. Sie erhalten einen Überblick über Verteilungsmaße und Verteilungstheorien. Dies versetzt sie in die Lage, über rein ökonomische Faktoren hinaus die ethische Dimension des Problems zu erkennen und zu diskutieren. Sie analysieren und bewerten Reformvorschläge für das System der sozialen Sicherung.
Selbstkompetenz:	Nach Abschluss des Moduls haben die Teilnehmer durch die Beschäftigung mit wirtschaftspolitischen Fragen ein allgemein differenzierteres Urteilsvermögen erworben. Die Studierenden werden in besonderem Maße dafür sensibilisiert, wie die theoretische Analyse eines Problems und die dahinter stehenden Annahmen die dafür vorgeschlagenen Lösungen beeinflussen. Sie können normative von positiven Aussagen trennen und sind damit in der Lage, zwischen wirtschaftspolitischer Theorie und ideologischen Komponenten wirtschaftspolitischer Aussagen zu unterscheiden.
Übergreifende Handlungskompetenz:	Die Studierenden erkennen die Auswirkungen des zunehmenden Zusammenwachsens der Weltwirtschaft, das grundlegende Parameter des unternehmerischen Handelns verändert. Die Teilnehmer können die wichtigsten Wirkungen, die von Steuern und Transferleistungen ausgehen, beurteilen und sind so in der Lage, die komplexen Auswirkungen steuerpolitischer Lösungsvorschläge zu bewerten.

Lerneinheiten und Inhalte		
Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit (in Std.)	Selbststudium (in Std.)
(Lehr- und Lerneinheit 1):	25	50
<i>Einführung in die Wirtschaftspolitik – Werturteilsproblematik – Angebots- und Nachfragesteuerung – Beschäftigung – Preisniveau – Wachstum und demographischer Wandel – außenwirtschaftliches Gleichgewicht – Globalisierung</i>		
(Lehr- und Lerneinheit 2):	25	50
<i>Umweltökonomie – Systeme der sozialen Sicherung in Deutschland mit Schwerpunkt Altersversorgung und Gesundheitswesen – Sozialbudget und langfristige Finanzierungsprobleme – Verteilungsbegriffe und -maße – Ansatzpunkte der Verteilungspolitik (Steuern und Transfers)</i>		

Literatur
Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.
<p>Lehreinheit 1:</p> <p>Blankart, C.B.: Öffentliche Finanzen in der Demokratie, München.</p> <p>Franz, W. Arbeitsmarktökonomik, Berlin.</p> <p>Fritsch, M., Wein, T., Ewers, H-J.: Marktversagen und Wirtschaftspolitik, München.</p> <p>Mussel, G., Pätzold, J.: Grundfragen der Wirtschaftspolitik, München.</p> <p>Scherf, Wolfgang: Öffentliche Finanzen: Einführung in die Finanzwissenschaft, Stuttgart.</p> <p>Lehreinheit 2:</p> <p>Bäcker, G., Nägele, G., Bispinck, R., Hofemann, K.: Sozialpolitik und soziale Lage in Deutschland 1+2, Wiesbaden.</p> <p>Feess, E.: Umweltökonomie und Umweltpolitik, München.</p> <p>Frey, B.S., Kirchgässner, G.: Demokratische Wirtschaftspolitik, München.</p> <p>Hajen, L., Paetow, H., Schumacher, H.: Gesundheitsökonomie, Stuttgart.</p> <p>Krugman, P.R., Obstfeld, M.: Internationale Wirtschaft, München.</p> <p>Lampert, H., Althammer, J. Lehrbuch der Sozialpolitik, Berlin.</p>

Modul: Recht I

Formale Angaben zum Modul		
Studiengang	Studienrichtung	Vertiefung
BWL		

Modulbezeichnung	Sprache des Moduls	Modul-Nr.	Version	Modulverantwortlicher
Recht I	Deutsch		08.03.2011 BW	Prof. Jürgen Werner DHBW Villingen-Schwenningen

Verortung des Moduls im Studienverlauf			
Semester	Voraussetzungen für die Teilnahme	Modulart	Moduldauer
1. und 2. Sem.	Keine	Pflicht	2 Semester

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen			
Lehr- und Lernmethoden:	Prüfungsleistungen	Benotet ja/nein	Prüfungsumfang
Lehrveranstaltung, Selbststudium	▪ Klausur	▪ ja	▪ 120 Minuten

Workload und ECTS			
Workload (in Std., ein Vielfaches von 30)	Insgesamt:	150 Std.	ECTS-Punkte
	<i>davon Präsenzzeit (Vorlesungs- und Prüfungszeit)</i>	60 Std.	5
	<i>davon Selbststudium</i>	90 Std.	

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
Sachkompetenz:	<p>Die Studierenden sollen zunächst Verständnis für die Praxisrelevanz des Fachs Recht entwickeln. Sie sollen lernen, zivilrechtliche von anderen Fallgestaltungen zu unterscheiden. Weiter sollen die Studierenden eine an den juristischen Gutachtenstil angelehnte Methodik zur Fallbearbeitung kennen lernen.</p> <p>Im zweiten Teil sollen die Studierenden die einzelnen Bücher des BGB inhaltlich klar voneinander trennen können. Sie sollen weiter die bedeutsamsten Probleme der Praxis im Zusammenhang mit Vertragsschlüssen sowie mit den allgemeinen Vorschriften über Begründung, Inhalt und Beendigung von Schuldverhältnissen kennen lernen. Weiterhin sollen sie einen Überblick über weitere ausgewählte Vertragstypen erhalten. Auch werden die Studierenden in die Grundprinzipien von Eigentum, Besitz und beschränkt dinglichen Rechten sowie in die Grundzüge der Rechtsdurchsetzung eingeführt.</p>
Sozial-ethische Kompetenz:	<p>Die Studierenden haben ein Bewusstsein für die Auswirkung rechtlicher Entscheidungen und Falllösungen auf die Gesellschaft. Die Studierenden können effektiv in einer Arbeitsgruppe mitarbeiten und sind in der Lage, die Gruppenleitung anzuerkennen. Die Reflektion verschiedener Fälle zeigt ihnen bereits in dieser frühen Phase des Studiums ethische Dimensionen rechtlicher Entscheidungen.</p>
Selbstkompetenz:	<p>Die Studierenden sollen anhand der zur Verfügung stehenden Lern- und Arbeitsmittel zu kritisch analytischem Denken und methodengestütztem Umgang mit entsprechenden Fallgestaltungen befähigt werden. Sie können über rechtliche Inhalte und Probleme mit Fachleuten und Laien kommunizieren und sowohl einzeln als auch im Team auch komplexe rechtliche Fragestellungen lösen und Argumente theoretisch fundiert verteidigen.</p>
Übergreifende Handlungskompetenz:	<p>Insgesamt sollen die Studierenden im ersten Teil des Moduls einen zusammenfassenden Eindruck vom praxisbezogenen Umgang mit rechtlich relevanten Sachverhalten erhalten und somit in der Lage sein, einen Sachverhalt nach Rechtsgebieten zu ordnen und dem entsprechenden Gerichtszweig zuzuordnen. Sie sollen demgemäß in der Lage sein, entsprechende Fälle praxisnah mit der entsprechenden juristischen Methodik zu bearbeiten. Darüber hinaus sollen die Studierenden die Vorschriften des allgemeinen Schuldrechts sowie des Kaufrechts in Bezug auf häufige, in der Praxis vorkommende Fragestellungen anwenden und mit dem allgemeinen Schuldrecht vernetzen können. Die Studierenden entwickeln ein Verständnis für betriebliche Fragen und Fallgestaltungen.</p>

Lerneinheiten und Inhalte		
Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit (in Std.)	Selbststudium (in Std.)
Grundlagen des Rechts, Bürgerliches Recht I:	30	45
<i>Überblick über das Rechtssystem und die Rechtgebiete – Juristische Arbeitstechniken – Einführung in das BGB – Natürlich und juristische Personen – Rechtsgeschäfte (Willenserklärung / Anfechtung) – Abstraktionsprinzip – Vertretung / Vollmacht – Fristen und Termine / Verjährung – Schuldverhältnisse – Pflichtverletzungen – Inhalt und Beendigung von Schuldverhältnissen – Allgemeine Geschäftsbedingungen – Kaufvertrag (eCommerce, Fernabsatz)</i>		
Bürgerliches Recht II:	30	45
<i>Werkvertrag – Sonstige Vertragstypen – Unerlaubte Handlungen – Erwerb und Verlust des Eigentums an beweglichen und unbeweglichen Sachen – Sicherungsrechte – Sicherungsübereignung – Hypotheken / Grundschulden – Grundzüge der Rechtsdurchsetzung – Gerichtsaufbau – Mahn- und Vollstreckungsbescheide – Klage – Vollstreckung in Sachen und Rechte</i>		

Literatur
Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.
Führich, E.; Wirtschaftsprivatrecht, München. Kallwass, W.; Privatrecht, München. Führich, E./Werdan, I.; Wirtschaftsprivatrecht in Fällen und Fragen, München Medicus, D.; Allg. Teil des BGB, Heidelberg. Wörten, R.; BGB AT, Köln. Brox, H./Walker, W.-D.; Allgemeines Schuldrecht, München. Brox, H./Walker, W.-D.; Besonderes Schuldrecht, München. Wieling, H.-J.; Sachenrecht, Berlin. Musielak, H.-J.; Grundkurs ZPO, München.

Besonderheit

Modul: Recht II

Formale Angaben zum Modul		
Studiengang	Studienrichtung	Vertiefung
BWL		

Modulbezeichnung	Sprache des Moduls	Modul-Nr.	Version	Modulverantwortlicher
Recht II	Deutsch		08.03.2011 BW	Prof. Jürgen Werner DHBW Villingen-Schwenningen

Verortung des Moduls im Studienverlauf			
Semester	Voraussetzungen für die Teilnahme	Modulart	Moduldauer
3. und 4. Sem.	Keine	Pflicht	2 Semester

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen			
Lehr- und Lernmethoden:	Prüfungsleistungen	Benotet ja/nein	Prüfungsumfang
Lehrveranstaltung, Selbststudium	▪ Klausur	▪ ja	▪ 120 Minuten

Workload und ECTS				
Workload (in Std., ein Vielfaches von 30)	Insgesamt:	150 Std.	ECTS-Punkte	
	<i>davon Präsenzzeit (Vorlesungs- und Prüfungszeit)</i>	55 Std.		5
	<i>davon Selbststudium</i>	95 Std.		

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
Sachkompetenz:	<p>Das Modul vermittelt den Studierenden Kenntnisse im Handels- und Gesellschaftsrecht. Die Studierenden sollen exemplarisch die Abweichungen des Handelsrechts vom bürgerlichen Recht erkennen können. Die Studierenden verstehen das Zusammenspiel von Publizität bzw. Schnelligkeit und Vertrauens- oder Rechtsscheinhaftung. Sie kennen die Rechtsstellung, die Befugnisse und die Verantwortung der selbstständigen und unselbstständigen Hilfspersonen.</p> <p>Sie beziehen Rechtsformen, Haftung und deren Vermeidung sowie Kapitalvorschriften in ihr Entscheidungskalkül ein. Den Studierenden gelingt eine grundsätzliche Systematisierung der einzelnen Rechtsformen mit Vor- und Nachteilen. Sie wissen um die Geschäftsführungs- und Vertretungsregelungen in der jeweiligen Gesellschaftsform. Sie erkennen die Probleme der Konzernierung für Gesellschafter und Gesellschaftsgläubiger.</p> <p>Des Weiteren vermittelt das Modul den Studierenden Grundlagen des Individual- und Kollektivarbeitsrechts. Dabei ist es erforderlich, dass sie zunächst den Begriff des Arbeitnehmers von einem selbstständig Tätigen abgrenzen können und die Situation vor Vertragsabschluss im Rahmen von Vorverhandlungen einzuschätzen lernen.</p> <p>Im zweiten Teil des Moduls wird der Ablauf des Insolvenzverfahrens aufgezeigt. Die Studierenden erhalten Einblicke in den Verfahrensablauf sowohl des Regelinsolvenzverfahrens als auch des Verbraucherinsolvenzverfahrens. Die Rechte im Insolvenzverfahren können sie wahrnehmen. Die Studierenden erkennen die Risiken und Chance, die sich für Vertragspartner aus einer Insolvenz ergeben können.</p>
Sozial-ethische Kompetenz:	<p>Die Studierenden sind in der Lage, betriebliche Konfliktpotentiale zu erkennen und arbeitsrechtliche Probleme im Betrieb selbstständig zu lösen. Sie haben ein Bewusstsein für die Auswirkung rechtlicher Entscheidungen und Falllösungen auf den Betrieb und die Gesellschaft. Die Studierenden können effektiv in einer Arbeitsgruppe mitarbeiten und sind in der Lage, die Gruppenleitung anzuerkennen und zu übernehmen.</p>
Selbstkompetenz:	<p>Die Studierenden sollen anhand der zur Verfügung stehenden Lern- und Arbeitsmittel zu analytisch-kritischem Denken und methodengestütztem Umgang mit entsprechenden Fallgestaltungen befähigt werden. Sie können über rechtliche Inhalte und Probleme mit Fachleuten und Laien kommunizieren und sowohl einzeln als auch im Team komplexe rechtliche Fragestellungen lösen und Argumente theoretisch fundiert verteidigen.</p>

Übergreifende Handlungskompetenz:	<p>Die Studierenden können die Rechtsgebiete in der praktischen Anwendung verknüpfen und die Lebenszyklen von Gesellschaften mit unternehmerischen Entscheidungen vernetzen. Die Kenntnisse im Handels- und Gesellschaftsrecht können sie in der Praxis anwenden. Sie erkennen sicher, ob spezifisches Sonderprivatrecht im Einzelfall einschlägig ist. Bei ihrer Tätigkeit berücksichtigen sie die Anforderungen an den kaufmännischen Rechtsverkehr.</p> <p>Darüber hinaus können die Studierenden in der Praxis selbstständig und sicher die grundsätzlichen Entstehungs-, Haftungs-, Kapitalaufbringungs- und Vertretungsregeln anwenden.</p> <p>Die Studierenden sind in der Lage, einen Arbeitsvertrag selbstständig zu begründen und abzuschließen bzw. arbeitnehmer- oder arbeitgeberseitige Arbeitsverträge wirksam zu beenden.</p> <p>Durch das Wissen über die Pflichten im Insolvenzverfahren vermeiden sie Haftpflichtansprüche der Gläubiger.</p>
--	---

Lerneinheiten und Inhalte			
Lehr- und Lerneinheiten		Präsenzzeit (in Std.)	Selbststudium (in Std.)
Handels- und Gesellschaftsrecht:		30	52
<p><i>Unternehmer – Kaufmann – Sonderprivatrecht – Prinzipien des Handelsrechts wie Publizität, Schnelligkeit und Verkehrsschutz – Register – Vollmachten – Hilfspersonen – Rechtsschein – Firmenrecht – Formfreiheit – Handelsbräuche und -papiere</i></p> <p><i>Juristische Person und Personengesellschaft – Überblick über Gesellschaftsformen – Prinzipien des Gesellschaftsrechts – Gestaltungsfreiheit und -grenzen – Typenvermischung – Entstehung – laufender Betrieb – Beendigung – Vertretung – Geschäftsführung – Vermögensordnung – Überblick Kapitalaufbringung und -erhaltung – Gesamtschau Vorteile und Nachteile Rechtsformen – Überblick Konzern – Gläubiger- und Minderheitenschutz – Haftungsgefahren</i></p>			
Grundzüge des Arbeits- und Insolvenzrechts:		25	43
<p><i>Grundlagen des Arbeitsrechts – Der Begriff des Arbeitnehmers – Die Anbahnung des Arbeitsverhältnisses – Die Situation vor Vertragsabschluss, Vorverhandlungen – Arbeitsvertrag und Arbeitsverhältnis – Formen des Arbeitsverhältnisses – Die Pflichten des Arbeitnehmers aus dem Arbeitsvertrag – Die Pflichten des Arbeitgebers aus dem Arbeitsvertrag - Beendigung des Arbeitsverhältnisses – Tarifvertragsrecht – Betriebsverfassungsrecht</i></p> <p><i>Regelinsolvenzverfahren – Verbraucherinsolvenzverfahren – Organe des Insolvenzverfahrens – Rechtstellung des Insolvenzverwalters – Insolvenzgründe – Insolvenzantrag – Sicherungsmaßnahmen – Wirkungen des eröffneten Verfahrens – Einfluss auf Vertragsverhältnisse – Gläubigerbenachteiligung – Anfechtbare Handlungen und Rechtsfolgen – Haftung und Insolvenzdelikte</i></p>			

Literatur
Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.
<p>Brox, H.; Handels- und Wertpapierrecht, München. Eisenhardt, U.; Gesellschaftsrecht, München. Grunewald, B.; Gesellschaftsrecht, Tübingen. Hofmann, P.; Handelsrecht, Neuwied. Roth, G.H.; Handels – und Gesellschaftsrecht, München. Emmerich, V. / Sonnenschein, J. / Habersack, M.; Konzernrecht. Brox, H./Rüthers, B./Henssler, M.; Arbeitsrecht, Stuttgart. Däubler, W.; Arbeitsrecht, Frankfurt/M. Schaub, G., Arbeitsrechts-Handbuch, München. Becker, C., Insolvenzrecht, München. Paulus, C., Insolvenzrecht, München. Bork, R.; Einführung in das Insolvenzrecht, Tübingen.</p>

Besonderheit

Modul: Wirtschaftsmathematik / Statistik

Formale Angaben zum Modul		
Studiengang	Studienrichtung	Vertiefung
BWL		

Modulbezeichnung	Sprache des Moduls	Modul-Nr.	Version	Modulverantwortliche
Wirtschaftsmathematik/Statistik	Deutsch	x	08.03.2011 BW	Prof. Dr. Irene Rößler, Prof. Dr. Albrecht Ungerer (DHBW Mannheim)

Verortung des Moduls im Studienverlauf			
Semester	Voraussetzungen für die Teilnahme	Modulart	Moduldauer
1.u.2. Sem	Keine	Pflichtmodul	<i>2 Semester</i>

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen			
Lehr- und Lernmethoden:	Prüfungsleistungen	Benotet ja/nein	Prüfungsumfang
Lehrveranstaltung, Übungen, Tutorien, Gruppenarbeit, Selbststudium	▪ Teilklausur Mathematik	▪ ja	▪ 60 Minuten
	▪ Teilklausur Statistik	▪ ja	▪ 60 Minuten

Workload und ECTS			
Workload (in Std., ein Vielfaches von 30)	Insgesamt:	150 Std.	ECTS-Punkte
	<i>davon Präsenzzeit (Vorlesungs- und Prüfungszeit)</i>	<i>60 Std.</i>	5
	<i>davon Selbststudium</i>	<i>90 Std.</i>	

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
Sachkompetenz:	Die Studierenden haben mit Abschluss des Moduls die Kompetenzen erworben <ul style="list-style-type: none"> • die Wirtschaftsmathematik als Hilfsmittel bei Planungs- und Entscheidungsproblemen der wirtschaftlichen Praxis einzusetzen, • im Entscheidungs-/Forschungszusammenhang relevante Daten zu erheben, die Ergebnisse zu präsentieren und zielbezogen zu interpretieren.
Sozial-ethische Kompetenz:	Mit Abschluss des Moduls wissen die Studierenden, dass die quantitativen Methoden eine Möglichkeit (neben anderen) der Erkenntnisgewinnung darstellen, insbesondere, dass die Realität nicht nur in Zahlen abgebildet werden kann. Sie sind sich des Einflusses der Methoden auf das Ergebnis bewusst und sind damit sensibilisiert für einen verantwortungsvollen Umgang.
Selbstkompetenz:	Die Studierenden haben die Ideen mathematischer Techniken erfasst und die Kompetenz erworben, sie bei ökonomischen Fragestellungen einzusetzen. Sie haben die Statistik als Entscheidungshilfe in der betrieblichen Praxis bzw. als Hilfsmittel bei der empirischen Überprüfung von Hypothesen verstanden und die Fähigkeit erworben, den möglichen Einfluss des Datenentstehungsprozesses, der Datenquellen und der Datenpräsentation auf das Ergebnis zu erläutern sowie vorgegebene Datensätze hinsichtlich gewünschter Informationen selbstständig auszuwerten.
Übergreifende Handlungskompetenz:	Die Studierenden haben einen Überblick über die Einsatzmöglichkeiten mathematischer und statistischer Methoden bei volks- und betriebswirtschaftlichen Fragestellungen bekommen und ihre Anwendung durch entsprechende Beispiele geübt. Dadurch sind sie befähigt, diese Methoden selbstständig anzuwenden und Ergebnisse im Sachzusammenhang zu werten.

Lerneinheiten und Inhalte			
Lehr- und Lerneinheiten		Präsenzzeit (in Std.)	Selbststudium (in Std.)
(Lehr- und Lerneinheit 1):	Wirtschaftsmathematik	30	45
<i>Finanzmathematik; Differenzial- und Integralrechnung für Funktionen mit einer unabhängigen Variablen, Differenzialrechnung mit mehreren unabhängigen Variablen; Matrizen und Vektoren, Determinanten, Lineare Gleichungssysteme. (Fachbezogene Erweiterungen.)</i>			
(Lehr- und Lerneinheit 2):	Statistik	30	45
<i>Datenentstehungsprozess, univariate und bivariate Verteilungen mit ihren deskriptiven Maßzahlen; Grundlagen der induktiven Statistik mit Anwendungen, insbesondere Zufallsstichprobenverfahren und Hypothesentests; wirtschaftsstatistische Anwendungen. (Fachbezogene Erweiterungen.)</i>			

Literatur
Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.
Holey, T./Wiedemann, A.: Mathematik für Wirtschaftswissenschaftler, Heidelberg Tietze, J.: Einführung in die angewandte Wirtschaftsmathematik, Wiesbaden Tietze, J.: Einführung in die Finanzmathematik, Wiesbaden Bleymüller, J./Gehlert, G./Gülicher, H.: Statistik für Wirtschaftswissenschaftler, München. Rößler, I./Ungerer, A.: Statistik für Wirtschaftswissenschaftler, Heidelberg

Modul: Technik der Finanzbuchführung

Formale Angaben zum Modul		
Studiengang	Studienrichtung	Vertiefung
BWL		

Modulbezeichnung	Sprache des Moduls	Modul-Nr.	Version	Modulverantwortlicher
Technik der Finanzbuchführung	Deutsch		08.03.2011 BW	Prof. Dr. G. Schenk DHBW Heidenheim

Verortung des Moduls im Studienverlauf			
Semester	Voraussetzungen für die Teilnahme	Modulart	Moduldauer
1+2	keine	Pflichtmodul	2 Semester

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen			
Lehr- und Lernmethoden:	Prüfungsleistungen	Benotet ja/nein	Prüfungsumfang
Vorlesung/Übung	▪ Klausur	▪ ja	▪ 120 Minuten

Workload und ECTS			
Workload (in Std., ein Vielfaches von 30)	Insgesamt:	150 Std.	ECTS-Punkte
	<i>davon Präsenzzeit (Vorlesungs- und Prüfungszeit)</i>	60 Std.	5
	<i>davon Selbststudium</i>	90 Std.	

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
Sachkompetenz:	<p>Mit diesem Modul soll den Studierenden die Technik der Finanzbuchführung vermittelt werden. Insbesondere sollen die Studierenden grundlegendes Verständnis der für die Buchungstechnik entscheidenden Zusammenhänge zwischen Buchführung und Jahresabschluss erlangen.</p> <p>Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden die Finanzbuchführung von anderen Teilgebieten des betrieblichen Rechnungswesens abgrenzen und verstehen das System der doppelten Buchführung. Die Studierenden haben die Kompetenz erworben, Geschäftsvorfälle aus allen wichtigen Funktionsbereichen der Unternehmung buchungstechnisch zu erfassen. Sie haben erlernt, wie Bestandsveränderungen auf Bestandskonten und Aufwendungen und Erträge auf Erfolgskonten zu verbuchen sind. Außerdem haben sie die jeweiligen branchenspezifischen Aspekte der Finanzführung kennen gelernt.</p>
Sozial-ethische Kompetenz:	<p>Die Studierenden erkennen, dass die in der Finanzbuchführung zu erfassenden Informationen an den Interessen einer Vielzahl von unternehmensexternen und -internen Adressaten auszurichten sind.</p> <p>Durch das gemeinsame Bearbeiten von Geschäftsvorfällen haben die Studierenden erlernt, konstruktiv in einer Arbeitsgruppe mitzuarbeiten.</p>
Selbstkompetenz:	<p>Die Studierenden haben die Kompetenz erworben, zahlenmäßig darstellbare, unternehmensbezogene Sachverhalte systematisch zu erfassen, aufzubereiten und auszuwerten. Sie können die erlernte Methodik selbstständig auf konkrete Problemstellungen anwenden und sind in der Lage, fachadäquat über die Konsequenzen von Geschäftsvorfällen für das Unternehmen zu kommunizieren.</p>
Übergreifende Handlungskompetenz:	<p>Die Studierenden haben mit Abschluss des Moduls die grundlegenden Kompetenzen für die Jahresabschlusserstellung erworben. Sie können die Auswirkungen von Geschäftsvorfällen auf die Bilanz und Gewinn- und Verlustrechnung kritisch beurteilen und sind in der Lage, die Bilanz und die Gewinn- und Verlustrechnung unter Beachtung der gesetzlichen Vorschriften aus der laufenden Buchführung abzuleiten.</p>

Lerneinheiten und Inhalte		
Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit (in Std.)	Selbststudium (in Std.)
(Lehr- und Lerneinheit 1): Technik der Finanzbuchführung I	30	45
<i>Finanzbuchführung als Bestandteil des betrieblichen Rechnungswesens – Zusammenhang zwischen Bilanz und laufender Buchführung – Organisation, System und Technik der doppelten Buchführung – Warenverkehr und Umsatzsteuer – Anschaffung, Herstellung und Abgang von Anlagegütern – Bewertung und Buchungen im Vorratsvermögen – Buchtechnische Behandlung von Forderungen und Wertpapieren</i>		
(Lehr- und Lerneinheit 2): Technik der Finanzbuchführung II	30	45
<i>Finanzgeschäfte, Finanzinnovationen und Leasing – Buchungen im Personalbereich – Verbuchen von Steuern – Vorbereitende Buchungen zur Jahresabschlusserstellung: Abschreibungen, Rechnungsabgrenzung und Rückstellungen – Branchenspezifische Aspekte der Finanzbuchhaltung – EDV-Anwendung in der Buchführung</i>		
Literatur		
Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.		
Bieg, H.: Buchführung, neueste Auflage, Herne/Berlin.		
Eisele, W.: Technik des betrieblichen Rechnungswesens, neueste Auflage, München.		
Schenk, G.: Buchführung – schnell erfasst, neueste Auflage, Berlin etc.		
Schmolke, S./Deitermann, M.: Industrielles Rechnungswesen IKR, neueste Auflage, Darmstadt.		
Wöhe, G./Kussmaul, H.: Grundzüge der Buchführung und Bilanztechnik, neueste Auflage, München.		
Besonderheit		

Modul: Informationsmanagement

Formale Angaben zum Modul		
Studiengang	Studienrichtung	Vertiefung
BWL		

Modulbezeichnung	Sprache des Moduls	Modul-Nr.	Version	Modulverantwortlicher
Informationsmanagement	deutsch	XXX	08.03.2011 BW	Prof. Dr. Manfred Schertler-Rock DHBW Ravensburg

Verortung des Moduls im Studienverlauf			
Semester	Voraussetzungen für die Teilnahme	Modulart	Moduldauer
1 u. 2	keine	Pflichtmodul	2 Semester

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen			
Lehr- und Lernmethoden:	Prüfungsleistungen	Benotet ja/nein	Prüfungsumfang
Lehrveranstaltung	▪ Klausur	▪ ja	▪ 120 Minuten

Workload und ECTS			
Workload (inStd., ein Vielfaches von 30)	Insgesamt:	150 Std.	ECTS-Punkte:
	<i>davon Präsenzzeit (Vorlesungs- und Prüfungszeit)</i>	60 Std.	
	<i>davon Selbststudium</i>	90 Std.	

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
Sachkompetenz:	Die Studierenden haben nach Abschluss des Moduls ein grundlegendes Verständnis für die Zusammenhänge zwischen Informations- und Kommunikationstechniken und der betriebswirtschaftlichen Wertschöpfung. Sie haben die Kompetenz erworben, mit allgemeinen Begrifflichkeiten und Konzeptionen des Informationsmanagement umzugehen und sie ansatzweise kritisch im Spannungsfeld zwischen Technologie und wirtschaftlicher Anwendung zu reflektieren. Die Studierenden verfügen über einen Überblick über die Theorieansätze des Informationsmanagement und der Wirtschaftsinformatik. Sie haben informations- und kommunikationstechnisches Basiswissen sowie tiefergehende Kenntnisse über informationstechnische Herausforderungen in der Tourismusbranche erworben.
Sozial-ethische Kompetenz:	Die Studierenden haben die Fähigkeit erworben, ausgewählte gesellschaftliche Auswirkungen der Durchdringung der Berufs- und Privatwelt mit den Neuen Medien kritisch zu erfassen und ansatzweise in Entscheidungsprozesse einzubinden.
Selbstkompetenz:	Die Studierenden haben gelernt, operative Implikationen moderner Informations- und Kommunikationstechniken zu diskutieren. Sie kennen die Schnittstelle zwischen betriebswirtschaftlichen und informationstechnischen Anforderungen im Betrieb und können bei einer bereichsübergreifenden Entscheidungsvorbereitung unterstützend tätig werden.
übergreifende Handlungskompetenz:	Die Studierenden haben die Kompetenz erworben, betriebswirtschaftliche Entscheidungen in Bezug auf den Einsatz von und die Investitionen für Informationstechnik grundlegend beurteilen zu können. Sie können in Ansätzen Geschäftsprozesse analysieren und modellieren. Das vermittelte Methodenwissen versetzt sie in die Lage, in definierten Situationen mit festgelegten Rahmenbedingungen bestehende Probleme zu erfassen und die Lösung vorzubereiten.

Lerneinheiten und Inhalte		
Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit (in Std.)	Selbststudium (in Std.)
(Lehr- und Lerneinheit 1): Grundlagen Information, Informationsmanagement, Informationssysteme	36	54
<i>Begriff und Bedeutung von Information, Kommunikation und Wissen – Informationsökonomie und Wissensbilanz – Informationsbeschaffung – Datensicherheit und Datenschutz – Grundzüge der Analyse und Modellierung von Geschäftsprozessen – Informations- und Wissensmanagement – Grundkonzepte betrieblicher Anwendungssysteme</i>		
(Lehr- und Lerneinheit 2): Informationsmanagement in der betrieblichen Praxis	24	36
<i>Optionale Ausgestaltungen und neuere Entwicklungen des Informationsmanagements in der Dienstleistungs-Branche</i>		
Literatur		
Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.		
<ul style="list-style-type: none"> • Abts, D.; Mülder, W.: Grundkurs Wirtschaftsinformatik. Eine kompakte und praxisorientierte Einführung, Wiesbaden: Vieweg • Kollmann, T.: E-Business. Grundlagen elektronischer Geschäftsprozesse in der Net Economy, Wiesbaden: Gabler • Krcmar, H.: Informationsmanagement, Berlin/Heidelberg: Springer • Lehner, F.: Wissensmanagement. Grundlagen, Methoden und technische Unterstützung, München/Wien: Hanser • Linde, F.: Ökonomie der Information, Göttingen: Universitätsverlag • Minkus, A.: Informationsversorgung in Dienstleistungsorganisationen, Wiesbaden: Gabler • Picot, A.; Reichwald, R.; Wigand, R.T.: Die grenzenlose Unternehmung. Information, Organisation und Management, Wiesbaden: Gabler 		
Besonderheit		

Modul: Wissenschaftliches Arbeiten

Formale Angaben zum Modul				
Studiengang				
BWL				
Modulbezeichnung	Sprache des Moduls	Modul-Nr.	Version	Modulverantwortlicher
Wissenschaftliches Arbeiten	Deutsch		08.03.2011 BW	Prof. Dr. S. Huf, DHBW Stuttgart
Verortung des Moduls im Studienverlauf				
Semester	Voraussetzungen für die Teilnahme	Modulart	Moduldauer	
1.-6. Sem.	keine	Pflichtmodul / Kernmodul	5-6 Semester	
Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen				
Lehr- und Lernmethoden:	Prüfungsleistungen	Benotet ja/nein	Prüfungsumfang	
Vorlesung/Übung	▪ Leistungsnachweis (LN)	▪ nein		
Workload und ECTS				
Workload (in Std., ein Vielfaches von 30)	Insgesamt:	150 Std.	ECTS-Punkte	
	<i>davon Präsenzzeit (Vorlesungs- und Prüfungszeit)</i>	50 Std.		
	<i>davon Selbststudium</i>	100 Std.	5	
Qualifikationsziele und Kompetenzen				
Wissenskompetenz	Nach Abschluss des Moduls kennen die Studierenden die grundlegenden Merkmale wissenschaftlicher Arbeiten sowie zentrale wissenschaftstheoretische Grundpositionen und sind mit wissenschaftstheoretischen Grundbegriffen vertraut. Sie kennen die Phasen des Forschungsprozesses und verfügen über einen Überblick über die Methoden der empirischen Sozialforschung.			
Handlungskompetenz	Die Studierenden können eine wissenschaftlich zu bearbeitende Problemstellung formulieren, eine Literaturrecherche durchführen, eine quellenkritische Auswertung der Literatur vornehmen, ein geeignetes Forschungsdesign entwickeln und umsetzen sowie eine strukturierte schriftliche Ausarbeitung, die den an wissenschaftliche Arbeiten gestellten Anforderungen genügt, anfertigen. Die Studierenden kennen die Vorgehensweise und Erhebungstechniken (wie Beobachtung, Befragung, Experiment oder Inhaltsanalyse) der empirischen Sozialforschung und können diese selbstständig im Rahmen der Projektarbeiten und der Bachelorarbeit anwenden.			
Sozial-ethische Kompetenz	Die Studierenden sind sensibilisiert für ethische Implikationen der Forschung und die gesellschaftliche Verantwortung der Wissenschaft. Sie schätzen die Pluralität von Theorien und Methoden wert und zeigen diesbezüglich eine große Offenheit.			
Selbstkompetenz	Die Studierenden verfügen über eine kritische Grundhaltung gegenüber Lehrmeinungen sowie gegenüber Forschungsergebnissen anderer und der eigenen Untersuchungsergebnisse.			

Lerneinheiten und Inhalte		
Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit (in Std.)	Selbststudium (in Std.)
(Lehr- und Lerneinheit 1): Einführung in das wissenschaftliche Arbeiten	15	30
<p><i>Kennzeichen und Formen wissenschaftlicher Arbeiten – Kriterien zur Beurteilung wissenschaftlicher Arbeiten – Wahl und Konkretisierung des Themas – Überführung des Themas in eine Problemstellung und Zielformulierung – Literaturrecherche und Informationsbeschaffung – Auswertung und Beurteilung der Quellen – Festlegung des Aufbaus und der Gliederung der Arbeit – inhaltliche und formale Ausgestaltung des Manuskripts (sprachliche Ausgestaltung, Zitiertechnik, Abbildungen/Tabellen, Erstellung der Verzeichnisse, Deckblatt, Sperrvermerk, ehrenwörtliche Erklärung, Anhang)</i></p>		
(Lehr- und Lerneinheit 2): Wissenschaftstheorie und Methoden der empirischen Sozialforschung	15	30
<p><i>Wissenschaftstheorie: Kennzeichen von Wissenschaften und Gegenstandsbereich der Wissenschaftstheorie – ausgewählte wissenschaftstheoretische Grundpositionen (z.B. Rationalismus, Empirismus, kritischer Rationalismus, historische Wissenschaftstheorie, anarchis-tische Erkenntnistheorie, Konstruktivismus) – wissenschaftstheoretische Grundbegriffe (z.B. Definition, Axiom, Hypothese, Erklärung, Gesetz, Theorie, Wahrheit) – Betriebswirtschaftslehre als Wissenschaft</i></p> <p><i>Methoden der empirischen Sozialforschung: Typologie wissenschaftlicher Arbeiten (konzeptionelle/ modellierende Arbeiten, empirische Untersuchungen, Metastudien) – quantitative und qualitative Sozialforschung – Phasen des Forschungsprozesses: Forschungsdesign (inkl. Konzeptspezifikation (insb. Hypothesenbildung), Operationalisierung, Untersuchungsanordnung (Art und Häufigkeit der Messung), Konstruktion der Messinstrumente), Auswahl der Untersuchungseinheiten (inkl. Stichprobenziehung), Datenerhebung, Datenauswertung und -analyse, Publikation der Ergebnisse – Datenerhebungstechniken (Beobachtung, Befragung, Inhaltsanalyse, Experiment)</i></p>		
(Lehr- und Lerneinheit 3): Projektskizze zur Bachelorarbeit	20	40
<p><i>selbstständige Planung eines Forschungsprozesses und Erarbeitung eines Forschungsdesigns (Exposé) für ein mögliches Bachelorarbeitsthema durch die Studierenden (Wahl und Konkretisierung des Themas, Problemstellung und Zielformulierung, Literaturrecherche und Informationsbeschaffung, Auswahl und Ausarbeitung einer Untersuchungsmethode, Festlegung des Aufbaus und der Gliederung der Arbeit) unter Anleitung durch Dozenten. Hierbei muss das von den Studierenden bearbeitete Thema nicht mit dem späteren Bachelorarbeitsthema identisch sein.</i></p>		
Literatur		
Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.		
<p>Atteslander, P. : Methoden der empirischen Sozialforschung, Berlin Bänsch, Axel; Alewell, Dorothea: Wissenschaftliches Arbeiten, München Balzer, W.: Die Wissenschaft und ihre Methoden, Freiburg Collis, J.; Hussey, R.: Business Research, Basingstoke Eberhard, K.: Einführung in die Erkenntnis- und Wissenschaftstheorie, Stuttgart Gabriel, G.: Grundprobleme der Erkenntnistheorie, Paderborn Kornmeier, M.: Wissenschaftstheorie und wissenschaftliches Arbeiten, Heidelberg Kromrey, H.: Empirische Sozialforschung, Stuttgart Ruß, H. G.: Wissenschaftstheorie, Erkenntnistheorie und die Suche nach Wahrheit, Stuttgart Schnell, R.; Hill, P. B.; Esser, E.: Methoden der empirischen Sozialforschung, München Schüle, J. A.; Reitze, S.: Wissenschaftstheorie für Einsteiger, Stuttgart Schwaiger, M.; Meyer, A.: Theorien und Methoden der Betriebswirtschaft, München Stickel-Wolf, C.; Wolf, J.: Wissenschaftliches Arbeiten und Lerntechniken, Wiesbaden Theisen, M. R.: Wissenschaftliches Arbeiten, München</p>		
Besonderheit		

Modul: Schlüsselqualifikationen I

Formale Angaben zum Modul		
Studiengang	Studienrichtung	Vertiefung
BWL	DLM	(alle)

Modulbezeichnung	Sprache des Moduls	Modul-Nr.	Version	Modulverantwortlicher
Schlüsselqualifikationen: Methoden- und Sozialkompetenzen I	Deutsch/ Englisch		24.05.11	Prof. Dr. Beate Sieger-Hanus

Verortung des Moduls im Studienverlauf			
Semester	Voraussetzungen für die Teilnahme	Modulart	Moduldauer
1 – 3	keine	Pflichtmodul, Kernmodul	3 Semester

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen			
Lehr- und Lernmethoden:	Prüfungsleistungen	Benotet ja/nein	Prüfungsumfang
Vorlesung mit Übung/ Seminar/ Fallstudie/Rollenspiel/Gruppenarbeit/ Diskussion/ Fallstudien	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Leistungsnachweis (z.B. über Kurzreferat, Protokoll, aktive Teilnahme) 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ nein 	

Workload und ECTS			
Workload (in Std., ein Vielfaches von 30)	Insgesamt:	150 Std.	ECTS-Punkte
	davon Präsenzzeit (Vorlesungs- und Prüfungszeit)	55 Std.	5
	davon Selbststudium	95 Std.	

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
Sachkompetenz:	<p>Das Qualifikationsziel des Modulbereichs „Schlüsselqualifikation“ besteht im Erwerb wie der Weiterentwicklung von grundlegenden Fähigkeiten auf den Ebenen der Methoden-, Selbst- und Sozialkompetenzen sowie optionalen fachbezogenen sprachlichen Qualifikationen. Nach Abschluss der 1. Moduleinheit „Methoden- und Sozialkompetenzen“ haben sich die Studierenden erste grundlegende, fachlich unabhängig einsetzbare Kenntnisse, Fähigkeiten und Fertigkeiten vornehmlich auf dem Gebiet der Selbst- und Sozialkompetenzen erarbeitet. Sie verfügen über die notwendigen Fähigkeiten und Instrumente, mit deren Hilfe sie in der Lage sind, sachliche wie sozial komplexe Problemstellungen in ihren Strukturen und Herausforderungen zu erkennen und zu lösen. Die Studierenden verfügen hierzu über Fähigkeiten, flexibel auf das jeweilige soziale, kulturelle Umfeld einzugehen, im Team zusammenzuarbeiten, Kooperationsfähigkeit zu entwickeln, aber auch Konfliktfähigkeit, Kompromissbereitschaft wie Überzeugungskraft herauszubilden. Gleichermaßen wird die Förderung der Persönlichkeit und der Reflexionsfähigkeit der Studierenden vorangetrieben.</p> <p>Die Studierenden verfügen daher über vertiefte Kenntnisse im Bereich Präsentations-, Visualisierungs-, Moderations-, Verhandlungs- und Kommunikationstechniken und sind in der Lage, die theoretisch wie in praktischen Übungen erworbenen Kenntnisse auf reale Situationen der praktischen Tätigkeit zu übertragen. Sie können erklären, wovon die Wirkung der persönlichen Kommunikation (insbesondere im Dienstleistungsprozess) abhängt und wie sie sich beeinflussen lässt. Außerdem sind sie in der Lage, diese Kenntnisse bei der Zusammenarbeit mit Kunden, anderen Geschäftspartnern und Kollegen nutzbringend umzusetzen. Die Studierenden erkennen Konflikte und sind in der Lage, Konfliktlösungsstrategien wirksam einzusetzen.</p>
Sozial-ethische Kompetenz:	<p>Die Studierenden haben ein grundlegendes Verständnis über die ethische Verantwortung ihres Handelns im sozialen Kontext entwickelt. Sie sind sowohl in der Lage, Methoden adressatengerecht auszuwählen wie auch die erforderliche Empathie für die jeweils spezifische Situation und argumentative Position des sozialen Interaktionspartners zu entwickeln. Sie kennen die Grenzen wie die Gefahren sozialen Beeinflussung und setzen sich kritisch mit dem Missbrauch sozialer Steuerungstechniken auseinander.</p> <p>Die Studierenden können Beziehungen zu Vorgesetzten, Kollegen, Kunden, Lieferanten etc. aufbauen und aufrechterhalten. Sie sind fähig, im Team zu arbeiten und korrektes gesellschaftliches Verhalten zu bewerten. Sie können sich in andere hineinversetzen und mit Konflikten umgehen. Sie sind in der Lage, eigene Interessen durchzusetzen, erkennen aber auch berechnete Interessen anderer Parteien an.</p>
Selbstkompetenz:	<p>Die Studierenden haben Kenntnisse, Fähigkeiten und Fertigkeiten erlernt, die es ihnen ermöglichen, Problemstellungen lösungsorientiert zu beurteilen. Hierzu besitzen sie nach Abschluss dieses Moduls insbesondere im Bereich der sozialen Problemlösungskompetenz grundlegende Fähigkeiten, die sie bei der Auswahl geeigneter metho-</p>

	discher Ansätze leiten. Kreativität, kritisches Urteilsvermögen wie auch rhetorische Fähigkeiten sind geschult worden, durch sicheres Auftreten und Begeisterungsfähigkeit verstehen die Studierenden in der sozialen Interaktion zu überzeugen. Grundsätzlich sind sie in der Lage, soziale Situationen im Lichte ihrer eigenen Position zu reflektieren und zu bewerten und sich konstruktiv in Teamstrukturen einzubringen. Sie entwickeln außerdem ihre Persönlichkeit weiter (z.B. Engagement, Motivation, Leistungsbereitschaft, Flexibilität, Belastbarkeit).
Übergreifende Handlungskompetenz:	Die Studierenden sind fähig, soziale Interaktionsprozesse zielorientiert zu steuern. Hierzu haben Sie die wesentlichen Herausforderungen der sozialen Einflussnahme kennengelernt und beherrschen die hierzu notwendigen zentralen Methoden und Techniken. Sie können die Interaktionsmuster komplexer Kommunikationssituationen entschlüsseln und angemessen, verantwortungsvoll agieren und motivational auf ihre Umfeld einwirken. Sie können sich in einem dynamischen Veränderungen unterworfenen beruflichen, wirtschaftlichen, technologischen und sozialen Umfeld zurechtfinden und dieses in zunehmendem Maße selbst aktiv mitgestalten.

Lerneinheiten und Inhalte			
Lehr- und Lerneinheiten		Präsenzzeit (in Std.)	Selbststudium (in Std.)
(Lehr- und Lerneinheit 1):	Präsentationskompetenz	15	26
<i>Einsatzbereiche und Zielsetzungen einer Präsentation – inhaltliche Gliederung einer Präsentation/ Präsentationsdramaturgie – Medieneinsatz und Visualisierung: Textbilder, Grafiken und Symbole – Durchführung einer Präsentation – Stimmarbeit und Rhetorik – Nonverbale Kommunikation: Körpersprache, Mimik und Gestik – Umgang mit Lampenfieber – Diskussionsmoderation – Nachbereitung der Präsentation – Spezifika: die wissenschaftliche Präsentation</i>			
(Lehr- und Lerneinheit 2):	Kommunikationskompetenz	25	43
<i>Kundenintegration in die Dienstleistungserstellung und daraus resultierende Interaktionsprozesse – Kommunikationspsychologische Grundlagen – Methoden zur Verbesserung der persönlichen Kommunikation, insb. Moderations-, Konfliktlösungs- und Verhandlungstechniken:</i> Moderation (z.B. durch Vorbereitung und Durchführung einer Besprechung mit Überprüfung der Rolle und Funktion des Moderators, der Phasen eines Moderationsprozesses, der Art und Weise der Steuerung des Sach- und Gruppenprozesses, der eingesetzten rhetorischen Instrumente/ Hilfsmittel) – Konfliktmanagement (Arten von Konflikten, Deeskalationsstrategien, Dynamik in Konflikten/ Teufelskreise, Umgang mit Passivität/ Widerstand, Konfliktlösungsstrategien) – Verhandlung (z.B. durch Planung und Durchführung einer Verhandlung/ Simulation eines Verkaufsgesprächs im Rollenspiel unter Beachtung der Grundregeln/ Prinzipien fairen Verhandeln, Einsatz von Verhandlungsmethoden und -techniken [z.B. Harvard-Verhandlungskonzept] sowie des Instruments des aktiven Zuhörens, ausgewählter Fragetechniken, Möglichkeiten der Einwandbehandlung, unter Einsatz passender Visualisierungs-, Präsentations- und Moderationstechniken sowie zweckmäßigen Überzeugungsmitteln und Argumentationstechniken, auf der Grundlage einer angemessenen Sprache und Wortwahl sowie zweckmäßiger Körpersprache, mit Ergebnisformulierung und Einsatz von Abschlusstechniken, unter adäquatem Umgang mit Störungen bzw. mit der Option des Verhandlungsabbruchs; ggf. Verhandlungsnachbereitung)			
(Lehr- und Lerneinheit 3):	Teamkompetenz/ Persönlichkeit (oder weitere Fächer aus dem Pool)	15	26
Die eigene Rolle im Team (Grundlagen der Kommunikation und des Verhaltens in Projekten/ Teams, Überprüfung und Weiterentwicklung z.B. bei der Lösung von Teamaufgaben im Rahmen eines Outdoortrainings) <u>oder:</u> Persönlichkeits-training (z.B. Techniken und Strategien, um die eigenen Handlungen emotional steuern zu können; Umgang mit Belastungen und beruflichen Herausforderungen; Individuelles Stressmanagement durch kognitives Training; Analyse der eigenen Belastungsreaktionen; eigene Ziele klären und definieren; Zeitmanagement; Selbstwirksamkeit im Unternehmen; Eigenverantwortung, Glaubwürdigkeit, Loyalität, Lern- und Einsatzbereitschaft, Zuverlässigkeit) <u>oder eines der folgenden Poolfächer:</u> Business English I Firmenbeschreibungen (Produkte, Dienstleistungen, Organigramme) - Kontakte knüpfen, ‚small talk‘ halten - Telefonieren in der Fremdsprache - Leitung bzw. Teilnahme an Sitzungen (Organisation und Durchführung von Sitzungen, Lösen von Konfliktsituationen) - Verstehen und Verfassen unterschiedlicher Arten von schriftlichen Mitteilungen und Briefen (Memos, Notizen, eMails, Faxe, formelle Geschäftsbriefe) - Beschreibung von Geschäftsprozessen und Systemen - Arbeit mit englischsprachigen Fachtexten – Verhalten in Teamgesprächen und Teamarbeit – Beschreibung von Unternehmenszielen) <u>oder:</u> Studium Generale/ ausgewählte Kongresse/ Veranstaltungen (Eventmanagement, Mitwirkung bei Organisation und Durchführung von Events an der Hochschule, Teilnahme an Veranstaltungen an der Hochschule, Zusammenfassung/ Dokumentation von Vorträgen, Event-Evaluation)			

Literatur
Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.
Birkenbihl, V.: Rhetorik. Redetraining für jeden Anlass, Kreuzlingen/München Eberspächer, H.: Ressource Ich. Stressmanagement in Beruf und Alltag, München Francis, D./ Young, D.: Mehr Erfolg im Team: Ein Trainingsprogramm mit 46 Übungen zur Verbesserung der Leistungsfähigkeit in Arbeitsgruppen, Hamburg Glasl, F.: Konfliktmanagement, Stuttgart Härtl, J. / Hoffmann, K.-D.: Moderieren und Präsentieren : wirksame Kommunikation und gezielter Medieneinsatz. Berlin: Cornelsen Heeper, A./Schmidt, M.: Verhandlungstechniken, Berlin Herndl, K.: Auf dem Weg zum Profi im Verkauf: Verkaufsgespräche zielstrebig und kundenorientiert führen, Wiesbaden König, S./ König, A.: Outdoor-Teamtrainings. Von der Gruppe zum Hochleistungsteam, Augsburg

Limbeck, M.: Das neue Hardselling: Verkaufen heißt verkaufen - So kommen Sie zum Abschluss, Wiesbaden
Litke, H.D.: Projektmanagement. Methoden, Techniken, Verhaltensweisen, München
Seifert, J.W.: Besprechungen erfolgreich moderieren, Offenbach
Seifert, J.W.: Moderation und Kommunikation. Gruppendynamik und Konfliktmanagement in moderierten Gruppen, Offenbach
Seifert, J.W./Pattay, S: Visualisieren – Präsentieren - Moderieren, Offenbach
Winkler, M./ Commichan, A.: Reden. Handbuch der kommunikationspsychologischen Rhetorik, Hamburg

Besonderheit

LLE 2 und 3 können jeweils in mehrere Lehr-/Lerneinheiten aufgeteilt werden; das Programmangebot wird vor Beginn des Moduls durch die Studiengangsleitung festgelegt. Die angegebenen Präsenzstunden können durch zusätzliche Stunden für begleitetes Selbststudium ergänzt werden. Diese dienen dazu, die Studierenden bei der Bearbeitung von Übungsaufgaben, der Vorbereitung und Durchführung von Rollenspielen und Fallstudien (in Kleingruppen) begleitend zu unterstützen und die erarbeiteten Ergebnisse (in Kleingruppen oder im Plenum) zu evaluieren und zu diskutieren.

Modul: Schlüsselqualifikationen II

Formale Angaben zum Modul		
Studiengang	Studienrichtung	Vertiefung
BWL	DLM	(alle)

Modulbezeichnung	Sprache des Moduls	Modul-Nr.	Version	Modulverantwortlicher
Schlüsselqualifikationen: Methoden- und Sozialkompetenzen II	Deutsch/ Englisch		24.5.11	Prof. Dr. Beate Sieger-Hanus

Verortung des Moduls im Studienverlauf			
Semester	Voraussetzungen für die Teilnahme	Modulart	Moduldauer
4 -6	Kenntnisse des Moduls „Methoden- und Sozialkompetenzen I“	Pflichtmodul, Kernmodul	3 Semester

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen			
Lehr- und Lernmethoden:	Prüfungsleistungen	Benotet ja/nein	Prüfungsumfang
Vorlesung mit Übung/ Seminar/ Fallstudie/Rollenspiel/Gruppenarbeit/ Diskussion/ Fallstudien	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Leistungsnachweis (z.B. über Kurzreferat, Protokoll, aktive Teilnahme) 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ nein 	

Workload und ECTS			
Workload (in Std., ein Vielfaches von 30)	Ingesamt:	150 Std.	ECTS-Punkte
	davon Präsenzzeit (Vorlesungs- und Prüfungszeit)	50 Std.	5
	davon Selbststudium	100 Std.	

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
Sachkompetenz:	Das Qualifikationsziel des Modulbereichs „Schlüsselqualifikation“ besteht im Erwerb wie der Weiterentwicklung von grundlegenden Fähigkeiten auf den Ebenen der Methoden-, Selbst- und Sozialkompetenzen sowie optionalen fachbezogenen sprachlichen Qualifikationen. Nach Abschluss der 2. Moduleinheit „Methoden – und Sozialkompetenzen“ haben die Studierenden – aufbauend auf dem Modul 1 – ihre Fähigkeiten und Fertigkeiten schwerpunktmäßig auf dem Gebiet der Methodenkompetenzen ergänzt. Die Studierenden verfügen nun über tiefgehende Kenntnisse im Projektmanagement und haben sich im Rahmen von Unternehmenssimulationen intensiv mit der Steuerung komplex-dynamischer Unternehmenssituationen unter zeitlichen Restriktionen sowie den Instrumente einer effektiven Zusammenarbeit in aufgabenorientierten Teams vertraut gemacht. Sie können Projekte eigenständig planen, durchführen und kennen Möglichkeiten, wie der Projekterfolg (unter Heranziehung von monetären und nicht monetären Kriterien) evaluiert werden kann. Sie erwerben Führungskompetenzen. Sie sind in der Lage, auf der Grundlage unvollkommener Informationen Entscheidungen im Team herbeizuführen, können mit Komplexität und Mehrdeutigkeit in Entscheidungssituationen umgehen und sind sich der Wechselwirkungen und Folgelastigkeiten unternehmerischer Entscheidungen zunehmend bewusst.
Sozial-ethische Kompetenz:	Die Studierenden sind in der Lage, mehrdimensionale Entscheidungen verantwortungsvoll zu treffen. Sie kennen die Besonderheiten der Entscheidungsfindung im Team, können mit unterschiedlichen Meinungsbildern konstruktiv und respektvoll umgehen. Unterschiedliche Ansprüche an die Führungsqualitäten in unterschiedlichen Prozess-Stufen der Unternehmensführung wie auch in unterschiedlichen Entwicklungsphasen einer Unternehmung sind ihnen bewusst. Die Teilnehmer können die Folgen von Entscheidungen aus verschiedenen Blickwinkeln betrachten und bewerten.
Selbstkompetenz:	Die Studierenden haben in besonderem Maße ihre Systemkompetenz geschult. Die besondere Bedeutung von Mustererkennung im Gegensatz zu isoliertem Faktenwissen, von robustem Entscheidungswissen im Gegensatz zu hoch differenziertem Spezialwissen insbesondere im Kontext unsicherer Entscheidungen im dynamischen Umfeld ist ihnen bewusst. Die Studierenden sind damit in der Lage, ihre Informationsbasis sowie ihre Methodik problemorientiert zu adjustieren. Sie entwickeln ferner ihre Persönlichkeit weiter (z.B. Engagement, Motivation, Leistungsbereitschaft, Flexibilität, Belastbarkeit).
Übergreifende Handlungskompetenz:	Unternehmen erfolgreich zu steuern, heißt ökonomische, technologische, informationelle, strukturelle und soziale Herausforderungen in ihrer umfassenden Vernetztheit zu erfassen und zu verstehen. Dazu braucht es ein Bündel geeigneter Methoden, um ganzheitliche Lösungen zu erarbeiten, ebenso wie ein tiefgehendes Verständnis sozialer Verhaltensmuster. Mit Abschluss dieses Moduls sind die Studierenden in Verbindung mit den Lernergebnissen des Modul 1 in der Lage, derartige Herausforderungen effizient

	anzunehmen und problemorientiert einer Lösung zuzuführen. Dabei ist ihnen bewusst, dass grundsätzlich jede Herausforderung der Unternehmenspraxis von der grundsätzlichen Dualität sachlicher und sozialer Einflüsse geprägt ist und nur eine umfassende methodische Vorgehensweise zu einer tragfähigen und implementierbaren Lösung führen kann.
--	--

Lerneinheiten und Inhalte		
Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit (in Std.)	Selbststudium (in Std.)
(Lehr- und Lerneinheit 1): Projektmanagement	15	30
<i>Grundlagen Projekt und Projektmanagement – Phasen des Projektmanagements (Projektkonzeption und Projektrealisierung) – Projektorganisation – Führung in und von Projektteams – operatives vs. strategisches Projektmanagement – Planung von Projektterminen, Projektkosten und Projektressourcen – Projektcontrolling – EDV-gestütztes Projektmanagement: Einführung z.B. in MS-Project</i>		
(Lehr- und Lerneinheit 2): Unternehmenssimulation (alternative Simulationsmodelle möglich)	20	40
<i>Entwicklung einer unternehmenspolitischen Vision – Aufbau einer leistungsfähigen personelle, organisatorischen und planerischen Infrastruktur – Erprobung der Qualität produktstrategischer Entscheidungen – planerischen Einbezug von Zeitkonstanten in unternehmerische Entscheidungen – Erkennen und Nutzen günstiger Zeitpunkte zum Marktein- und -ausstieg – situationspezifischer Einsatzes von Marketing-Instrumenten sowie die Abstimmung dieser Anstrengungen untereinander wie auch mit denen anderer Unternehmensbereichen – Finanz- und Rechnungswesens im Führungsumfeld (Budgetierung, Finanzplanung, Kennzahlen) – Methoden der effizienten, konstruktiven, kommunikativen Zusammenarbeit im Team alternativ: Anwendung der o.g. Lerninhalte im Rahmen eines Planspiels, z.B. TOPSIM General Management II oder TOPSIM Marketing</i>		
(Lehr- und Lerneinheit 3): Führungskompetenz (oder weiteres Fach/ weitere Fächer aus dem Pool)	15	30
<i>z.B. Outdoortraining (Mitarbeiter- und Führungstraining mit Reflexion und Transfer, Selbsterfahrungsmodule zu ausgewählten Leitthemen, wie z.B. Projektorganisation, Optimierung von Kooperations- und Entscheidungsprozessen), oder: Business Knigge (z.B. Kundenempathie und -wertschätzung, Umgangsformen in Geschäftssituationen) oder eines der folgenden <u>Poolfächer</u>: DV-Techniken/ -Tools (z.B. SAP) oder: Business English II (Lektüre und Interpretation von Jahresabschlüssen, Jahresberichten/Geschäftsberichten – Verfassen von Bewerbungsbriefen und Lebensläufen - Strategien bei Bewerbungsgesprächen – Verhandlungstechniken (mit interkulturellen Unterschieden USA, UK, Deutschland) – Lektüre und Interpretation von Verträgen und Übereinkommen – Präsentationstechniken (unter Einbeziehung von visuellen Materialien sowie Interpretation von Grafiken) – Teilnahme an und eigene Durchführung von Interviews – Fachvokabular des jeweiligen Studiengangs – Bearbeitung von Fallstudien – Vorbereitung auf BEC-Zertifikat) oder Studium Generale</i>		

Literatur
Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.
Birker, K.: Projektmanagement, Berlin Kerzner, H.: Projektmanagement: Ein systemorientierter Ansatz zur Planung und Steuerung, Heidelberg Kraus, G. / Westermann, R.: Projektmanagement mit System: Organisation, Methoden, Steuerung, Wiesbaden König, S./ König, A.: Outdoor-Teamtrainings. Von der Gruppe zum Hochleistungsteam, Augsburg Litke, H.D.: Projektmanagement. Methoden, Techniken, Verhaltensweisen, München

Besonderheit
Das Programmangebot für LLE 3 wird vor Beginn der LLE durch die Studiengangsleitung festgelegt. . Die angegebenen Präsenzstunden können durch zusätzliche Stunden für begleitetes Selbststudium ergänzt werden. Diese dienen dazu, die Studierenden bei der Bearbeitung von Übungsaufgaben, der Vorbereitung und Durchführung von Rollenspielen und Fallstudien (in Kleingruppen) begleitend zu unterstützen und die erarbeiteten Ergebnisse (in Kleingruppen oder im Plenum) zu evaluieren und zu diskutieren.

Modul: Informationsgrundlagen des Dienstleistungsmarketing

Formale Angaben zum Modul		
Studiengang	Studienrichtung	Vertiefung
BWL	DLM	(alle)

Modulbezeichnung	Sprache des Moduls	Modul-Nr.	Version	Modulverantwortlicher
BWL Modul 7: Informationsgrundlagen des Dienstleistungsmarketing	deutsch		26.5.2011	Prof. Dr. Michael Frobose (DHBW Heidenheim)

Verortung des Moduls im Studienverlauf			
Semester	Voraussetzungen für die Teilnahme	Modulart	Moduldauer
1. Semester	Keine	Pflichtmodul	1 Semester

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen			
Lehr- und Lernmethoden:	Prüfungsleistungen	Benotet ja/nein	Prüfungsumfang
Vorlesung, Übung, Gruppenarbeit, Fallstudien	▪ Klausur	▪ ja	▪ 120 min

Workload und ECTS			
Workload (in Std., ein Vielfaches von 30)	Insgesamt:	150 Std.	ECTS-Punkte:
	davon Präsenzzeit (Vorlesungs- und Prüfungszeit)	60 Std.	5
	davon Selbststudium	90 Std.	

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
Sachkompetenz:	Die Studierenden haben Kenntnisse und Fähigkeiten in Bezug auf das Käuferverhalten erworben, um Lösungsvorschläge für eine kundenorientierte Vorgehensweise bei praktischen Marketing-Problemen zu erarbeiten. Mit den Erhebungsmethoden der Marketingforschung können sie ferner in Projekten relevante Informationen über das Käuferverhalten zu Tage fördern, und zwar unter Berücksichtigung der dabei relevanten Qualitätskriterien.
Sozial-ethische Kompetenz:	Besonders im Kontext der Lehr- und Lerneinheit Marketingforschung: Erhebungsdesign, aber auch im Rahmen von „Käuferverhalten“ haben die Studierenden ein Bewusstsein für die Forschungsethik entwickelt; sie sind mit den ethischen Grundsätzen der Datenerhebung und der Problematik der Wahrung der Käufer-Privatsphäre vertraut. Informatorische und verhaltens-bezogene Marketing-Probleme können in Gruppen erarbeitet und deren Lösungen diskutiert werden, wodurch die Sozialkompetenz gefördert wird.
Selbstkompetenz:	Die Studierenden können Informationen aus verschiedenen unternehmensinternen und externen Quellen sammeln und hinsichtlich ihrer Entscheidungsrelevanz und Qualität beurteilen. Sie haben dabei auch gelernt, sich mit Laien und Kunden darüber auszutauschen und sich somit in Entscheidungsfindungs-Prozesse zu integrieren.
Übergreifende Handlungskompetenz:	Die Studierenden sind in der Lage, Konzepte zur Erklärung und Prognose des Käuferverhaltens sowie Methoden der Marketing-Forschung (z.B. Techniken der Stichprobenziehung und Datenerhebung) situationsgerecht anzuwenden und somit in praktischen Marketingforschungs-Projekten effektiv mitzuwirken.

Lerneinheiten und Inhalte		
Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit (in Std.)	Selbststudium (in Std.)
(Lehr- und Lerneinheit 1): Käuferverhalten	28	42
<i>Besonderheiten des Käuferverhaltens bei Dienstleistungen – Determinanten des Verhaltens privater Käufer – Konsumentenverhaltens-Theorien und -Modelle – Kaufverhalten von Organisationen (Buying-Center-Konzept, organisationaler Einkaufsprozess)</i>		
(Lehr- und Lerneinheit 2): Marketingforschung in der Dienstleistungs-Branche: Erhebungsdesign	32	48
<i>Aufgaben der Marketingforschung – Untersuchungsobjekte der Marketingforschung im Dienstleistungssektor – Messmethoden – Methoden der Stichprobenziehung – Sekundärforschung – Methoden der Primärdatenerhebung – Datenaufbereitung – Forschungsethik bei der Datenerhebung</i>		

Literatur
Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.
Aaker, D.A./Kumar, V./Day, G.S./Leone, R.P.: Marketing Research, Hoboken/N.J.: Wiley Berekoven, L./Eckert, W./Ellenrieder, P.: Marktforschung, Wiesbaden: Gabler Foscht, T./Swoboda, B.: Käuferverhalten, neueste Aufl., Wiesbaden Kroeber-Riel, W./Weinberg, P./Gröppel-Klein, A.: Konsumentenverhalten, München: Vahlen Kuß, A./Eisend, M.: Marktforschung, Wiesbaden: Gabler Meffert, H./ Bruhn, M.: Dienstleistungsmarketing, Wiesbaden: Gabler

Besonderheit

Modul: Strategisches und operatives Dienstleistungsmarketing

Formale Angaben zum Modul		
Studiengang	Studienrichtung	Vertiefung
BWL	DLM	(alle)

Modulbezeichnung	Sprache des Moduls	Modul-Nr.	Version	Modulverantwortlicher
BWL Modul 8: Strategisches und operatives Dienstleistungsmarketing	deutsch		26.5.2011	Prof. Dr. Michael Fro- böse (DHBW Heiden- heim)

Verortung des Moduls im Studienverlauf			
Semester	Voraussetzungen für die Teilnahme	Modulart	Moduldauer
2. Semester	Keine	Pflichtmodul	1 Semester

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen			
Lehr- und Lernmethoden:	Prüfungsleistungen	Benotet ja/nein	Prüfungsumfang
Vorlesung, Übung, Gruppenarbeit, Fallstudien	▪ Klausur	▪ ja	▪ 120 min

Workload und ECTS			
Workload (in Std., ein Vielfaches von 30)	Insgesamt:	150 Std.	ECTS-Punkte:
	davon Präsenzzeit (Vorlesungs- und Prüfungszeit)	60 Std.	5
	davon Selbststudium	90 Std.	

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
Sachkompetenz:	Die Studierenden können die Grundideen, Planungsprozesse und -methoden, Aufgaben und Instrumente des Marketing darlegen und die Komplexität von Marktprozessen erläutern. Sie haben ein Verständnis für den Prozess der strategischen Marketingplanung und die Anwendung der strategischen Analysemethoden sowie für das Zusammenwirken der Marketinginstrumente zur Steuerung von Kundenprozessen gewonnen; sie können begründen, warum Marketing-Prozesse insbesondere in Dienstleistungs-Unternehmen nicht isoliert, sondern eingebettet im wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Kontext zu sehen sind. Ferner sind sie in der Lage, alternative Strategien sowie Instrumente hinsichtlich ihrer Anwendungsmöglichkeiten und -grenzen zu untersuchen.
Sozial-ethische Kompetenz:	Die Studierenden lernen im Rahmen dieses Moduls die Möglichkeiten wie auch die Grenzen der informationellen Beeinflussung von Menschen kennen und haben sich mit den daraus resultierenden sozialen wie auch ethischen Spannungsfeldern kritisch auseinandergesetzt. Strategische und operative Marketing-Probleme können in Teams erarbeitet und diskutiert werden, und sie haben auch gelernt, sich mit Laien und Kunden darüber auszutauschen und sich in Entscheidungsfindungs-Prozesse zu integrieren. Sie sind dabei offen für Anregungen und haben gelernt, ihren Standpunkt unter Heranziehung einer betriebswirtschaftlichen Argumentation zu verteidigen und mit Kritik umzugehen.
Selbstkompetenz:	Die Studierenden können Ideen für Marketing-Konzepte entwickeln sowie Marketing-Strategien und -Instrumente hinsichtlich ihrer Eignung beurteilen. Sie sind in der Lage, vorgegebene Marketing-Maßnahmen im Unternehmen zu implementieren.
Übergreifende Handlungskompetenz:	Die Studierenden haben das Verständnis für die Marketingorientierung eines Unternehmens verinnerlicht und können diese in praktischen Konzepten umsetzen. Durch die starke Einbindung in die Praxis verfügen sie über ein sehr umfassendes Verständnis bzgl. der Unternehmensprozesse, auf deren Basis sie für Kunden selbständig Problemlösungen erarbeiten können.

Lerneinheiten und Inhalte		
Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit (in Std.)	Selbststudium (in Std.)
(Lehr- und Lerneinheit 1): Ziele und Strategien des Dienstleistungsmarketing	24	36
<i>Begriff und Gegenstand des ziel-strategischen Marketing – Strategische Analyse- und Planungskonzepte im Dienstleistungsmarketing – Strategische Analysemethoden (z.B. Umwelt-, Unternehmens- und SWOT-Analyse, Strategische Frühaufklärung, Szenario-, Wettbewerbs-, Positionierungs-, Lebenszyklus-, Portfolio- und Wertkettenanalyse) – Ziele im Dienstleistungsmarketing – Strategien im Dienstleistungsmarketing (Begriff, Strategiekonzepte, Arten von Strategien, z.B. Segmentierungs- bzw. Zielgruppenstrategien einschl. Ansätze zur Bildung und Auswahl von Marktsegmenten sowie zur Abgrenzung strategischer Geschäftsfelder, Marktbeeinflussungsstrategien [Preis-Mengen- vs. Präferenzstrategie], Marktfeldstrategien nach Ansoff, Internationalisierungs-, Kooperations- und Timingstrategien)</i>		
(Lehr- und Lerneinheit 2): Instrumente des Dienstleistungsmarketing	36	54
<i>Marketing-Mix im Dienstleistungsmarketing: Die 7Ps Leistungspolitik – Preispolitik – Distributionspolitik – Kommunikationspolitik – Physical Facilities (Ausstattungspolitik) – Prozesspolitik – Personalmarketing; Beschaffungsmarketing – Marketing-Organisation und -Implementierung – Optimierung des Marketing-Mix</i>		

Literatur
Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.
<p>Becker, J.: Marketing-Konzeption – Grundlagen des ziel-strategischen und operativen Marketing-Managements, München: Vahlen</p> <p>Bruhn, M.: Marketing: Grundlagen für Studium und Praxis. Wiesbaden: Gabler</p> <p>Corsten, H. / Gössinger, R.: Dienstleistungsmanagement. München – Wien: Oldenbourg</p> <p>Froböse, M./Kaapke, A.: Marketing, München: Vahlen</p> <p>Kotler, P./Keller, K.L./ Bliemel, F.: Marketing-Management, München: Pearson Studium</p> <p>Macharzina, K./Wolf, J.: Unternehmensführung: Das internationale Managementwissen, Wiesbaden: Gabler</p> <p>Meffert, H./ Bruhn, M.: Dienstleistungsmarketing, Wiesbaden: Gabler</p> <p>Meffert, H./Burmans, C./Kirchgeorg, M.: Marketing, Wiesbaden: Gabler</p> <p>Porter, M.E.: Wettbewerbsstrategie, Frankfurt a.M.: Campus</p> <p>Stahle, W.H./Conrad, P./Sydow, J.: Management: Eine verhaltenswissenschaftliche Perspektive, München: Vahlen</p>

Besonderheit

Steuerungsinstrumente des Dienstleistungsmanagements

Formale Angaben zum Modul			
Studiengang	Studienrichtung	Vertiefung	
BWL	DLM	(alle)	

Modulbezeichnung	Sprache des Moduls	Modul-Nr.	Version	Modulverantwortlicher
Kern-BWL Modul 9: Steuerungsinstrumente des Dienstleistungsmanagements	Deutsch		28.05.11	Prof. Dr. Beate Sieger-Hanus

Verortung des Moduls im Studienverlauf			
Semester	Voraussetzungen für die Teilnahme	Modulart	Moduldauer
3 u. 4	Kern-BWL Module 2, 7	Pflichtmodul	2 Semester

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen			
Lehr- und Lernmethoden:	Prüfungsleistungen	Benotet ja/nein	Prüfungsumfang
Vorlesung mit Übung/ Seminar/ Fallstudien	▪ Klausur	▪ Ja	▪ 150 min

Workload und ECTS			
Workload (in Std., ein Vielfaches von 30)	Ingesamt:	210 Std.	ECTS-Punkte 7
	davon Präsenzzeit (Vorlesungs- und Prüfungszeit)	77 Std.	
	davon Selbststudium	133 Std.	

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
Sachkompetenz:	Dieses Modul verschafft den Studierenden einen umfassenden Einblick in ausgewählte Instrumente und Systeme des Dienstleistungsmanagement sowie in aktuelle Konzepte und Methoden des Controlling und der Datenanalyse. Die Studierenden sind nach Abschluss dieses Moduls fähig, die jeweils geeigneten Methoden herauszufinden/ auszuwählen und in angemessener Weise anzuwenden, Befunde graphisch aufzubereiten, Ergebnisse sachgerecht zu interpretieren und deren praktische Relevanz für den Dienstleistungsbetrieb zu beurteilen. Die Studierenden sollen ferner in die Lage versetzt werden, sich mit aktuellen Problemstellungen komplexer Dienstleistungssysteme und -instrumente (z.B. Qualitätsmanagement- und CRM-Systeme) analytisch auseinanderzusetzen, die Hauptproblempunkte zu identifizieren sowie, darauf aufbauend, Strategien und Lösungsansätze zu erarbeiten. Die Studierenden kennen nach Abschluss des Moduls die den Fachinhalten des Moduls entsprechenden Theorien, können diese vergleichen und kritisch hinterfragen.
Sozial-ethische Kompetenz:	Die Studierenden sind in der Lage, bei der Beurteilung von Informationen aus dem Dienstleistungsmanagement, insbesondere der Marktforschung und dem Dienstleistungscontrolling gesellschaftliche und ethische Aspekte zu berücksichtigen.
Selbstkompetenz:	Die Studierenden können effektiv mit Kommilitonen zusammenarbeiten und kritische Kommentare über die eigene Leistung einholen und konstruktiv verarbeiten. Die Studierenden können effektiv zu professionellen Debatten in den bearbeiteten Themengebieten des Dienstleistungsmanagements beitragen. Die Studierenden können ein aktuelles Thema aus den genannten Bereichen selbständig erarbeiten, präsentieren und diskutieren.
Übergreifende Handlungskompetenz:	Die Studierenden sind in der Lage, weiterführende Lernprozesse auf den genannten Gebieten des Dienstleistungsmanagements zu gestalten, ihr Fachwissen auf Tätigkeiten im Dienstleistungssektor anzuwenden und dort selbständig Lösungen für praktische Aufgaben-/ Problemstellungen zu erarbeiten und weiterzuentwickeln.

Lerneinheiten und Inhalte			
Lehr- und Lerneinheiten		Präsenzzeit (in Std.)	Selbststudium (in Std.)
(Lehr- und Lerneinheit 1):	Quantitatives Dienstleistungsmanagement /-marketing (Dienstleistungscontrolling, Marketingforschung: Datenanalyse)	44	76
<p><i>Dienstleistungscontrolling: Konzeptionen, Aufgaben, Instrumente und Organisation des Dienstleistungscontrolling – Exemplarische Vertiefungen und aktuelle Probleme des Controlling, der Kostenrechnung und des Kostenmanagements im Dienstleistungsbetrieb (z.B. Plankosten- und Entscheidungsrechnungen, Prozesskostenmanagement, Kennzahlenanalyse/ Performance Measurement, Kundenwertanalyse, Marketing-/ Vertriebscontrolling);</i></p> <p><i>Marketingforschung (Datenanalyse): Datenerfassung und -aufbereitung (z.B. mit SPSS) – Datenauswertung (z.B. mit SPSS) unter Anwendung ausgewählter uni-, bi- und multivariater Analyseverfahren – Interpretation der Ergebnisse empirischer Studien im Dienstleistungsbereich</i></p>			
(Lehr- und Lerneinheit 2):	Ausgewählte Instrumente des Dienstleistungsmanagements	33	57
<p><i>Ausgewählte branchenspezifisch auszugestaltende Systeme und Instrumente des Dienstleistungsmanagements, wie z.B. Innovationsmanagement – Qualitätsmanagement – Vertriebs- und Auftragsmanagement – Wissensmanagement – Eventmanagement – Kundenmanagement/ CRM – Beschwerdemanagement – Kommunikationsmanagement – Operations Research</i></p>			

Literatur
Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.
<p>Brosius, F.: SPSS, Bonn</p> <p>Bruhn, M./ Homburg/ C.: Handbuch Kundenbindungsmanagement : Strategien und Instrumente für einen erfolgreichen CRM, Wiesbaden</p> <p>Bruhn, M./Stauss, B.: Dienstleistungsinnovationen, Wiesbaden</p> <p>Corsten, H.: Dienstleistungsmanagement, München</p> <p>Fischer, R.: Dienstleistungs-Controlling, Wiesbaden</p> <p>Hippner, H./ Hubrich, B./ Wilde, K.D.: Grundlagen des CRM. Strategie, Geschäftsprozesse und IT-Unterstützung, Wiesbaden</p> <p>Holzbaier, U. u.a.: Eventmanagement : Veranstaltungen professionell zum Erfolg führen, Berlin</p> <p>Horváth, P.: Controlling, München</p> <p>Küpper, H.-U.: Controlling. Konzeption, Aufgaben und Instrumente, Stuttgart</p> <p>Meffert, H./ Bruhn, M.: Handbuch Dienstleistungsmanagement, Wiesbaden</p> <p>Nagl, A./ Rath, V.: Dienstleistungscontrolling, Freiburg</p> <p>Reichmann, T.: Controlling mit Kennzahlen und Managementberichten, München</p> <p>Schnell, R./ Hill, P.B./ Esser, E.: Methoden der empirischen Sozialforschung, München</p> <p>Tscheulin, D.K. (Hrsg.): Branchenspezifisches Marketing, Wiesbaden</p>

Besonderheit

Modul: Grundlagen der Mediengestaltung

Formale Angaben zum Modul		
Studiengang	Studienrichtung	Vertiefung
BWL	DLM	Medien und Kommunikation

Modulbezeichnung	Sprache des Moduls	Modul-Nr.	Version	Modulverantwortlicher
Profilfach Mediengestaltung I: Grundlagen der Mediengestaltung	Deutsch		28.05.2011	Prof. Dr. M. Froböse, DHBW Heidenheim; Prof. Dr. U. Swoboda, DHBW Stuttgart

Verortung des Moduls im Studienverlauf			
Semester	Voraussetzungen für die Teilnahme	Modulart	Moduldauer
1 bis 3	keine	Wahlpflichtmodul	3 Semester

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen			
Lehr- und Lernmethoden:	Prüfungsleistungen	Benotet ja/nein	Prüfungsumfang
Vorlesung mit Übungen, praktische Mediengestaltungs-Lehrprojekte	SE/P (Seminararbeit/Präsentation) <u>oder</u> KL	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ja 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ SE 10-15 Seiten ▪ P 10-15 Min. ▪ KL 150 Min.

Workload und ECTS			
Workload (in Std., ein Vielfaches von 30)	Ingesamt:	210 Std.	ECTS-Punkte
	<i>davon Präsenzzeit (Vorlesungs- und Prüfungszeit)</i>	77 Std.	7
	<i>davon Selbststudium</i>	133 Std.	

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
Sachkompetenz:	<p>Die Studierenden haben ein grundlegendes Verständnis für die konzeptionellen und gestalterisch-ästhetischen Grundlagen der Erstellung visueller Medien und Kommunikationsmittel entwickelt. So können sie die Bedeutung wahrnehmungs- und gestaltpsychologischer Erkenntnisse für die Mediengestaltung einschätzen. Ferner haben sie Maßnahmen im Bereich der Form- und Farbgestaltung sowie der Schrift- und Satzgestaltung kennenlernen, die die Wahrnehmung der Mediennutzer und damit die Wirksamkeit der medialen Kommunikation beeinflussen. Außerdem sind sie in der Lage, Kommunikationsmittel (z.B. Grafiken, Texte, Fotos) unter ästhetischen und funktionellen Aspekten zu beurteilen. Ferner sind die Studierenden mit allen im Zusammenhang mit Digitalbildern auftretenden Aufgaben des beruflichen Alltags (von der Bildaufnahme bis hin zu deren Bereitstellung für verschiedene Ausgabemedien) vertraut. Insbesondere haben sie gelernt, digitale Bilder gezielt zu bearbeiten sowie z.B. hinsichtlich Auflösung, Farben und Dateiformat für die jeweilige Anwendung zu optimieren.</p> <p>Die Studierenden kennen die verfahrenstechnischen Prinzipien, die im Rahmen des Druckprozesses in der Druckvorstufe, des eigentlichen Drucks und der Weiterverarbeitung zum Einsatz kommen. Sie können die Vor- und Nachteile der einzelnen Drucktechniken kritisch diskutieren und wissen, welche Drucktechniken sich für welche Anwendungen eignen.</p>
Sozial-ethische Kompetenz:	<p>Innerhalb des Moduls haben die Studierenden gelernt, sozial-ethische Grundsätze sowohl bei der Beurteilung als auch bei der Gestaltung medialer Kommunikation zu berücksichtigen. Projekt- und teamorientiertes Arbeiten an kleinen praktischen Mediengestaltungs-Projekten bewirkt dabei auch eine Förderung der Sozialkompetenz.</p>
Selbstkompetenz:	<p>Die Studierenden können nach Abschluss des Moduls mit Fachleuten fachadäquat über die Gestaltung und den Druck visueller Medien kommunizieren – bspw. an der Schnittstelle zwischen den Kunden einer Werbeagentur und deren Wünschen einerseits und den Mediengestaltern innerhalb der Agentur andererseits. Außerdem besitzen sie die Fähigkeit, Maßnahmen der Mediengestaltung auch selbst innerhalb eines Unternehmens umzusetzen, zu optimieren und zu beurteilen.</p>

Übergreifende Handlungskompetenz:	Mit den erworbenen Kenntnissen über Gestaltungsgrundsätze, Techniken und Methoden der Mediengestaltung und über die visuelle Kommunikation können die Studierenden im Berufsleben selbständige Beiträge zur Entwicklung wirksamer Kommunikationskonzepte und -mittel leisten, bspw. bei der Logoentwicklung oder der Gestaltung von Werbemitteln.
--	---

Lerneinheiten und Inhalte			
Lehr- und Lerneinheiten		Präsenzzeit (in Std.)	Selbststudium (in Std.)
(Lehr- und Lerneinheit 1):	Einführung in die Gestaltung visueller Medien	26	45
<p><i>Ideenfindung und Konzeptentwicklung für Texte, Tabellen, Grafiken – Wahrnehmungs- und gestaltpsychologische Grundlagen: visuelle menschliche Wahrnehmung, Gestalt- und Farbpsychologie (Gestaltgesetze, Gestaltungsprinzipien, Farbassoziationen) – Typografie: typografische Gestaltungsmittel (z.B. Schriftarten, -größen, Zeilenabstand, Satzspiegel, Regeln und Beurteilungskriterien der Typografie) – Besonderheiten beim Screen-Design</i></p> <p><i>praxisnahe Anwendung der erworbenen Erkenntnisse in der visuellen Kommunikation, z.B. Logoentwicklung, Broschüregestaltung</i></p>			
(Lehr- und Lerneinheit 2):	Fotografie und digitale Bildverarbeitung	26	45
<p><i>Grundlagen der digitalen Fotografie und Durchführung professioneller Photoshootings: gestalterische Aspekte wie Perspektiven, Bildaufteilung, Licht und Tiefe, Bildschärfe; technische Aspekte wie Geräte-/Aufnahmetechnik, Belichtungssteuerung, Kamerabewegung – Bildbearbeitung: Bildretusche, Farbkorrektur, Bildmontagen, Bildverzerrungen/-verfremdungen – Bildspeicherung: Bilddatei-Speicherformate sowie deren Einsatzmöglichkeiten für unterschiedliche Ausgabemedien (z.B. Printmedien, Web) Möglichkeiten der Bilddatenerfassung (durch Scanning, Digitalfotografie, Bildarchive/-agenturen) –</i></p>			
(Lehr- und Lerneinheit 3):	Drucktechnik	25	43
<p><i>Druckvorstufe/prepress: Erfassung von Text- und Bilddaten, Color-Management, Text-/Bildintegration, Datenausgabe (auf Film, Druckplatte oder eine Digitaldruckmaschine; PostScript und PDF) – press: formgebundene Drucktechniken (Hochdruck, Tiefdruck, Flachdruck, Siebdruck), Digitaldruck, Materialien für Printmedien (Bedruckstoffe und -farben), digitale Produktionseinrichtungen im Workflow – Druckweiterverarbeitung/postpress: Falzen, Heften, Schneiden, Stanzen, Kleben, Binden</i></p>			

Literatur
Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.
<p>Adobe InDesign CS5 und Adobe Photoshop CS5 – Die offiziellen Trainingsbücher von Adobe Systems, München</p> <p>Alexander, K.: Kompendium der visuellen Information und Kommunikation, Berlin/Heidelberg/New York: Springer</p> <p>Ang, T.: Digitale Fotografie und Bildbearbeitung - das Praxishandbuch, München: Dorling Kindersley</p> <p>Böhringer, J./Bühler, P./Schlaich, P.: Kompendium der Mediengestaltung: Konzeption und Gestaltung für Digital- und Printmedien, Berlin/Heidelberg: Springer</p> <p>Böhringer, J./Bühler, P./Schlaich, P.: Kompendium der Mediengestaltung: Produktion und Technik für Digital- und Printmedien, Berlin/Heidelberg: Springer</p> <p>Faulstich, Werner (Hrsg.): Grundwissen Medien, München: Fink</p> <p>Fries, C./Witt, R.: Grundlagen der Mediengestaltung, München u.a.: Fachbuchverl. Leipzig im Carl Hanser Verl.</p> <p>Gregory, R.: Auge und Gehirn, Psychologie des Sehens, Reinbek: Rowohlt</p> <p>Hammer, N.: Mediendesign für Studium und Beruf: Grundlagenwissen und Entwurfssystematik in Layout, Typografie und Farbgestaltung, Berlin/Heidelberg: Springer</p> <p>Kipphan, H. (Hrsg.): Handbook of Print Media, Berlin/Heidelberg: Springer</p> <p>Küppers, H. Harmonielehre der Farben, Köln: Dumont</p> <p>Langkau, R.: Lehrbuch Mediengestaltung, Heidelberg: dpunkt.verlag</p> <p>Nohl, M.: Workshop Typografie & Printdesign, dpunkt.verlag</p> <p>Radtke, S.P./Pisani, P./Wolters, W.: Handbuch visuelle Mediengestaltung, Berlin: Cornelsen</p> <p>Teschner, H.: Druck & Medien Technik, Fellbach: Fachschriften-Verl.</p>

Besonderheit
<p><i>Nutzung der MacLabore sowie des Medienequipments.</i></p> <p><i>In einer vorlesungsbegleitenden, zusätzlichen Übungsveranstaltung zu Lehr- und Lerneinheit 1 erhalten die Studierenden einen Überblick über verschiedene Gestaltungs-Tools. Insb. sollen sie Kenntnisse erwerben über die grundlegenden Funktionen eines DTP-Programms (z.B. Adobe InDesign), um einfache Medien-Entwürfe am PC gestalterisch und technisch umzusetzen. Z.B. üben Sie den Einsatz der typografischen Gestaltungsmittel bei der visuellen Kommunikation (etwa im Rahmen der Visualisierung werblicher Botschaften, bei der Broschüren- oder Plakatgestaltung)</i></p> <p><i>In der vorlesungsbegleitenden, zusätzlichen Übungsveranstaltung zu Lehr- und Lerneinheit 2 erhalten die Studierenden eine Einführung in die Digitalfotografie; dabei nehmen sie auch an einem Foto-Shooting teil. Ferner erlernen sie die wichtigsten Arbeitsschritte beim Umgang mit einem Softwaretool zur digitalen Bildbearbeitung (z.B. Photoshop). Dabei werden z.B. Bildretuschen und -montagen durchgeführt.</i></p>

Modul: Gestaltung elektronischer Medien

Formale Angaben zum Modul		
Studiengang	Studienrichtung	Vertiefung
BWL	DLM	Medien und Kommunikation

Modulbezeichnung	Sprache des Moduls	Modul-Nr.	Version	Modulverantwortlicher
Profulfach Mediengestaltung II: Gestaltung elektronischer Medien	Deutsch		28.05.2011	Prof. Dr. M. Froböse, DHBW Heidenheim; Prof. Dr. U. Swoboda, DHBW Stuttgart

Verortung des Moduls im Studienverlauf			
Semester	Voraussetzungen für die Teilnahme	Modulart	Moduldauer
4 bis 6	Bestehen von Modul I	Wahlpflichtmodul	3 Semester

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen			
Lehr- und Lernmethoden:	Prüfungsleistungen	Benotet ja/nein	Prüfungsumfang
Vorlesung mit Übungen, praktische Mediengestaltungs-Lehrprojekte	SE/P (Seminararbeit/Präsentation)	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ja 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ SE 10-15 Seiten ▪ P 10-15 Min.

Workload und ECTS			
Workload (in Std., ein Vielfaches von 30)	Ingesamt:	180 Std.	ECTS-Punkte
	<i>davon Präsenzzeit (Vorlesungs- und Prüfungszeit)</i>	60 Std.	6
	<i>davon Selbststudium</i>	120 Std.	

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
Sachkompetenz:	<p>Dieses Modul vermittelt die konzeptionellen, kreativen und technischen Grundlagen für die Realisierung digitaler Medienprojekte. Die Studierenden sind in der Lage, unter Anleitung Web-, Audio- und Video-Produktionen selbst zu konzipieren und die Techniken und Erkenntnisse der modernen digitalen Mediengestaltung, insb. wahrnehmungs- und gestaltpsychologische Erkenntnisse, in eigenen Produktionen umzusetzen – bspw. um Informationen auf Webseiten nutzerorientiert und verständlich zu visualisieren.</p> <p>Audio- und Video-Produktionen können sie und unter Einsatz geeigneter Geräte aufnehmen, wobei sie verschiedene Gestaltungsmittel (z.B. Kameraführung und Dramaturgie) gezielt einsetzen. Sie sind fähig, Aufnahmen mit Hilfe geeigneter Software zu schneiden und nachzubearbeiten sowie - unter Berücksichtigung der Funktionsweisen und Anwendungsfelder verschiedener Kompressionsmethoden für Audio- und Videodaten - in geeignete Dateiformate für unterschiedliche Medien zu exportieren (z.B. DVD, Web-Streamingformate). Sie können ferner Web-, Audio- und Videoproduktionen hinsichtlich der wesentlichen Kriterien digitaler Mediengestaltung bewerten.</p> <p>Ferner sind die Studierenden in der Lage, die wichtigsten Arbeitsschritte der jeweils zum Einsatz kommenden Mediengestaltungs-Software (z.B. Adobe Creative Suite Premium, Cubase, Soundtrack pro 3) selbstständig auszuführen, deren Nutzung in Zusatzveranstaltungen geübt wird.</p>
Sozial-ethische Kompetenz:	<p>Innerhalb des Moduls haben die Studierenden gelernt, sozial-ethische Grundsätze sowohl bei der Beurteilung als auch bei der Gestaltung medialer Kommunikation zu berücksichtigen. Wichtig hierbei ist z.B. eine realitätsnahe Aufnahme und Darstellung, welche teilnehmende Personen nicht entstellt. Ferner bewirkt das projekt- und teamorientierte Arbeiten an kleinen praktischen Mediengestaltungs-Projekten auch eine Förderung der Sozialkompetenz.</p>
Selbstkompetenz:	<p>Die Studierenden können nach Abschluss des Moduls mit Fachleuten fachadäquat über die Gestaltung und den Druck visueller Medien kommunizieren – bspw. an der Schnittstelle zwischen den Kunden einer Werbeagentur und deren Wünschen einerseits und den Mediengestaltern innerhalb der Agentur andererseits. Außerdem besitzen sie die Fähigkeit, Medienproduktionen auch eigenständig innerhalb eines Unternehmens zu konzipieren, zu erstellen, zu beurteilen und zu optimieren. Durch die praxisnahe Umsetzung innerhalb von Projekten lernen die Studierenden unterschiedliche Aufgabengebiete im Team kennen.</p>

Übergreifende Handlungskompetenz:	Mit den erworbenen Kenntnissen über Gestaltungsgrundsätze, Techniken und Methoden der elektronischen Mediengestaltung können die Studierenden im Berufsleben selbständige Beiträge zur Entwicklung wirksamer und zielgruppen-gerechter Web-, Audio- und Video-Produktionen leisten.
--	---

Lerneinheiten und Inhalte			
Lehr- und Lerneinheiten		Präsenzzeit (in Std.)	Selbststudium (in Std.)
(Lehr- und Lerneinheit 1):	Webdesign	20	40
<i>Ideenfindung/Konzepterstellung für Web-Auftritte – Wahrnehmungs- und gestaltungspsychologische Grundsätze – Textgestaltung im Web – Screen-Design – interaktive Elemente – Usability – Navigationsgestaltung – Kriterien barrierefreier Webgestaltung – Umgang mit Web-Editoren (z.B. Adobe Dreamweaver) – Grundlagen der Gestaltung dynamischer Webseiten – Grundlagen der Webgestaltung im mobilen Bereich</i>			
(Lehr- und Lerneinheit 2):	Grundlagen der digitalen Audiogestaltung	20	40
<i>Hardware zur Tonaufnahme – digitale Musik- und Sprachaufzeichnung – Audio- Datenformate und -Datenkompression – Audio-Postproduktion (z.B. Bearbeitung der Töne und Hintergrundgeräusche, Hinzufügen von Klangeffekten/Effekt-Plug-Ins/Musikbetten, Tonmischung) – praktische Audiobearbeitung mit einem geeigneten Softwaretool, z.B. Soundtrack pro 3, Cubase</i>			
(Lehr- und Lerneinheit 3):	Grundlagen der digitalen Videogestaltung	20	40
<i>digitale Videoaufnahmetechnik (Kamera, Objektive, Beleuchtungstechnik, Farbumsetzung, Weißabgleich, Aufnahmeformate, Bildstabilisation, Schnittstellen zwischen Aufnahmegeräten und PCs, Video-Codecs) – Planung eines Videoprojektes – Drehbuch und Storyboard – Grundlagen des Filmens und der Kameraführung (z.B. Kameraperspektiven und -bewegungen, Aufnahmewinkel, Raumaufteilung) – praktische Videobearbeitung mit einem geeigneten Softwaretool, z.B. Adobe Creative Suite 5 Production Premium/Premiere, Final Cut Pro 7 (Filme einlesen, Schnittplanung und -techniken, Einsatz von Trimmwerkzeugen, Kombinieren von Szenen, Nachvertonungen/Hintergrundmusik/Soundeffekte, Ausgabe auf verschiedenen Medien unter Nutzung verschiedener Kompressionsverfahren, z.B. für HD-DVD oder Internet-Streaming)</i>			

Literatur
Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.
<p>Adobe InDesign CS5 und Adobe Photoshop CS5 – Die offiziellen Trainingsbücher von Adobe Systems, München</p> <p>Breidenich, C.: @Design : Ästhetik, Kommunikation, Interaktion, Berlin/Heidelberg: Springer</p> <p>Böhringer, J./Bühler, P./Schlaich, P.: Kompendium der Mediengestaltung: Konzeption und Gestaltung für Digital- und Printmedien, Berlin/Heidelberg: Springer</p> <p>Farnell, A.: Designing Sound, Cambridge/Mass.</p> <p>Field, S. u.a.: Drehbuchschreiben für Fernsehen und Film, München</p> <p>Friedrich, H. J.: Tontechnik für Mediengestalter, Berlin/Heidelberg</p> <p>Lensing, J. U.: Sound Design, Berlin</p> <p>Lubkowitz, M.: Webseiten programmieren und gestalten, Bonn</p> <p>Morsy, H.: Adobe Dreamweaver CS5, Bonn</p> <p>Nielsen, J.: Eyetracking web usability, Berkeley/Cal.</p> <p>Rupp, S.: Dreamweaver CS5: Das Praxishandbuch, München</p> <p>Schmidt, U.: Professionelle Videotechnik, Berlin</p> <p>Vale, E.: Die Technik des Drehbuchschreibens für Film und Fernsehen, München</p>

Besonderheit
<p><i>Nutzung der MacLabore, des Tonstudios sowie des Medienequipments.</i></p> <p><i>In vorlesungsbegleitenden, zusätzlichen Übungsveranstaltungen wird der Umgang mit Mediengestaltungs-Softwaretools (Webeditoren sowie digitaler Ton- und Filmschnitt z.B. mit Creative Suite 5 Production Premium) anhand kleinerer Projekte/Medienproduktionen geübt (Gestaltung einer Website, Erstellung eigener kurzer Audio- und Videoproduktionen). Die Sound-Bearbeitung erfolgt im Tonstudio z.B. mit Soundtrack pro 3 oder Cubase.</i></p>

Modul: Grundlagen der Medien- und Kommunikationswirtschaft

Formale Angaben zum Modul		
Studiengang	Studienrichtung	Vertiefung
BWL	DLM	Medien und Kommunikation

Modulbezeichnung	Sprache des Moduls	Modul-Nr.	Version	Modulverantwortlicher
Profilmfach Medienwirtschaft I: Grundlagen der Medien- und Kommunikationswirtschaft	Deutsch		29.05.2011	Prof. Dr. M. Froböse, DHBW Heidenheim

Verortung des Moduls im Studienverlauf			
Semester	Voraussetzungen für die Teilnahme	Modulart	Moduldauer
1 bis 3	keine	Wahlpflichtmodul	3 Semester

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen			
Lehr- und Lernmethoden:	Prüfungsleistungen	Benotet ja/nein	Prüfungsumfang
Vorlesung mit Übungen, Gruppenarbeit, Fall-, Projektstudien	KL	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ja 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 150 Min.

Workload und ECTS			
Workload (in Std., ein Vielfaches von 30)	Ingesamt:	210 Std.	ECTS-Punkte
	<i>davon Präsenzzeit (Vorlesungs- und Prüfungszeit)</i>	77 Std.	7
	<i>davon Selbststudium</i>	133 Std.	

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
Sachkompetenz:	<p>Nach Abschluss dieses Moduls haben die Studierenden einen fundierten, managementorientierten Überblick über die institutionellen und kommunikationsbezogenen Aspekte der Medien- und Kommunikationswirtschaft gewonnen. Sie haben ein vertieftes Wissen über die Unternehmens- und Marktstrukturen sowie die wirtschaftliche Bedeutung des Mediensektors, seiner Teilbranchen und Verbände (besonders im Verlagsbereich) und sind in der Lage, einzelne Unternehmen in die Wertschöpfungskette der Medienwirtschaft einzuordnen. Sie können ferner Spezifika wie Preisbindung und Distribution erläutern und einschätzen, welche Einflussfaktoren die Medienmärkte in welcher Form beeinflussen.</p> <p>Die Studierenden wissen, wie medien-spezifische Gestaltungsmittel in der Unternehmenskommunikation und beim journalistischen Arbeiten aufbereitet werden müssen, dass sie den Bedürfnissen und der Aufnahmefähigkeit der Rezipienten entsprechen.</p>
Sozial-ethische Kompetenz:	Die Studierenden können die Zukunftstendenzen verschiedener Mediengattungen (z.B. Zeitschriften, Bücher, Internet) durch absehbare technische oder wirtschaftliche Veränderungen kritisch diskutieren. Sie haben außerdem ein Bewusstsein für die Auswirkungen journalistischer Tätigkeit auf die Gesellschaft entwickelt.
Selbstkompetenz:	Besonders bei Aufgaben im Kontext der Unternehmenskommunikation haben die Studierenden die Notwendigkeit einer interdisziplinären Sichtweise erkannt; sie haben dadurch ihren Horizont erweitert und können Hinweise geben für die Umsetzung von Erkenntnissen aus den Bereichen Psychologie und Soziologie in die Kommunikationspraxis. Sie pflegen einen fachlich und sozial angemessenen Umgang mit Journalisten und Kommunikationsverantwortlichen.
Übergreifende Handlungskompetenz:	Die Studierenden können die Instrumente der Unternehmenskommunikation sowie verschiedene redaktionelle Konzepte im Journalismus unter Berücksichtigung medienpsychologischer Erkenntnisse zielgruppen- und situationsgerecht anwenden. Sie können dadurch wertvolle Beiträge bei der Erarbeitung wirksamer Kommunikationskonzepte und Medieninhalte leisten.

Lerneinheiten und Inhalte			
Lehr- und Lerneinheiten		Präsenzzeit (in Std.)	Selbststudium (in Std.)
(Lehr- und Lerneinheit 1):	Struktur der Medienwirtschaft	13	22
<i>Besonderheiten und Abgrenzung des Mediensektors und seiner Branchen (z.B. Verlagswesen, Druckindustrie, Rundfunk, Werbewirtschaft, Neue Medien; Organisationen/Verbände und in der Medienwirtschaft) – volkswirtschaftliche Bedeutung von Medien – Kooperation, Konzentration und Konvergenz in der Medienbranche – gesamtwirtschaftliche und politisch-rechtliche Rahmenbedingungen für Medienunternehmen (insb. Medienpolitik) – Wertschöpfungskette in Medienunternehmen – aktuelle Entwicklungen in der Medienwirtschaft</i>			
(Lehr- und Lerneinheit 2):	Einführung in das Verlagswesen	13	22
<i>Die Verlagslandschaft in Deutschland (Zahlen/Daten/Fakten; Tendenzen) – Spezifika: Urheberrecht, Preisbindung, Distribution – Buch: Wirtschafts- und Kulturgut – Verschiedene Verlagstypen – Struktur eines Verlags – Zielgruppenanalysen – Verlagsmarketing im Überblick</i>			
(Lehr- und Lerneinheit 3):	Unternehmenskommunikation	26	45
<i>Institutionen der Kommunikationswirtschaft – sozialpsychologische und kommunikationswissenschaftliche Grundlagen der Marketing-Kommunikation – Werbewirkungs- bzw. Kommunikationsmodelle – Instrumente der Marketing-Kommunikation wie u.a. Werbung, Public Relations, Sponsoring, Messen, Sales Promotion – Management der Werbeplanung inkl. Copystrategie</i>			
(Lehr- und Lerneinheit 4):	Medien- und Werbepsychologie	12	22
<i>Werbewirkung – Werbeerfolg – Wirkungsmodelle – Wahrnehmung – Lernen – Gedächtnis – Motivation – Aktivierung – Appelle – Suggestion – vergleichende Werbung – inhaltliche Gestaltung von Werbung</i>			
(Lehr- und Lerneinheit 5):	Journalistisches Arbeiten	13	22
<i>Grundlagen öffentlicher Kommunikation: Werbung, Journalismus und PR – journalistische Ressorts und Gattungen: Wirtschafts-, Nachrichten-, Fachjournalismus, politische Berichterstattung – journalistische Arbeits- und Selektionsmuster: Nachrichtenwerte, Genres, Redaktionsorganisation, Quellenarbeit – Textdesign und zielgruppengerechtes Formulieren: visuelle und sprachliche Elemente, Sprache, Stil, Textaufbau</i>			

Literatur
Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.
Altendorfer, O./Hilmer, L. (Hrsg.): Medienmanagement, Band 1: Methodik – Journalistik und Publizistik – Medienrecht, Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften
Beyer, A./Carl, C.: Einführung in die Medienökonomie, Konstanz: UVK-Verlags-Gesellschaft
Breyer-Mayländer, T.: Wirtschaftsunternehmen Verlag, Frankfurt a.M.: Bramann
Breyer-Mayländer, T./Werner, A.: Handbuch der Medienbetriebslehre, München: Oldenbourg
Bruhn, M.: Unternehmens- und Marketingkommunikation, München: Vahlen
Bruhn, M./Esch, F.-R./Langner, T. (Hrsg.): Handbuch Kommunikation, Wiesbaden: Gabler
Gläser, M.: Medienmanagement, München: Vahlen
Graf, C.: Einführung in die Medienwirtschaft, München: Oldenbourg
Häusermann, J.: Journalistisches Texten, Konstanz: UVK-Verlags-Gesellschaft
Hermanni, A.-J.: Medienmanagement – Grundlagen und Praxis für Film, Hörfunk, Internet, Multimedia und Print, München: dtv/Beck
Meckel, M./Schmid, B. F. (Hrsg.): Unternehmenskommunikation, Wiesbaden: Gabler
Moser, K.: Markt- und Werbepsychologie, Göttingen u.a.: Hogrefe
Pepels, W.: Marketing-Kommunikation, Rinteln: Merkur
Raab, G./Unger, A./Unger, F.: Marktpsychologie, Wiesbaden: Gabler
Schumann, M./Hess, T.: Grundfragen der Medienwirtschaft, Berlin/Heidelberg u.a.: Springer
Sjurts, I. (Hrsg.): Gabler Lexikon Medienwirtschaft, Wiesbaden: Gabler/Springer Fachmedien
Wirtz, B.W.: Medien- und Internetmanagement, Wiesbaden: Gabler

Besonderheit

Modul: Medienmarketing

Formale Angaben zum Modul		
Studiengang	Studienrichtung	Vertiefung
BWL	DLM	Medien und Kommunikation

Modulbezeichnung	Sprache des Moduls	Modul-Nr.	Version	Modulverantwortlicher
Profulfach Medienwirtschaft II: Medienmarketing	Deutsch		29.05.2011	Prof. Dr. M. Froböse, DHBW Heidenheim

Verortung des Moduls im Studienverlauf			
Semester	Voraussetzungen für die Teilnahme	Modulart	Moduldauer
4 bis 6	Bestehen von Modul I; BWL-Module 7, 8	Wahlpflichtmodul	3 Semester

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen			
Lehr- und Lernmethoden:	Prüfungsleistungen	Benotet ja/nein	Prüfungsumfang
Vorlesung mit Übungen, Rollenspiele, Fallstudien	KL	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ja 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 120 Min.

Workload und ECTS			
Workload (in Std., ein Vielfaches von 30)	Ingesamt:	180 Std.	ECTS-Punkte
	<i>davon Präsenzzeit (Vorlesungs- und Prüfungszeit)</i>	60 Std.	6
	<i>davon Selbststudium</i>	120 Std.	

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
Sachkompetenz:	<p>Die Studierenden haben durch dieses Modul einen vertieften Einblick in die Besonderheiten der Informations- und Aktionsseite des Medienmarketing gewonnen, wobei auf der Aktionsseite der Fokus auf die Instrumente des Marketing für Printmedien gelegt wird (die Instrumente des Online-Marketing werden im Modul „Online-/Social Media-Marketing“ behandelt).</p> <p>Nach Abschluss des Moduls verstehen die Studierenden vorliegende Studien der Mediaforschung, können diese beurteilen und hieraus Folgerungen für marketing- und unternehmenspolitische Entscheidungen im Allgemeinen und für die Mediaplanung im Besonderen ziehen. Außerdem können sie selbst Studien über die Mediennutzung konzipieren. Der Studierende kann ferner beurteilen, welche Geschäfts- und insbesondere Erlösmodelle für verschiedene Medienbranchen geeignet sind, und er ist fähig, verschiedene Instrumente des redaktionellen und Anzeigen-Marketing zielorientiert einzusetzen und zu koordinieren.</p>
Sozial-ethische Kompetenz:	<p>Durch dieses Modul haben die Studierenden eine ausgeprägte Sensibilität gegenüber Verstößen gegen den Werbekodex entwickelt (Wahrung der Sitten, Redlichkeit und Wahrheit, keine Irreführung/Verunglimpfung/Diskriminierung usw.) – dies ist eine notwendige Kompetenz, wenn sie im späteren Berufsleben an der Schnittstelle zwischen den Werbekunden und dem Medienunternehmen tätig sind.</p>
Selbstkompetenz:	<p>Die Studierenden können nach Abschluss des Moduls mit den verschiedenen Akteuren auf den Medienmärkten (insb. auf Werbemärkten) fachadäquat über den Einsatz von Werbemaßnahmen kommunizieren, was in LLE 3 auch anhand eines Rollenspiel geübt wird.</p>
Übergreifende Handlungskompetenz:	<p>Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage, in Unternehmen der Medienbranche eigenständig verantwortungsvolle Marketingaufgaben sowohl auf dem Rezipientenmarkt als auch gegenüber den Werbekunden zu übernehmen.</p>

Lerneinheiten und Inhalte				
Lehr- und Lerneinheiten			Präsenzzeit (in Std.)	Selbststudium (in Std.)
(Lehr- und Lerneinheit 1):	Medienmarktforschung und Mediaplanung		20	40
<i>Untersuchungsfelder der Medien-Marktforschung (z.B. Reichweiten, Mediennutzerstruktur, Medienkonkurrenz) – Überblick über wichtige Mediaanalysen – spezielle Methoden der Medien-Marktforschung (insb. zur Erfassung der Streuleistung von Print- und elektronischen Medien) – Ablauf der Mediaplanung – Entscheidungskriterien und Methoden der Intra- und Inter-media-Selektion</i>				
(Lehr- und Lerneinheit 2):	Marketing-Instrumente auf Publikumsmärkten		20	40
<i>Besonderheiten des (Print)medien-Marketing – Geschäftsmodelle in Printmedien-Unternehmen – Marketing-Instrumente auf dem Lesermarkt (Programmpolitik, Maßnahmen der Abonentengewinnung und der Kundenbindung, redaktionelles Marketing, Vertriebswege-Politik) – Ausgestaltung der rezipienten-gerichteten Marketing-Instrumente in verschiedenen Medienbranchen (insb. bei Tageszeitungs-, Zeitschriften- und Buchverlagen, TV- und Radiosendern) – Aktuelle Tendenzen im Marketing auf Publikumsmärkten</i>				
(Lehr- und Lerneinheit 3):	Verkaufsmanagement auf Werbemärkten		20	40
<i>Zielgruppen und Ansprechpartner in der werbungstreibenden Wirtschaft/Akteure auf Werbemärkten – Einsatz der Marketing-Instrumente auf dem Werbe(Anzeigen)markt – Verhandlungsführung beim Verkauf von Werbeleistungen – Veränderungstendenzen auf Werbemärkten</i>				

Literatur
Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.
<p>Bode, P.: Markenmanagement in Medienunternehmen, Wiesbaden: Gabler Breyer-Mayländer, T./Seeger, C.: Medienmarketing, München: Vahlen Frey-Vor, G./Siegert, G./Stiehler, H.-J.: Mediaforschung, Konstanz: UVK-Verlagsgesellschaft Funk, F.: Redaktionelles Marketing, Saarbrücken: VDM Verlag Dr. Müller Gläser, M.: Medienmanagement, München: Vahlen Gröppel-Klein, A./Germelmann, C.C. (Hrsg.): Medien im Marketing, Wiesbaden: Gabler Petzold, K./Sattler, B.: Medienmarketing, Stuttgart: UTB/Lucius&Lucius Sarstedt, M./Huber, K.: Erfolgsfaktoren für Fachbücher, Reutlingen 2006, Working Papers on Marketing & Management Scholl, A.: Die Befragung - sozialwissenschaftliche Methode und kommunikationswissenschaftliche Anwendung, Konstanz: UVK-Verlagsgesellschaft (insb. Teil 2: Kommunikationswissenschaftliche Studien) Szameitat, T.: Praxiswissen Anzeigenverkauf, Wiesbaden: Gabler Unger, F. u.a.: Mediaplanung, Berlin/Heidelberg/New York: Springer Welker, M./Werner, A./Scholz, J.: Online-Research, Heidelberg http://www.media-perspektiven.de; Fachzeitschrift „Research & Results“ - Magazin für Media-, Markt- und Werbeforschung Wirtz, B.: Medien- und Internetmanagement, Wiesbaden: Gabler</p>

Besonderheit

Modul: Medienmanagement

Formale Angaben zum Modul		
Studiengang	Studienrichtung	Vertiefung
BWL	DLM	

Modulbezeichnung	Sprache des Moduls	Modul-Nr.	Version	Modulverantwortlicher
Wahlfach Medienmanagement	Deutsch		27.05.2011	Prof. Dr. Swoboda, DHBW Stuttgart; Prof. Dr. M. Froböse, DHBW Heidenheim

Verortung des Moduls im Studienverlauf			
Semester	Voraussetzungen für die Teilnahme	Modulart	Moduldauer
5 + 6	Keine	Wahlpflichtmodul	2 Semester

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen			
Lehr- und Lernmethoden:	Prüfungsleistungen	Benotet ja/nein	Prüfungsumfang
Vorlesung mit Übungen, Fallstudien, Gruppenarbeit, Praxis-Lehrprojekt	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Klausur 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ja 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 150 min.

Workload und ECTS			
Workload (in Std., ein Vielfaches von 30)	Ingesamt:	240 Std.	ECTS-Punkte
	<i>davon Präsenzzeit (Vorlesungs- und Prüfungszeit)</i>	80 Std.	8
	<i>davon Selbststudium</i>	160 Std.	

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
Sachkompetenz:	<p>Die Studierenden lernen in diesem Modul zentrale Instrumente und Faktoren kennen und anzuwenden, die für eine erfolgreiche Planung, Steuerung und Kontrolle von Medienprojekten und Medienunternehmen erforderlich sind. Bspw. sind die Studierenden in die Lage, mit Projektanfragen im Medienbereich adäquat umzugehen. Sie können Projektangebote verfassen, Medienprojekte planen und zentrale Projektdokumente erstellen bzw. strukturieren. Zudem lernen die Studierenden, Projekte unter Controlling-Gesichtspunkten durchzuführen; sie können die einzelnen Controlling-Instrumente in verschiedenen Phasen eines Projektes einsetzen.</p> <p>Die Studierenden haben ferner einen Überblick über ausgewählte praxisrelevante Rechtsprobleme, insb. im Kontext der Werbung und der Geschäftstätigkeit über das Medium Internet, sowie über das Urheber-, Datenschutz- und Presserecht. erhalten. Sie können eigenes wettbewerbsrechtlich relevantes Verhalten sowie das der Mitbewerber rechtlich einschätzen und mit praktischen Verfahrensweisen (z.B. Abmahnung) umgehen. Schließlich sind die Studierenden mit ausgewählten ethischen Fragen der Unternehmenskommunikation und des Journalismus vertraut; diesbzgl. Fehlentwicklungen werden von den Studierenden erkannt.</p> <p>Die Studierenden können Kommunikationskonzepte unter ganzheitlicher Methodik erstellen. Sie wissen, warum eine Integration der Kommunikationsmaßnahmen notwendig ist und verstehen, in welcher Art und Weise die Elemente des Kommunikations-Mix zusammenwirken – und sie verfügen über die Kompetenz, Text, Bild, Ton und Bewegtbild in der praktischen Umsetzung wirkungsvoll miteinander zu kombinieren.</p>
Sozial-ethische Kompetenz:	<p>Die Studierenden sind in der Lage, moralische und ethische Richtlinien in ihren Projekten umzusetzen. Sie sind fähig, angemessene Maßnahmen zur Vermeidung rechtlicher Probleme zu ergreifen. Ferner erkennen sie Missbräuche in der Werbung und können verantwortungsvoll mit dem Inhalt und der Verbreitung von kommunikativer Botschaften umgehen.</p>
Selbstkompetenz:	<p>Durch die praxisnahe Vermittlung des Projektmanagements sind die Studierenden in der Lage, fachadäquat über anstehende Projekte zu kommunizieren und Ideen bzw. Lösungswege zu entwickeln. Die Teamarbeit in Projekt fördert die Sozialkompetenz und die Bereitschaft, Verantwortung zu übernehmen. Im Rahmen der Reflektion der im Projekt geleisteten Arbeiten verbessert sich bei den Studierenden das Auftreten und der Umgang mit konstruktiver Kritik.</p>

Übergreifende Handlungskompetenz:	Im Rahmen eines Projekts zur ganzheitlichen Mediengestaltung (z.B. im Print-, Audio-, Video- und Internetbereich) setzen die Studierenden ihr gelerntes Wissen um. Sie entwickeln ein integriertes Kommunikationskonzept unter Einsatz verschiedener Medien, das inhaltlich, formal und zeitlich aufeinander abgestimmt ist. Die dabei vermittelten Methoden und Techniken fördern die Fähigkeit zur aktiven Gestaltung von Veränderungen in den Betrieben und zur Entwicklung von effizienten Lösungen für betriebliche Problemstellungen.
--	---

Lerneinheiten und Inhalte			
Lehr- und Lerneinheiten		Präsenzzeit (in Std.)	Selbststudium (in Std.)
(Lehr- und Lerneinheit 1):	Steuerungsinstrumente und -faktoren des Medienmanagements	50	100
<p>Medien-Projektmanagement: Bearbeitung von Ausschreibungsunterlagen und Angebotserstellung – Definition von Projektziel und Projektauftrag – Planung von Medienprojekten – Erstellung von Pflichtenheften/Konzepten/Drehbüchern – Projektüberwachung und -steuerung (z.B. mit MS Project)</p> <p>Medien-Controlling: Besonderheiten der medienspezifischen Kosten- und Leistungsrechnung – externe Informationsquellen des Mediencontrolling (z.B. Media-Analysen, Medien-Resonanz-Analysen) – Balanced Scorecard im Medienbereich – Web-Controlling</p> <p>Medienrecht: Rechtslage in Bezug auf Internet-Adressen (Domain-Recht) – Anbieterkennzeichnungspflicht bei Tele-/Mediendiensten – eigene und fremde Inhalte (allg. Haftungsfragen, Verlinkung, Urheberrecht, Bildnisse, Persönlichkeitsrecht) – Rechtsgeschäfte im E-Commerce (Vertragschluss, AGB, Informationspflichten, Fernabsatz) – ausgewählte Rechtsfragen zu Datenschutz und Jugendmedienschutz – Presserecht im Überblick</p> <p>Rechtsfragen des Marketing (insb. Werbung, Abmahnung): Einschränkungen des Rechts auf Werbung (z.B. Gesundheit, öffentliche Sicherheit, Sittlichkeit) – verfassungsmäßige Grundlagen und sonstige rechtliche Regelungen der Werbung (z.B. Handels- und Gewerbefreiheit, Meinungsäußerungsfreiheit, Pressefreiheit)</p> <p>Medienethik: Überblick über ethische Aspekte in der Unternehmenskommunikation – Ethik der journalistischen Tätigkeit – Grundsätze der Werbeethik/moralische und ethische Richtlinien – Bedeutung und Überwachungsmöglichkeiten der Schleichwerbung – Freiwillige Kontrollorgane der Werbebranche</p>			
(Lehr- und Lerneinheit 2):	Ganzheitliche Kommunikation	30	60
<p>integrierte Kommunikation: Notwendigkeit und Ziele der Integration des kommunikativen Auftritts – Integration von Zielen und Zielgruppen – thematisch-inhaltliche, formale, geographische und zeitliche Integration – Umsetzung der integrierten Kommunikation – Anwendungsbeispiele (z.B. Vorgehensweisen der Integration bei unterschiedlichen Marketing-Strategien; Anwendungsbeispiele unter Einbeziehung moderner Formen der Kommunikation, wie Viraler und Social Media-Marketing-Instrumente)</p> <p>Projekt ganzheitliche Mediengestaltung z.B. im Print-, Audio-, Video- und Internetbereich: Entwicklung eines Strategiepapiers (Formulierung der strategischen Positionierung, kommunikativen Leitidee und Leitinstrumente für die Gesamtkommunikation) – Positionierungspapier (Formulierung der strategischen Positionen, der Zwischen- und Einzelziele der Kommunikation) – Formulierung der Kern- und Einzelaussagen für die Kommunikation – Regeln zum Instrumenteeinsatz (Gestaltungsprinzipien, Gestaltungsmittel) – Organisationsregeln (Formulierung der aufbau- und ablauforganisatorischen Prozesse für die Zusammenarbeit zwischen zentralen und dezentralen Kommunikationsabteilungen) – Implementierung des Konzepts z.B. in den Print-, Audio-, Video-, Internet- und Mobile-Bereich</p>			

Literatur
Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.
<p>Bölke, D.: Presserecht für Journalisten, Freiheit und Grenzen der Wort- und Bildberichterstattung, München: Dt. Taschenbuch-Verl.</p> <p>Bruhn, M.: Integrierte Unternehmens- und Markenkommunikation, Stuttgart</p> <p>Busch, R./Fuchs,W./Unger, F.: Integriertes Marketing, Wiesbaden: Gabler</p> <p>Bruhn, M.: Unternehmens- und Marketingkommunikation - Handbuch für ein integriertes Kommunikationsmanagement, München: Vahlen</p> <p>Bruhn, M./Esch, F.-R./Langner, T. (Hrsg.): Handbuch Kommunikation, Wiesbaden: Gabler</p> <p>Debatin, F. (Hrsg.): Kommunikations- und Medienethik, Konstanz: UVK-Verlagsgesellschaft</p> <p>Gläser, M.: Medienmanagement, München: Vahlen</p>

Besonderheit
Nutzung der MacLabore, des Tonstudios sowie des Medienequipments

Modul: Online-/Social Media-Marketing

Formale Angaben zum Modul		
Studiengang	Studienrichtung	Vertiefung
BWL	DLM	

Modulbezeichnung	Sprache des Moduls	Modul-Nr.	Version	Modulverantwortlicher
Wahlfach Online-/Social Media-Marketing	Deutsch		28.05.2011	Prof. Dr. M. Froböse, DHBW Heidenheim

Verortung des Moduls im Studienverlauf			
Semester	Voraussetzungen für die Teilnahme	Modulart	Moduldauer
5 + 6	Bestehen der Kern- BWL-Module 7 und 8	Wahlpflichtmodul	2 Semester

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen			
Lehr- und Lernmethoden:	Prüfungsleistungen	Benotet ja/nein	Prüfungsumfang
Vorlesung mit Übungen und Fallstudien, Projekt- und Gruppenarbeit	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Klausur (KL) <u>oder</u> ▪ Seminararb./Präsentation (SE/P) 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ja ▪ Ja 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ KL 150 min. ▪ SE 10-15 S., P 10-15 min.

Workload und ECTS			
Workload (in Std., ein Vielfaches von 30)	Insgesamt:	240 Std.	ECTS-Punkte: 8
	<i>davon Präsenzzeit (Vorlesungs- und Prüfungszeit)</i>	80 Std.	
	<i>davon Selbststudium</i>	160 Std.	

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
Sachkompetenz:	Die Studierenden haben ein vertieftes Verständnis für die technische Funktionsweise von Internet-Anwendungen sowie deren Anwendungsmöglichkeiten und Grenzen entwickelt. Funktionen für Online-Marketing-Aufgaben überschaubarer Komplexität können sie eigenständig implementieren; sie können z.B. dynamische Webseiten erstellen und sind in der Lage, geeignete Content-Management-Systeme auszuwählen und zielgerichtet einzusetzen. Ferner haben sie vertiefte Kenntnisse über die Besonderheiten der redaktionellen Arbeit im Netz erworben und können Webseiten von Content-Anbietern pflegen, redaktionell betreuen und Communities oder Chats moderieren. Ferner sind sie in der Lage, Konzepte und Maßnahmen für Online-Marketing-Kampagnen zu entwerfen, umzusetzen und zu kontrollieren.
Sozial-ethische Kompetenz:	Die Studierenden haben eine ausgeprägte Sensibilität für die Notwendigkeit des Schutzes der Privatsphäre von Internet-Nutzern entwickelt. Sie können die wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Auswirkungen neuer Internet-Technologien und von Social-Media-Plattformen kritisch reflektieren.
Selbstkompetenz:	Die Studierenden sind fähig, einen effizienten und fachadäquaten Dialog mit Fachleuten verschiedener Bereiche zu führen – insb. mit Programmierern, die bspw. neue Online-Technologien implementieren, sowie mit Kommunikationsverantwortlichen und Kreativen, die an der Entwicklung von Online-Marketing-Kampagnen beteiligt sind.
Übergreifende Handlungskompetenz:	Die Studierenden haben durch dieses Modul die technischen, redaktionellen und Management-Fähigkeiten erworben, die im Berufsleben für einen zielgruppengerechten Einsatz von Marketing- und Kommunikationsmaßnahmen über das Medium Internet notwendig sind. Weiterführende Lernprozesse können sie selbständig gestalten - eine Fähigkeit, der aufgrund der ausgeprägten „Kurzlebigkeit“ von Entwicklungen im Internet-Bereich eine große Bedeutung zukommt.

Lerneinheiten und Inhalte			
Lehr- und Lerneinheiten		Präsenzzeit (in Std.)	Selbststudium (in Std.)
(Lehr- und Lerneinheit 1):	Web-Technologien	24	48
<i>Funktionsweise des Internets – Aufgabe und Funktion eines Webserver – dynamische Webseiten (Anwendungen, Technologien zu deren Erstellung; Datenbanken/Datenmodellierung) – Content-Management-Systeme (Aufbau und Funktionsweise) – Arbeitsweise von Suchmaschinen – Internet-Sicherheitstechnologien – aktuelle Technologien und Trends wie Web 2.0/3.0-Technologien, Mobile Devices, Streaming-Technologien, QR-Tagging usw.</i>			
(Lehr- und Lerneinheit 2):	Online-Redaktion und Community Management	16	32
<i>Aufgaben einer Online-Redaktion – Beschaffung von Inhalten – Textgestaltung im Internet – Content Management – Rollen- und Rechteverwaltung – Management von z.B. Communities, Foren, Chats einschl. Social-Media-Richtlinien im Unternehmen</i>			
(Lehr- und Lerneinheit 3):	Instrumente des Online-/Social Media-Marketing	40	80
<i>Überblick/Online-Marketing-Konzeption – Usability als Erfolgsfaktor – Affiliate-Programme – Viral-Marketing – Suchmaschinen-Marketing – E-Mail-/Newsletter-Marketing – Mobile Marketing – Online-Werbung/-Mediaplanung – Social Media-Plattformen/Netzwerke – Social Media-Integration im Unternehmen – Erfolgsfaktoren und Erfolgsmessung von Online-/Social Media-Aktivitäten – aktuelle Entwicklungen im Online-/Social Media-Marketing</i>			

Literatur
Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.
<p>Bagusat, A./Hermanns, A.: E-Marketing Management, München: Vahlen Bernet, M.: Social Media in der Medienarbeit, Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften Fischer, M.: Website Boosting 2.0, Heidelberg: Redline Hettler, U.: Social Media Marketing, München: Oldenbourg Hooffacker, G.: Online-Journalismus: Texten und Konzipieren für das Internet, Berlin: Econ Kielholz, A.: Online-Kommunikation, Heidelberg: Springer Medizin Verlag Kreuzer, R.T.: Praxisorientiertes Online-Marketing, Wiesbaden: Gabler Krug, S.: Web Usability, Bonn: mitp Meinel, C./Sack, H.: Web-Technologien, Berlin: Springer Puscher, F.: Leitfaden Web-Usability, Heidelberg: dpunkt.verlag Quandt, T./Schweiger, W. (Hrsg.): Journalismus online – Partizipation oder Profession?, Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften Reese, F. (Hrsg.): Website-Testing, Göttingen: BusinessVillage Schwarz, T. (Hrsg.): Leitfaden Online Marketing, Waghäusel: marketing-BÖRSE GmbH Schweiger, W./Beck, K. (Hrsg.): Handbuch Online-Kommunikation, Wiesbaden: Springer Sturmer, M./Holzinger, T.: Die Online-Redaktion: Praxisbuch für den Internet-Journalismus, Heidelberg u.a.: Springer Tanenbaum, A.S./Wetherall, D.J.: Computer Networks, Boston u.a.: Prentice Hall Weinberg, T.: Social Media Marketing, Beijing: O'Reilly Wirtz, B.: Medien- und Internetmanagement, Wiesbaden: Gabler Wolters, W.: Wirkungsvoll schreiben für digitale Medien, Berlin: Cornelsen</p>

Besonderheit

Praxismodul I

Formale Angaben zum Modul				
Studiengang	Studienrichtung	Vertiefung		
BWL	DLM	(alle)		
Modulbezeichnung	Sprache des Moduls	Modul-Nr.	Version	Modulverantwortlicher
Praxismodul I	deutsch	XXX	1	Prof. Dr. Dirk H. Hartel, DHBW Stuttgart
Verortung des Moduls im Studienverlauf				
Semester	Voraussetzungen für die Teilnahme	Modulart	Moduldauer	
1 und 2	keine	Pflichtfach	2 Semester	
Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen				
Lehr- und Lernmethoden:	Prüfungsleistung	Benotet ja/nein		Prüfungsumfang
Angeleitetes Arbeiten am Arbeitsplatz	Projektarbeit (PA)	Nein (Projektarbeit I wird mit „bestanden“ - bei 50% der geforderten Leistung - oder „nicht bestanden“ bewertet)		Projektarbeit (5.000 Wörter +/- 10 %)
Workload und ECTS				
Workload	Ingesamt:	616	ECTS-Punkte:	
	davon Präsenzzeit (Vorlesungs- und Prüfungszeit)	16	20	
	davon Selbststudium	600		
Qualifikationsziele und Kompetenzen				
Sachkompetenz:	Die Studierenden erhalten einen Überblick über ihren Ausbildungsbetrieb hinsichtlich aller wichtigen betriebswirtschaftlichen, rechtlichen und sozialen Gegebenheiten. Sie haben ein Verständnis für die Arbeitsweisen und Problemlösungsmethoden entwickelt, die in ihrem Betrieb zum Einsatz kommen, und können aktiv im Tagesgeschäft mitwirken. Die Studierenden gewinnen in den beiden Praxisphasen des ersten Studienjahrs Erfahrungen über die Stellung des Unternehmens im Markt, und zwar nicht nur bezogen auf Lieferanten, Wettbewerber und Kunden, sondern auf sämtliche Stakeholder des Arbeitgebers. Darüber hinaus arbeiten die Studierenden bei der Dienstleistungserstellung im Unternehmen in unterschiedlichen Funktionsbereichen mit, z. B. im Einkauf oder im Lagerwesen oder in kundennahen Bereichen wie Marketing und Vertrieb.			
Sozial-ethische Kompetenz:	Die Studierenden werden sich der Bedeutung ihres eigenen Wirkens und Handelns im Unternehmen bewusst. Sie erkennen, welche Auswirkungen Ihre Tätigkeit, Ihre Entscheidungen und Ihre Mitarbeit auf das eigene Unternehmen und auf betroffene stakeholder haben. Schließlich darf das Unternehmen nicht isoliert betrachtet werden, sondern als Teil eines sozio-kulturellen Gesamtsystems.			
Selbstkompetenz:	Die Studierenden lernen eigenständig Arbeiten vorzubereiten, zu strukturieren und termingerecht zu erledigen und ihren Arbeitsplatz zu organisieren. Ferner dient das Praxismodul dem Erwerb bzw. der Ausweitung eigener Schlüsselqualifikationen (z. B. Kommunikationskompetenz, Fähigkeit zur Integration in die betrieblichen Abläufe und in das Kollegenteam). Sie übernehmen außerdem eine Mitverantwortung für ihren praktischen Lernerfolg.			
übergreifende Handlungskompetenz:	Nach Abschluss des 1. Praxismoduls sind die Studierenden in der Lage, unter Anleitung längere Zeit an einem Projekt tätig zu sein. Sie können ferner durch die Sammlung relevanter Informationen Management- und Marketing-Entscheidungen vorbereiten.			

Lerneinheiten und Inhalte			
Lehr- und Lerneinheiten		Präsenzzeit (in Std.)	Selbststudium (in Std.)
(Lehr- und Lerneinheit):	Praxismodul I	16	600
<p><i>Das in den Theoriesemestern erworbene Wissen soll in den sich anschließenden Praxisphasen angewendet werden. Kennenlernen des Unternehmens hinsichtlich: Rechtsform, Philosophie/Kultur, Ziele und Strategien, Organisationsstruktur, (Dienst-)Leistungsportfolio, Geschäftsprozesse, branchenspezifische Wertschöpfungskette, Informationssysteme, Workflow, Stellung des Unternehmens im Markt: Lieferanten-, Kunden- und Konkurrenzstruktur – Mitarbeit bei der (Dienst-)Leistungserstellung (mit Schwerpunkten je nach betrieblichen Gegebenheiten – Einführung in die einzelnen betrieblichen Funktionsbereiche – Organisation des eigenen Arbeitsplatzes</i> <i>Wegen der Heterogenität des Dienstleistungssektors können hier eher grundsätzliche Aussagen betroffen werden.</i></p>			

Literatur
Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.
<p>Theisen, M.: ABC des wissenschaftlichen Arbeitens: erfolgreich in Schule, Studium und Beruf, München Weber, W.: Einführung in das Studium der Betriebswirtschaftslehre - Ein Leitfaden für Studienplanung und Organisation des wissenschaftlichen Arbeitens, Stuttgart Winter, W.: Wissenschaftliche Arbeiten schreiben, Frankfurt a. M.</p>

Besonderheit

Praxismodul II

Formale Angaben zum Modul		
Studiengang	Studienrichtung	Vertiefung
BWL	DLM	(alle)

Modulbezeichnung	Sprache des Moduls	Modul-Nr.	Version	Modulverantwortlicher
Praxismodul II	deutsch	XXX	1	Prof. Dr. Dirk H. Hartel, DHBW Stuttgart

Verortung des Moduls im Studienverlauf			
Semester	Voraussetzungen für die Teilnahme	Modulart	Moduldauer
3 und 4	keine	Pflichtfach	2 Semester

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen			
Lehr- und Lernmethoden:	Prüfungsleistungen	Benotet ja/nein	Prüfungsumfang
Angeleitetes Arbeiten am Arbeitsplatz	Projektarbeit und deren Präsentation (PA+P)	Ja	Projektarbeit (5.000 Wörter +/- 10 %) Präsentation: 15 Min. + Diskussion

Workload und ECTS			
Workload	Ingesamt:	616	ECTS-Punkte: 20
	davon Präsenzzeit (Vorlesungs- und Prüfungszeit)	16	
	davon Selbststudium	600	

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
Sachkompetenz:	Die Studierenden lernen die betriebsspezifischen Ausprägungen der Funktionsbereiche kennen, die sie in den Praxisphasen des zweiten Studienjahres durchlaufen. Sie können die Theorie- und Methodenvermittlung an der Dualen Hochschule Baden-Württemberg vor dem Hintergrund der im Betrieb gemachten praktischen Erfahrungen beurteilen. Je nach betrieblichen Gegebenheiten werden die Studierenden in die betrieblichen Aufgaben und Abläufe in den einzelnen Funktionsbereichen eingebunden. Gemäß den Schwerpunkten der Theorievermittlung werden hier insbesondere vertiefte Kenntnisse in den Bereichen Finanz- und Rechnungswesen, Personal und Aufbau- und Ablauforganisation erworben.
Sozial-ethische Kompetenz:	Die Studierenden können Entscheidungen im Unternehmen bewusst vorbereiten und neben rein betriebswirtschaftlichen Entscheidungskriterien auch soziale, ethische und gesellschaftliche Maßstäbe in ihr Verhalten einfließen lassen.
Selbstkompetenz:	Die Studierenden verbessern ihre beruflichen und persönlichen Schlüsselqualifikationen (Problemlösungs-, Kommunikations-, Teamfähigkeit etc.) in 2. Studienjahr weiter. Sie können relevante Daten zu einem praxisbezogenen Problem analysieren bzw. unter Anwendung wissenschaftlicher Methoden zielgerichtet auswerten, um Entscheidungen im Unternehmen vorzubereiten. Sie können sich effektiv und in den Konventionen des jeweiligen Fach-/ Funktionsbereichs entsprechend ausdrücken und über praktische Vorgänge klar, präzise und strukturiert berichten. Dabei können Sie Vorurteile hinterfragen und eigene Kriterien und Meinungen entwickeln.
übergreifende Handlungskompetenz:	Die Studierenden sammeln Erfahrungen im selbstständigen Erkennen, Bewerten und Lösen betrieblicher Problemstellungen, deren Auswirkungen über die Unternehmensgrenzen hinweg wirken können. Sie lernen außerdem, mit Konfliktsituationen – z.B. bedingt durch unterschiedliche Interessenlagen im Unternehmen – umzugehen, und eigenständige Lösungsansätze zu entwickeln.

Lerneinheiten und Inhalte			
Lehr- und Lerneinheiten		Präsenzzeit (in Std.)	Selbststudium (in Std.)
(Lehr- und Lerneinheit):	Praxismodul II	16	600
<p><i>Anwendung des in den Theoriesemestern erworbenen Wissens in den sich anschließenden Praxisphasen</i> <i>Einbinden des Studierenden in die Aufgaben und Abläufe in den einzelnen betrieblichen Funktionsbereichen (insbesondere Leistungserstellung, Marketing/Vertrieb, Finanz- und Rechnungswesen/Controlling, Personalwesen, mit Schwerpunkte je nach betrieblichen Gegebenheiten) sowie Anwenden der entsprechenden Hard- und Softwaresysteme – selbstständige Wahrnehmung von Aufgaben in diesen Funktionsbereichen</i> <i>Wegen der Heterogenität des Dienstleistungssektors können hier eher grundsätzliche Aussagen betroffen werden.</i></p>			

Literatur
Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.
<p>Bänsch, A.: Wissenschaftliches Arbeiten: Seminar- und Diplomarbeiten, München Brauner, D.J./Vollmer, H.-U.: Erfolgreiches wissenschaftliches Arbeiten. Seminararbeit. Diplomarbeit. Doktorarbeit, Sternenfels Ebster, C./Stalzer, L.: Wissenschaftliches Arbeiten für Wirtschafts- und Sozialwissenschaftler, Stuttgart Franck, N.: Handbuch Wissenschaftliches Arbeiten, Frankfurt a.M. Kruse, O.: Keine Angst vor dem leeren Blatt. Ohne Schreibblockaden durchs Studium, Frankfurt a.M. Spoun, S./ Domnik, B.: Erfolgreich studieren. Ein Handbuch für Wirtschafts- und Sozialwissenschaftler. München Stickel-Wolf, C./ Wolf, J.: Wissenschaftliches Arbeiten und Lerntechniken. Erfolgreich studieren – gewusst wie!, Wiesbaden</p>

Besonderheit

Praxismodul III

Formale Angaben zum Modul		
Studiengang	Studienrichtung	Vertiefung
BWL	DLM	(alle)

Modulbezeichnung	Sprache des Moduls	Modul-Nr.	Version	Modulverantwortlicher
Praxismodul III	deutsch	XXX	1	Prof. Dr. Dirk H. Hartel, DHBW Stuttgart

Verortung des Moduls im Studienverlauf			
Semester	Voraussetzungen für die Teilnahme	Modulart	Moduldauer
5 und 6	Praxismodul II	Pflichtfach	2 Semester

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen			
Lehr- und Lernmethoden:	Prüfungsleistungen	Benotet ja/nein	Prüfungsumfang
Angeleitetes Arbeiten am Arbeitsplatz	mündliche Prüfung (MP)	Ja	30 min.

Workload und ECTS			
Workload (in h, ein Vielfaches von 30)	Ingesamt:	608	ECTS-Punkte:
	davon Präsenzzeit (Vorlesungs- und Prüfungszeit)	8	8
	davon Selbststudium	600	

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
Sachkompetenz:	Die Studierenden sammeln in den Praxisphasen des dritten Studienjahres vertiefte berufspraktische Erfahrungen, indem sie als eigenverantwortliche Mitglieder in betrieblichen Projektteams agieren. Sie bringen dabei auch kreative Eigenleistungen ein. Die Verbindungen innerhalb der betrieblichen Funktionsbereiche sowie zwischen dem Betrieb und seinen Austauschpartnern wissen sie zu analysieren und in ihrer Bedeutung für ihre praktische Tätigkeit einzuschätzen.
Sozial-ethische Kompetenz:	Die Studierenden sind in der Lage, bei komplexen Fragestellungen sozial-ethische Maßstäbe anzuwenden. So wird erwartet, dass im Rahmen der Bachelorarbeit robuste Lösungsansätze gefunden, kritisch diskutiert und ausgearbeitet werden, die sowohl harten wie auch weichen Anforderungen genügen, z.. B. indem ein Einklang aus Ökonomie und Ökologie gefunden wird.
Selbstkompetenz:	Arbeits- und Problemlösungsmethoden wenden sie gezielt selbst in komplexen Situationen und unter Berücksichtigung des Kosten-/Nutzenverhältnisses an.
übergreifende Handlungskompetenz:	Hinsichtlich ihrer überfachlichen Kompetenzen werden Fortschritte bei den Studierenden deutlich. In der Kommunikation mit Geschäftspartnern treten sie kompetent auf, und die Firmenbelange können sie überzeugend vertreten. Innerbetrieblich sind sie in der Lage, sich effektiv in professionellen Debatten einzubringen, mit Konflikten umzugehen und detaillierte Projektberichte zu verfassen. Kritisches Feedback über die eigene Leistung holen sie von sich aus ein und verarbeiten dies in konstruktiver Weise.

Lerneinheiten und Inhalte			
Lehr- und Lerneinheiten		Präsenzzeit (in Std.)	Selbststudium (in Std.)
(Lehr- und Lerneinheit):	Praxismodul III	8	600
Anwendung des in den Theoriesemestern erworbenen Wissens in den sich anschließenden Praxisphasen Erstellung einer Bachelorarbeit mit praxisbezogener Aufgabenstellung, die unter Anwendung wissenschaftlicher Erkenntnisse und Methoden selbstständig bearbeitet wird – Einbindung in laufende Projekte – Übertragung eigenständig zu bearbeitender Aufgabenfelder in den gewählten Vertiefungsfächern (z. B. in dem künftigen Tätigkeitsbereich des Studierenden)			

Literatur
Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.
Prüfungsrelevant sind primär die Inhalte des Hauptstudiums und deren Transfer in die betriebliche Praxis.

Besonderheit