

Studiengang „Management im Handel (MiH)“

Modulhandbuch

17.08.2018

Hochschule Bremen Prof. Dr.
Peter M. Rose

Modulbezeichnung: BWL - Grundfragen und Methoden

Modulcode	1.1
-----------	-----

Semester	1. Semester
Dauer	14 Termine
Art	Pflichtmodul
ECTS-Punkte	6
Student. Arbeitsbelastung in h	180
Kontaktstunden in h	56 + 14
Selbststudium in h	124 (das Selbststudium beinhaltet auch den Arbeitsaufwand für die modulbezogene Übung als angeleitetes Selbststudium im Umfang von 14 h)
Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine
Verwendbarkeit	MiH
Prüfungsform / Prüfungsdauer (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)	Referat oder Klausur
Lehr- und Lernmethoden	Präsenzstudium, angeleitetes Selbststudium, Übungen in Einzel- und Gruppenarbeit
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Astrid Brunken
Kompetenzziele	<p>Nach Abschluss des Moduls</p> <ul style="list-style-type: none">- haben die Studierenden einen strukturierten breiten Überblick über die zentralen Grundfragen und Problemstellungen der verschiedenen betriebswirtschaftlichen Teilgebiete wie Management, Marketing, Finanzierung und Investition, Beschaffung und Produktion, Organisation und Personalwesen erworben,- kennen die Studierenden betriebswirtschaftliche Fachbegriffe und können sie anwenden,- kennen die Studierenden die wichtigsten betriebswirtschaftlichen Modelle und können sie bewerten,- können die Studierenden die verschiedenen konzeptionellen Ansätze der BWL unterscheiden und- können die Studierenden wissenschaftliche Methoden der Erkenntnisgewinnung beschreiben.
Lehrinhalte	<p>In Hinblick auf die besonderen Zugangsvoraussetzungen des Studienganges soll diese Veranstaltung einen komprimierten breit angelegten Überblick über die wesentlichen Inhalte, Problemstellungen und Methoden der Betriebswirtschaftslehre als einen Teilbereich der Wirtschaftswissenschaften vermitteln. Im ersten Teil der Veranstaltung steht die Betriebswirtschaftslehre als wissenschaftliche Disziplin im Vordergrund mit Fragen nach dem Erfahrungs- und Erkenntnisgegenstand der BWL, unterschiedlichen konzeptionellen Sichtweisen der BWL, Grundbegriffen, dem aktuellen Stand, der Entwicklung und Ausdifferenzierung der BWL sowie deren Methoden der Erkenntnisgewinnung. Den Inhalt des</p>

zweiten Teils der Veranstaltung bildet der breit angelegte strukturierte Überblick über zentrale Inhalte und Grundfragen des Unternehmens wie konstitutionelle und institutionelle Entscheidungen von Unternehmen (z.B. Rechtsform- und Standortwahl, Unternehmenszusammenschlüsse), Marketing, Beschaffung und Materialwirtschaft, Produktionstheorie, Finanzierung und Investition, Personal und Organisation.

Unterrichtssprache Deutsch

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

Dozent/in	Lehrveranstaltungen	SWS
Prof. Dr. Astrid Brunken	BWL - Grundfragen und Methoden	4
Prof. Dr. Astrid Brunken	Modulbezogene Übung	1

Modulbezeichnung: **Externes Rechnungswesen // Steuern**

Modulcode	1.2
-----------	-----

Semester 1. Semester

Dauer 14 Termine

Art Pflichtmodul

ECTS-Punkte 6

Student. Arbeitsbelastung in h 180

Kontaktstunden in h 56 + 14

Selbststudium in h 124 Stunden (das Selbststudium beinhaltet auch den Arbeitsaufwand für die modulbezogene Übung als angeleitetes Selbststudium im Umfang von 14 h)

Voraussetzungen für die Teilnahme Keine

Verwendbarkeit MiH

Prüfungsform / Prüfungsdauer (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten) Klausur

Lehr- und Lernmethoden Präsenzstudium, angeleitetes Selbststudium

Modulverantwortliche/r Prof. Dr. Dorian Fischbach

Kompetenzziele

Externes Rechnungswesen:

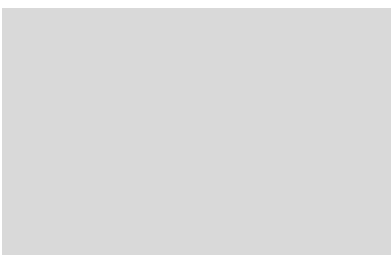
Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden

- Rechnungswesen als quantitatives Abbild des Unternehmensgeschehens einordnen und verstehen,
- grundlegende Begrifflichkeiten des Rechnungswesens sicher anwenden,
- Jahresabschlüsse aus Sicht unterschiedlicher Adressaten analysieren und beurteilen,
- Bilanzierungswahlrechte zur Gestaltung des Jahresabschlusses beurteilen und anwenden,
- Teilgebiete der Kosten- und Leistungsrechnung einordnen und abgrenzen,
- traditionelle Methoden der Kosten- und Leistungsrechnung anwenden sowie kritisch beurteilen und
- Ansatzpunkte der weiterführenden Methoden der entscheidungsorientierten Kostenrechnung wie auch des Kostenmanagements erkennen.

Steuern

Nach Abschluss des Moduls haben die Studierenden

- einen Überblick über die Grundzüge der Unternehmensbesteuerung,
- einen Überblick über die Auswirkung der Besteuerung auf



- unternehmerische Entscheidungen,
- die Fähigkeit, die steuerliche Belastung der unternehmerischen Betätigung in der Praxis zu ermitteln und
- die Fähigkeit, den Zusammenhang zwischen Besteuerung und Rechnungslegung zu erkennen.



Lehrinhalte

Externes Rechnungswesen:

- Jahresabschluss als ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage
- Grundsätze und Prinzipien der Rechnungslegung nach dem Handelsrecht
- Bilanzierungspflichten, -wahlrechte und -verbote im Einzelabschluss nach HGB
- Kennzahlengestützte Jahresabschlussanalyse
- Dokumentations-, Informations- und Planungsaufgaben der Kosten- und Leistungsrechnung
- Teilgebiete der Kosten- und Leistungsrechnung (Kostenarten-, Kostenstellen-, Kostenträger-, Vollkosten-, Teilkostenrechnung)
- Möglichkeiten und Grenzen traditioneller Kostenrechnungssysteme als entscheidungsunterstützende Instrumente der Unternehmensführung

Steuern:

Im ersten Teil der Veranstaltung liegt der Schwerpunkt in der Vermittlung der Grundlagen des Steuerrechts. Des Weiteren werden die Ertragssteuerarten in Grundzügen dargestellt und die Besteuerung internationaler Aktivitäten wird besprochen. Im zweiten Teil verlagert sich der Schwerpunkt auf sonstige Steuerarten, Besteuerungsverfahren und den Einfluss der Besteuerung auf unternehmerische Entscheidungen.

In einer modulbezogenen Übung werden den Studierenden die Inhalte der Lehrveranstaltung als angeleitetes Selbststudium weiter verdeutlicht.

Unterrichtssprache

Deutsch

Literatur

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

Dozent/in	Lehrveranstaltungen	SWS
Prof. Dr. Wilfried Teichert	Rechnungswesen	2
Prof. Dr. Wilfried Teichert	Modulbezogene Übung	0,5
Prof. Dr. Dorian Fischbach	Steuern	2
Prof. Dr. Dorian Fischbach	Modulbezogene Übung	0,5

Modulbezeichnung: Wirtschaftsmathematik und -statistik

Modulcode	1.3
-----------	-----

Semester 1. Semester

Dauer/Häufigkeit 14 Wochen

Art Pflichtmodul

ECTS-Punkte 6

Student. Arbeitsbelastung in h 180

Kontaktstunden in h 56 + 14

Selbststudium in h 124 Stunden (das Selbststudium beinhaltet auch den Arbeitsaufwand für die modulbezogene Übung als angeleitetes Selbststudium im Umfang von 14 h)

Voraussetzungen für die Teilnahme keine

Verwendbarkeit in management- und handelsorientierten Studiengängen

Prüfungsform / Prüfungsdauer
(Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten) Klausur (120 Min)

Lehr- und Lernmethoden Präsenzstudium, seminaristischer Unterricht, angeleitetes Selbststudium und Übungen in Einzel- und Gruppenarbeit

Modulverantwortliche/r Prof. Dr. Peter M. Rose

Kompetenzziele

Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls wissen die Teilnehmerinnen/Teilnehmer des Moduls,

- dass Zahlen nicht immer sinnvoll sind und dass man es einer Zahl nicht ansehen kann, ob sie sinnvoll ist,
- dass man von Quantitäten niemals auf Qualitäten schließen darf,
- dass Ergebnisse von Rechnungen modellabhängig sind und daher unterschiedliche Modelle zu unterschiedlichen Ergebnissen führen trotz gleicher Ausgangsstruktur,
- dass Statistikprogramme notwendige mathematisch-statistische Grundkenntnisse nicht ersetzen können.

im Teil Wirtschaftsmathematik:

- quantifizierbare ökonomische Probleme in mathematische Modelle übersetzen, diese Probleme mit Methoden der Mathematik lösen und die mathematischen Ergebnisse sachbezogen interpretieren,

- für konkret vorliegende ökonomische Probleme die zur Lösung der Probleme notwendigen und mathematisch zulässigen Modelle erkennen, korrekt anwenden und auf der Basis dieser Lösungen Entscheidungen treffen,
- erkennen, dass unterschiedliche mathematische Ansätze zu unterschiedlichen Ergebnissen führen

im Teil 2 Wirtschaftsstatistik:

- die für statistische Erhebungen notwendigen exakten Begriffsdefinitionen leisten und erklären, warum es bei gleicher statistischer Problemstellung zu unterschiedlichen Statistiken kommt,
- die Qualität von Statistiken beurteilen, Statistiken interpretieren und gegebenenfalls kritisieren,
- ökonomische Fragestellungen in statistische Fragestellungen transformieren,
- für vorliegende Daten die zur Analyse der Daten notwendigen und statistisch zulässigen Methoden erkennen und korrekt anwenden,
- die Ergebnisse statistischer Berechnungen inhaltlich interpretieren und die Relevanz statistischer Analysemethoden für ökonomische Fragestellungen erkennen.

im Teil: Wirtschaftsmathematik:

1. Analysis

- Funktionen zur Darstellung und Interpretation wirtschaftlicher Zusammenhänge
- ökonomische Anwendungen der Differentialrechnung (Grenzkosten, Grenzerlös, Elastizitäten usw.).

2. Finanzmathematik

- Grundlagen der Finanzmathematik (Folgen und Reihen),
- Zins-, Renten- und Tilgungsrechnung.

im Teil: Wirtschaftsstatistik:

- ein- und zweidimensionale Datenanalyse (Grundlagen, Lageparameter, Streuungsmaße, Korrelation, Regression),
- Maß- und Indexzahlen,
- Zeitreihenanalyse.

Lehrinhalte

Unterrichtssprache

Deutsch

Literatur

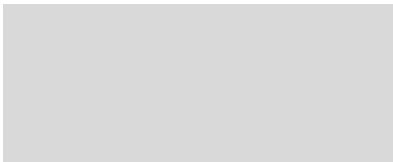
Die aktuellen Literaturlisten werden den Studierenden zu Beginn des Semesters ausgeteilt

	Lehrveranstaltungen	SWS
LfbA Berthold Halbmann	Wirtschaftsmathematik- und Statistik	4
LfbA Berthold Halbmann	Modulbezogene Übung	1

Modulbezeichnung: Internes Rechnungswesen/Controlling

Modulcode	1.4
-----------	-----

Semester	1. Semester
Dauer	14 Termine
Art	Pflichtmodul
ECTS-Punkte	6
Student. Arbeitsbelastung in h	180
Kontaktstunden in h	56 + 14
Selbststudium in h	124 Stunden (das Selbststudium beinhaltet auch den Arbeitsaufwand für die modulbezogene Übung als angeleitetes Selbststudium im Umfang von 14 h)
Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine
Verwendbarkeit	MiH
Prüfungsform / Prüfungsdauer (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)	Klausur
Lehr- und Lernmethoden	Seminaristischer Unterricht, Übungen in Einzel- und Gruppenarbeit und angeleitetes Selbststudium
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Dorian Fischbach
Kompetenzziele	<p>Internes Rechnungswesen Nach Abschluss der Unit können die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> - Internes Rechnungswesen: - - Internes und Externes Rechnungswesen abgrenzen - - - Teilgebiete der Kosten- und Leistungsrechnung einordnen und abgrenzen - - - traditionelle Methoden der Kosten- und Leistungsrechnung anwenden sowie kritisch beurteilen - - - moderne Ansätze der entscheidungsorientierten Kostenrechnung/des Kostenmanagements im Überblick einordnen <p>Controlling:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Nach Abschluss der Unit können die Studierenden die grundlegenden Controllingkonzeptionen einordnen und kritisch reflektieren - die Relevanz des Internen Rechnungswesens für das Controlling erkennen <ul style="list-style-type: none"> - den Regelkreis von Planung – Steuerung – Kontrolle verstehen - strategisches und operatives Controlling mit ihren Zielen und Inhalten abgrenzen - wichtige Controllinginstrumente im strategischen und operativen Bereich beurteilen und in



Standardsituationen anwenden
- die Relevanz des Reporting beurteilen



Lehrinhalte

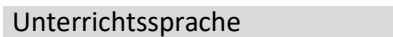
Internes Rechnungswesen:

- Dokumentations-, Informations- und Planungsaufgaben der Kosten- und Leistungsrechnung
- Teilgebiete der Kosten- und Leistungsrechnung (Kostenarten-, Kostenstellen-, Kostenträger-, Vollkosten-, Teilkosten-, Istkosten-, Plankostenrechnung)
- Entscheidungsortorientierte Ansätze der Kosten- und Leistungsrechnung (Prozesskostenrechnung, target costing, life cycle costing)

Controlling:

- Controllingkonzeptionen (Informationsversorgung, Koordination, Rationalitätssicherung, Business Partner)
- Instrumente des Strategischen Controllings (Portfolio-Ansätze, SWOT-Analyse, Balanced Scorecard)
- Instrumente des operativen Controllings (Deckungsbeitragsrechnung)
- Kennzahlen und Kennzahlensysteme
- Reportingdimensionen
- Organisation des Controllings

In einer modulbezogenen Übung werden den Studierenden die Inhalte der Lehrveranstaltung als angeleitetes Selbststudium weiter verdeutlicht.



Unterrichtssprache

Deutsch



Literatur

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

Dozent/in	Lehrveranstaltungen	SWS
Prof. Dr. Wilfried Teichert	Internes Rechnungswesen	2
Prof. Dr. Wilfried Teichert	Modulbezogene Übung Internes Rechnungswesen	0,5
Prof. Dr. Dorian Fischbach	Controlling	2
Prof. Dr. Dorian Fischbach	Modulbezogene Übung Controlling	0,5

Modulbezeichnung: **Wirtschaftsrecht**

Modulcode	1.5
-----------	-----

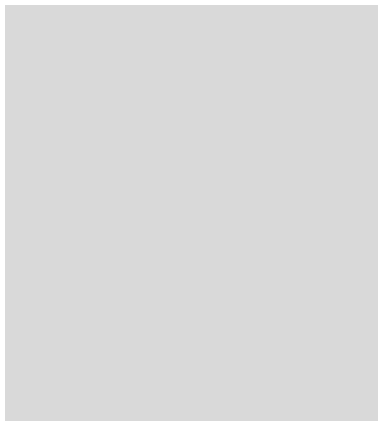
Semester	1. Semester
Dauer	14 Termine
Art	Pflichtmodul
ECTS-Punkte	6
Student. Arbeitsbelastung in h	180
Kontaktstunden in h	56 + 14
Selbststudium in h	124 Stunden (das Selbststudium beinhaltet auch den Arbeitsaufwand für die modulbezogene Übung als angeleitetes Selbststudium im Umfang von 14 h)
Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine
Verwendbarkeit	MiH
Prüfungsform / Prüfungsdauer (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)	Klausur oder Mündliche Prüfung
Lehr- und Lernmethoden	Seminaristischer Unterricht, Präsenzstudium, angeleitetes Selbststudium
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Ulrich Krüger
Kompetenzziele	Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> - die juristische Sprache und Argumentation verstehen, - juristische Probleme in der betrieblichen Praxis erkennen und - mit Anwälten oder Rechtsabteilungen kommunizieren.
Lehrinhalte	<ul style="list-style-type: none"> - Einführung in das Zivilrecht - Allgemeine Rechtsgeschäftslehre einschließlich AGB - Vertrag und Eigentum - Schuldrechtliche Leistungsstörungen
Unterrichtssprache	Deutsch
Literatur	Die aktuellen Literaturlisten werden den Studierenden zu Beginn des Semesters ausgeteilt.

Dozent/in	Lehrveranstaltungen	SWS
Prof. Dr. Ulrich Krüger	Wirtschaftsrecht	4
Prof. Dr. Ulrich Krüger	Modulbezogene Übung	1

Modulbezeichnung: **Betriebliche Funktionen // Wissenschaftliches Arbeiten**

Modulcode	2.1
-----------	-----

Semester	3. Semester
Dauer	14 Termine
Art	Pflichtmodul
ECTS-Punkte	6
Student. Arbeitsbelastung in h	180
Kontaktstunden in h	56 + 14
Selbststudium in h	124 Stunden (das Selbststudium beinhaltet auch den Arbeitsaufwand für die modulbezogene Übung als angeleitetes Selbststudium im Umfang von 14 h)
Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine
Verwendbarkeit	MiH
Prüfungsform / Prüfungsdauer (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)	Betriebliche Funktionen: Klausur oder Referat Wissenschaftliches Arbeiten: Hausarbeit
Lehr- und Lernmethoden	Seminaristischer Unterricht, Gruppenunterricht, Präsenzstudium, angeleitetes Selbststudium
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Peter M. Rose
Kompetenzziele	<p>Betriebliche Funktionen:</p> <p>Nach dem erfolgreichen Abschluss dieses Moduls kennen die Studierenden die Anforderungen, die bei der Umsetzung wissenschaftlicher Arbeiten zu erfüllen sind und können diese im Rahmen der geforderten Prüfungsleistungen umsetzen. Sie können einen betrieblichen Funktionsbereich eines Unternehmens nach vorgegebenen Kriterien analysieren und die Ergebnisse der Analyse im Rahmen einer schriftlichen Dokumentation oder eines Referates einem Fachpublikum vorstellen. Für die Hauptfunktionen eines Unternehmens können sie über Zweck und Zielsetzung, die Aufgaben- und Personalstruktur, die verwendeten Ressourcen (insb. EDV), die Bedeutung für den Unternehmenserfolg sowie wesentliche Performance-Kennzahlen dieser Funktionen Auskunft geben. Sie können die für das Verständnis einer betrieblichen Funktion relevante Literatur eigenständig recherchieren.</p> <p>Wissenschaftliches Arbeiten:</p> <p>Nach Abschluss dieses Moduls sollen die Studierenden folgende Kompetenzen besitzen:</p> <ul style="list-style-type: none">- Planung der Vorgehensweise bei der Auseinandersetzung mit einer einfacheren wissenschaftlichen Aufgabenstellung,- Strukturierung der Materie, Entwurf einer Grob- und Feingliederung,



- Durchführung von zielgerichteten Recherchen in Bibliothekskatalogen, Online-Datenbanken und anderen Informationsquellen auf fortgeschrittenem Niveau,
- Beurteilung der Qualität und Zuverlässigkeit unterschiedlicher Quellen,
- Entwurf und Auswertung einfacher empirischer Untersuchungen,
- Erstellung einer schriftlich abgefassten wissenschaftlichen Arbeit,
- Aufbereitung und Vermittlung gewonnener Erkenntnisse in Form einer Präsentation.



Lehrinhalte

Betriebliche Funktionen:

Die Studierenden wählen zu Beginn der Lehrveranstaltung eine betriebliche Funktion aus und erarbeiten sich mit Hilfe der selbständig zu recherchierenden Literatur sowie durchzuführende Interviews mit Unternehmensvertretern ein Bild über die theoretisch und praktisch relevanten Funktionsstrukturen. Dazu werden den Studierenden die Prinzipien wissenschaftlicher Arbeiten sowie deren Umsetzung am Beispiel betrieblicher Funktionen vermittelt.

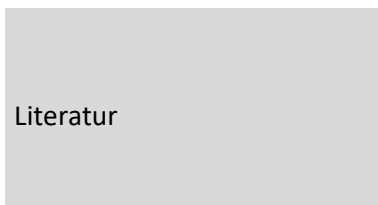
Im Rahmen der vorgegebenen Prüfungsform dokumentieren die Teilnehmenden ihre Ergebnisse und stellen sie den übrigen Studierenden vor.

Wissenschaftliches Arbeiten:

- Erstellung von Exposés (Zweck, Aufbau, Inhalt)
- Gliederungsvarianten (theoretische Untersuchungen, empirische Untersuchungen, anwendungsorientierte Untersuchungen, fallstudienbasierte Untersuchungen)
- Quellensuche: Kataloge, wissenschaftliche Journale, Abstract-Sammlungen, Internet allgemein, Google Scholar zur Identifikation von Monographien, Aufsätzen in deutsch- und englischsprachigen refereed journals, Aufsätzen in sonstigen Journalen, Internet-Quellen
- Techniken der Quellenauswertung
- Grundlagen einfacher empirischer Untersuchungen (Fragebögen, Interviewleitfäden, Auswertung)
- Formale Aspekte wissenschaftlicher Arbeiten (z.B. Zitierweise, Verzeichnisse, Sprache, Gestaltung)
- Didaktische Aspekte einer Präsentation (Gestaltung, Umfang, Aufbau, Methodik)

Unterrichtssprache

Deutsch



Literatur

Die für das Verständnis der betrieblichen Funktionen und die Erstellung der Abschlussarbeiten erforderliche Literatur wird von den Studierenden eigenständig recherchiert. Die selbständige Literaturrecherche ist ein eigenständiger Lehrinhalt dieses Moduls.

Dozent/in	Lehrveranstaltungen	SWS
Prof. Dr. Astrid Brunken	Betriebliche Funktionen	2

Anbietende Hochschule:
Studiengang:

Hochschule Bremen
Studiengang Management im Handel B.A. (MiH)

14

Prof. Dr. Astrid Brunken	Modulbezogene Übung	0,5
Prof. Dr. Astrid Brunken	Wissenschaftliches Arbeiten	2
Prof. Dr. Astrid Brunken	Modulbezogene Übung	0,5

Modulbezeichnung: **VWL**

Modulcode	2.2
-----------	-----

Semester	2. Semester	
Dauer	14 Termine	
Art	Pflicht	
ECTS-Punkte	6	
Student. Arbeitsbelastung in h	180	
Kontaktstunden in h	56 + 14	
Selbststudium in h	124 Stunden (das Selbststudium beinhaltet auch den Arbeitsaufwand für die modulbezogene Übung als angeleitetes Selbststudium im Umfang von 14 h)	
Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine	
Verwendbarkeit	MiH	
Prüfungsform / Prüfungsdauer (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)	Klausur oder Mündliche Prüfung	
Lehr- und Lernmethoden	Seminaristischer Unterricht, Gruppenarbeit, angeleitetes Selbststudium	
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Peter M. Rose	
Kompetenzziele	Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls kennen die Studierenden die Grundbegriffe und -tatbestände der VWL und sie können die wichtigsten Paradigmen der VWL darstellen. Sie haben fundierte Kenntnisse erworben, um die gängigen Methoden und Instrumente der mikroökonomischen Modellbildung und Analyse zu verstehen und einzuschätzen sowie diese in einfachen Problemlagen im Unternehmen und in der Wirtschaftspolitik richtig anzuwenden. Die Studierenden sind ebenfalls befähigt, Standard-Argumentationen in den Wirtschaftswissenschaften folgen zu können.	
Lehrinhalte	Schwerpunkte sind die Partialanalyse des Angebots und der Nachfrage sowie entsprechende Marktpreisbildungen bei unterschiedlichen Marktformen (Polypol, Oligopol, Monopol und monopolistische Konkurrenz). Die Grundzüge der Haushalts-, Produktions- und Kostentheorie werden unter der Fragestellung behandelt, wie diese Theorien in konkreten Entscheidungsproblemen von privaten Unternehmen und von der Wirtschaftspolitik angewandt werden können. Hierbei werden auch Ansätze der Wohlfahrtsökonomik und der Ökonomik des öffentlichen Sektors einbezogen.	
Unterrichtssprache	Deutsch	
Literatur	Die aktuelle Literaturliste wird den Studierenden zu Beginn des Semesters ausgeteilt.	
Dozent/in	Lehrveranstaltungen	SWS
Jörg Ohlrogge	VWL	4

Anbietende Hochschule:
Studiengang:

Hochschule Bremen
Studiengang Management im Handel B.A. (MiH)

16

Jörg Ohlogge	Modulbezogene Übung	1
--------------	---------------------	---

Modulbezeichnung: Personalmanagement und Organisation

Modulcode	2.3
-----------	-----

Semester 2. Semester

Dauer 14 Termine

Art Pflichtmodul

ECTS-Punkte 6

Student. Arbeitsbelastung in h 180

Kontaktstunden in h 56 + 14

Selbststudium in h 124 Stunden (das Selbststudium beinhaltet auch den Arbeitsaufwand für die modulbezogene Übung als angeleitetes Selbststudium im Umfang von 14 h)

Voraussetzungen für die Teilnahme Keine

Verwendbarkeit nahezu in allen Studiengängen, insbesondere in volks- und betriebswirtschaftlich orientierten Studiengängen

Prüfungsform / Prüfungsdauer (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten) Klausur

Lehr- und Lernmethoden seminaristischer Unterricht, angeleitetes Selbststudium, Übungen in Einzel- und Gruppenarbeit

Modulverantwortliche/r Prof. Dr. Martina Harms

Personalmanagement:

Die Studierenden kennen

- die grundlegende Bedeutung des Personalmanagements sowie dessen Rolle und Aufgabe im Unternehmen,
- die Leistungskette der Personalwirtschaft,
- Modelle zur Ermittlung des Personalbedarfs und können diese anwenden,
- Verfahren zur Rekrutierung und Auswahl neuer Mitarbeiter/innen sowie zur Leistungsbeurteilung bei bereits vorhandenen Mitarbeiter/innen und
- Führungs-, Motivations- sowie Entgeltkonzepte sowie deren Anwendungsmöglichkeiten im Betrieb.

Organisation:

Studierende können

- verschiedene Ansätze der Organisationstheorie erläutern,
- zwischen alternativen Gestaltungsoptionen für Organisationen differenzieren,
- betriebliche Organisationsstrukturen einordnen und erläutern,
- ausgewählte Instrumente bzw. Methoden des Prozessmanagements beschreiben und Ansätze des Change Managements aufzeigen.

Lehrinhalte

Personalmanagement:

- Begriff, Inhalt und Ziele des Personalmanagements
- Die personalwirtschaftliche Leistungskette im Rahmen der betrieblichen Wertschöpfung
- Ermittlung des Personalbedarfs
- Personalauswahl, Personalbeurteilung
- Führungs- und Motivationskonzepte
- Grundlagen der Entgeltgestaltung
- Grundlagen der Personalentwicklung

Organisation:

- Ausgewählte Ansätze der Organisationstheorie
- Grundmodelle der Leitungsorganisation (Einlinien-, Stablinien- und Mehrliniensysteme)
- Organisationskonzepte der Praxis (Funktional-, Divisional-, Matrix- und Holding-Organisationen, Praxisbeispiele)
- Netzwerke und virtuelle Unternehmen
- Grundzüge der Prozessorganisation einschließlich Prozessmodellierung, -optimierung und -implementierung
- Grundzüge des Change Managements

In einer modulbezogenen Übung werden den Studierenden die Inhalte der Lehrveranstaltung als angeleitetes Selbststudium weiter verdeutlicht.

Unterrichtssprache

Deutsch

Literatur

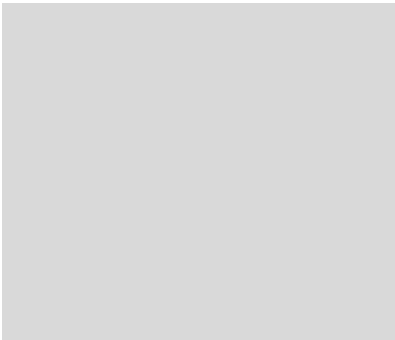
Die aktuellen Literaturlisten werden den Studierenden zu Beginn des Semesters ausgeteilt.

Dozent/in	Lehrveranstaltungen	SWS
Prof. Dr. Martina Harms	Personalmanagement und Organisation	4
Prof. Dr. Martina Harms	Modulbezogene Übung	1

Modulbezeichnung: Angewandte Handelsinformatik

Modulcode	2.4
-----------	-----

Semester	2. Semester
Dauer	14 Termine
Art	Pflichtmodul
ECTS-Punkte	6
Student. Arbeitsbelastung in h	180
Kontaktstunden in h	56 + 14
Selbststudium in h	124 Stunden (das Selbststudium beinhaltet auch den Arbeitsaufwand für die modulbezogene Übung als angeleitetes Selbststudium im Umfang von 14 h)
Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine
Verwendbarkeit	MiH
Prüfungsform / Prüfungsdauer (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)	Klausur oder Portfolio
Lehr- und Lernmethoden	Präsenzstudium, angeleitetes Selbststudium, Übungen in Einzel- und Gruppenarbeit
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Harmen Jelten
Kompetenzziele	<p>Durch das erfolgreiche Bestehen dieses Moduls können die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none">- Aufbau, Funktionsumfang und Einsatzmöglichkeiten betrieblicher Anwendungssysteme erläutern,- die Systemarchitektur von ERP-Systemen (Enterprise-Resource-Planning) am Beispiel SAP beschreiben,- ausgewählte Funktionen (Transaktionen) entlang einer Fallstudie im SAP-System selbstständig anwenden- die Funktionsweise von Datenbanken beschreiben sowie einfache Beispiele einer Datenmodellierung lösen,- alternative Techniken einer Datenübertragung in Netzwerken (Transportmedien, Protokolle) unterscheiden,- die technologischen Grundlagen des Internets (TCP/IP) und Internet-Anwendungen (http, smtp, ...) erläutern.
Lehrinhalte	<p>Das Modul dient der Vermittlung ausgewählter Themen zur Einführung in die Wirtschaftsinformatik. Im Mittelpunkt stehen betriebliche Anwendungssysteme. Im Einzelnen werden nachstehende Aspekte behandelt:</p> <ul style="list-style-type: none">- technologische und betriebswirtschaftliche Grundlagen von ERP-Systemen- Marktübersicht und SAP als Marktführer- Architektur des SAP-Systems als Anwendungsbeispiel



- Datenbanksysteme und Datenmodellierung
- Datenübertragung und Rechnernetze
- Internet, TCP/IP und Anwendungen (http, smtp, ...)

Zudem erhalten die Studierenden anhand einer semesterumfänglichen Fallstudie einen Einblick in grundlegende Prozesse des SAP-Systems. Beispiele aus dem Rechnungswesen und der Logistik werden erläutert und sind in Einzelarbeit am System zu lösen.

Unterrichtssprache

Deutsch

Literatur

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

Dozent/in	Lehrveranstaltungen	SWS
Prof. Dr. Harmen Jelten	Angewandte Handelsinformatik	2
Prof. Dr. Harmen Jelten	Fallstudien Angewandte Handelsinformatik	2
Prof. Dr. Harmen Jelten	Modulbezogene Übung	1

Modulbezeichnung: Logistik und Distributionspolitik im Handel

Modulcode	2.5
-----------	-----

Semester	2. Semester
Dauer	14 Termine
Art	Pflichtmodul
ECTS-Punkte	6
Student. Arbeitsbelastung in h	180
Kontaktstunden in h	56 + 14
Selbststudium in h	124 Stunden (das Selbststudium beinhaltet auch den Arbeitsaufwand für die modulbezogene Übung als angeleitetes Selbststudium im Umfang von 14 h)
Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine
Verwendbarkeit	MiH
Prüfungsform / Prüfungsdauer (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)	Klausur oder mündliche Prüfungen
Lehr- und Lernmethoden	Präsenzstudium, angeleitetes Selbststudium, Übungen in Einzel- und Gruppenarbeit
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Peter M. Rose
Kompetenzziele	<p>Logistik:</p> <p>Nach Abschluss des Moduls haben die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none">- fachliche Kenntnisse über Logistik als Querschnittsfunktion im Unternehmen, über die Bedeutung der Logistik für den Unternehmenserfolg, über die Komponenten logistischer Prozesse und- die Fertigkeit, ausgewählte strategische und operative Entscheidungen der Logistik mit Hilfe geeigneter Planungsmethoden treffen zu können. <p>Distributionspolitik:</p> <p>Die Studierenden können</p> <ul style="list-style-type: none">- Zielsetzungen, Alternativen, Strategien und Instrumente der Distributionspolitik ableiten und- die wichtigsten einzusetzenden Methoden und Instrumente und ausgewählte Analyse- und Planungstätigkeiten auf spezifische Fallsituationen anwenden.-
Lehrinhalte	<p>Logistik:</p> <ul style="list-style-type: none">- Einführung in die Logistik

- Einführende Case Studies zu: Transportplanung, Tourenplanung, Standortplanung, Outsourcing
- Logistikdienstleister
- Entscheidungsfelder beim Design von Logistiknetzwerken
- Kooperative Ansätze in der Logistik
- Lagerhaltung, Lagersysteme, Bestellsysteme
-
- Ausgewählte strategische und operative Entscheidungen der Logistik
 - Standortplanung
 - innerbetriebliche Logistik
 - Kommissioniersysteme
 - Layoutplanung
 - Transportprobleme
 - Tourenplanung
- Einführung in das Supply Chain Management

Distributionspolitik

- Absatzwege und Vertriebsformen
- Vertriebsstrategien
- Konsum- und Investitionsgüterdistribution
- Integrierte Wertschöpfungsnetze

In einer modulbezogenen Übung werden den Studierenden die Inhalte der Lehrveranstaltung als angeleitetes Selbststudium weiter verdeutlicht.

Unterrichtssprache Deutsch

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

Dozent/in	Lehrveranstaltungen	SWS
Prof. Dr. Frank Giesa	Logistik und Distributionspolitik im Handel	4
Prof. Dr. Frank Giesa	Modulbezogene Übung	1

Modulbezeichnung: Handelsmarketing und spezifische Leistungsfaktoren

Modulcode	3.1
-----------	-----

Semester 3. Semester

Dauer 14 Termine

Art Pflichtmodul

ECTS-Punkte 6

Student. Arbeitsbelastung in h 180

Kontaktstunden in h 56 + 14

Selbststudium in h 124 Stunden (das Selbststudium beinhaltet auch den Arbeitsaufwand für die modulbezogene Übung als angeleitetes Selbststudium im Umfang von 14 h)

Voraussetzungen für die Teilnahme Modul 2.1

Verwendbarkeit MiH

Prüfungsform / Prüfungsdauer (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten) Klausur oder Mündliche Prüfung

Lehr- und Lernmethoden Seminaristischer Unterricht, Gruppenunterricht, Präsenzstudium, angeleitetes Selbststudium

Modulverantwortliche/r Prof. Dr. Peter M. Rose

Kompetenzziele

Handelsmarketing:

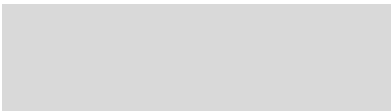
Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden

- die besonderen Gemeinsamkeiten, aber auch Unterschiede des Handelsmarketings zum allgemeinen Marketingansatz benennen,
- haben einen strukturierten Überblick über die wesentlichen Aufgabenbereiche, Instrumente und Problembereiche des operativen und strategischen Handelsmarketing,
- können die Wirkungszusammenhänge und Vernetzungen zwischen den einzelnen Marketinginstrumenten verstehen und voraussagen und
- können aktuelle Problemstellungen aus dem Handelsmarketing erkennen, strukturieren, mit wissenschaftlichen Methoden aufarbeiten, recherchieren und bewerten.

spezifische Leistungsfaktoren:

Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden

- Zielsetzungen, Alternativen, Strategien und Instrumente beim Einsatz der Leistungsfaktoren im Handel formulieren,
- ausgewählte Methoden und Instrumente beim Einsatz der



- Leistungsfaktoren im Handel einsetzen und
- ausgewählte Analyse- und Planungstätigkeiten auf spezifische Fallsituationen anwenden.



Lehrinhalte

Handelsmarketing:

Die Veranstaltung dient der Spezialisierung auf Fragenstellungen und Probleme des Handels und soll einen Überblick über die Inhalte, Instrumente und aktuellen Probleme des Handelsmarketing liefern. Sie baut daher auf den grundlegenden Inhalten des Moduls „Grundfragen und Methoden der BWL“, insbesondere den hier vermittelten Marketingaspekten auf. Die Veranstaltung soll daher zunächst einen Überblick über die Abgrenzung, Einordnung und aktuelle Entwicklung des Handelsmarketing geben und Unterschiede zum generellen Marketing aufzeigen. Weiterhin sollen die wesentlichen Grundlagen des strategischen Handelsmarketing (u.a. Marketingziele, Instrumente der strategischen Marketingplanung, strategische Grundkonzeptionen im Handel) sowie die operativen Marketinginstrumente des Handel (u.a. Sortiments- und Servicepolitik, Kontrahierungs-, Kommunikations-, Distributionspolitik, Standortpolitik, Warenpräsentation und Ladengestaltung) dargestellt werden. Dabei sind aktuelle Fragestellungen des Handels mit einzubeziehen. Die Studierenden sollen eigene Fragestellungen des Handelsmarketings aufgreifen, mit wissenschaftlichen Methoden aufarbeiten und zur Diskussion stellen und präsentieren. Anwendungsbeispiele und -aufgabenstellungen, die in Gruppenarbeit zu lösen sind, sollen das Verständnis für die Zusammenhänge der verschiedenen Marketinginstrumente, verstärken.

Spezifische Leistungsfaktoren:

Die Veranstaltung vermittelt systematische betriebswirtschaftliche Grundkenntnisse bezüglich der spezifischen Leistungsfaktoren und Betriebsformen des Handels unter besonderer Berücksichtigung strategischer und konzeptioneller Überlegungen für die Leistungsfaktoren:

- Standort
- Raum
- Sachmittel
- Ware und Sortiment
- Betriebsformen.

In einem Projekt (Fallstudie) werden die erlernten Kompetenzen angewandt.

Unterrichtssprache

Deutsch

Literatur

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

Dozent/in	Lehrveranstaltungen	SWS
Prof. Dr. Astrid Brunken	Handelsmarketing und spezifische Leistungsfaktoren	4
Prof. Dr. Astrid Brunken	Modulbezogene Übung	1

Modulbezeichnung: Internationaler Handel

Modulcode	3.2
-----------	-----

Semester	3. Semester
Dauer	14 Termine
Art	Pflicht
ECTS-Punkte	6
Student. Arbeitsbelastung in h	180
Kontaktstunden in h	56 + 14
Selbststudium in h	124 Stunden (das Selbststudium beinhaltet auch den Arbeitsaufwand für die modulbezogene Übung als angeleitetes Selbststudium im Umfang von 14 h)
Voraussetzungen für die Teilnahme	VWL
Verwendbarkeit	MiH
Prüfungsform / Prüfungsdauer (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)	Klausur oder Mündliche Prüfung
Lehr- und Lernmethoden	Seminaristischer Unterricht, Gruppenarbeit, angeleitetes Selbststudium
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Peter M. Rose
Kompetenzziele	<p>I. Mikro- und makroökonomische Grundlagen des internationalen Handels:</p> <ul style="list-style-type: none">– Ökonomische Analysemethoden auf den internationalen Handel anwenden und für die Managementpraxis fruchtbar machen– Ausmaß, Struktur und Besonderheiten internationaler Handelsströme sowie Grundlagen der Welthandelspolitik kennen und erworbene Kenntnisse aktiv umsetzen– Potentiale und Konfliktfelder im internationalen Handel erkennen und proaktiv angehen– Politische Ökonomik des internationalen Handels erfassen und für eigene Strategien nutzbar machen <p>II. Internationales Handelsmarketing:</p> <ul style="list-style-type: none">– Identifizieren und Untersuchen der externen Faktoren, die auf die Marketingleistung von internationalen Unternehmen einwirken, Beurteilen von Länderdifferenzen– Identifizieren von Datenquellen und Anwenden von Marktforschungsmethoden in Bezug auf Kunden, Handel und Wettbewerb in einem internationalem Zusammenhang– Auswählen u. Anwenden von Marktsegmentationstechniken – Planen, Anwenden und Gebrauch von Techniken und Instrumenten zur Länderevaluierung und Länderrisiken und Bewertung der geeigneten Markteintrittsstrategie– Interpretieren der Auswirkungen unterschiedlicher Umweltaspekte von Marketingentscheidungen,

	<p>insbesondere den kulturellen Einfluss auf Marketingpläne und den Einsatz individueller Marketing-Mix Instrumente</p>
Lehrinhalte	<p>I. Mikro- und makroökonomische Grundlagen des internationalen Handels</p> <ul style="list-style-type: none">– Bedeutung, Struktur und Besonderheiten internationaler Handelsströme– Potentiale internationalen Handels: Effizienz- und Wohlfahrtswirkungen<ul style="list-style-type: none">a. Absolute und komparative Kostenvorteileb. Skalenerträge, Massenproduktion und Produktdifferenzierung– Risiken und politische Ökonomik internationalen Handels: Verteilungswirkungen<ul style="list-style-type: none">a. Potentielle Gewinner und Verliererb. Protektionismus, Interessenvertretung und Lobbyarbeit– Entwicklung internationaler Handelspolitik und der Finanzmärkte <p>II. Internationales Handelsmarketing</p> <ol style="list-style-type: none">1. Besonderheiten der internationalen Marktbearbeitung, Globale Strategien2. Internationale Industrie-, Unternehmens- und Marketingorganisation und Marketingkonzepte3. Strategische Optionen der Internationalisierung<ul style="list-style-type: none">a. Grundtypen internationaler Marktbearbeitungb. Internationale und Intranationale Marktselektionc. Markteintrittsstrategien4. Internationales Marketing-Mix Management<ul style="list-style-type: none">a. Internationale Produktpolitikb. Internationale Preispolitikc. Internationale Distributionspolitikd. Internationale Kommunikationspolitik
Unterrichtssprache	Deutsch
Literatur	<p>Krugman, Paul; Obstfeld, Maurice: Internationale Wirtschaft. Theorie und Politik der Außenwirtschaft, aktuelle Aufl., München et al. (im Original: International Economics)</p> <p>Siebert, Horst; Lorz, Oliver: Außenwirtschaft, aktuelle Aufl., Stuttgart</p> <p>Dieckheuer, Gustav: Internationale Wirtschaftsbeziehungen, München</p> <p>Berndt, Altobelli, Sander, Internationale Marketing-Politik, neueste Auflage, Berlin, Heidelberg, New York, Springer</p> <p>Berndt, Altobelli, Sander, Internationales Marketing-Management, neueste Auflage, Berlin, Heidelberg, New York, Springer</p> <p>Hollensen, Svend (2007) Global Marketing. A Decision – oriented approach, 4th ed. Prentice Hall, London, New York</p> <p>Bruns, Internationales Marketing, neueste Auflage, Ludwigshafen</p>

Dozent/in	Lehrveranstaltungen	SWS
Prof. Dr. Ulrich Wittig / Frau Pralle-Häusser	Internationaler Handel	4
Prof. Dr. Ulrich Wittig	Modulbezogene Übung	1

Modulbezeichnung: **Handelscontrolling**

Modulcode	3.3
-----------	-----

Semester	3. Semester
Dauer	14 Termine
Art	Pflichtmodul
ECTS-Punkte	6
Student. Arbeitsbelastung in h	180
Kontaktstunden in h	56 + 14
Selbststudium in h	124 Stunden (das Selbststudium beinhaltet auch den Arbeitsaufwand für die modulbezogene Übung als angeleitetes Selbststudium im Umfang von 14 h)
Voraussetzungen für die Teilnahme	keine
Verwendbarkeit	MiH
Prüfungsform / Prüfungsdauer (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)	Klausur
Lehr- und Lernmethoden	Präsenzstudium, angeleitetes Selbststudium, Übungen in Einzel- und Gruppenarbeit
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Peter Rose
Kompetenzziele	Nach dem erfolgreichen Abschluss dieses Moduls können die Studierenden die Attraktivität von Handelsmärkten auf der Basis vorhandener Marktanalysen z. B. mit Hilfe des Modells der Five Forces von Michael Porter analysieren und bewerten, die Wettbewerbsvor- und nachteile eines Handelsunternehmens identifizieren und geeignete Maßnahmen zur Verbesserung der Marktposition formulieren, Sortimentskennzahlen zur Bewertung der Kundenreichweite, Kundenfrequenz, der Warenkorbgröße, der Verbundeffekte sowie des Erfolgsbeitrages von Artikeln und Warengruppen des Sortiments berechnen und zur Beurteilung des Sortiments oder einzelner Warengruppen und Artikel anwenden, Erfolgsbeiträge von Artikeln oder Warengruppen auf der Grundlage von Deckungsbeiträgen unter Berücksichtigung von Verbundeffekten (z.B. Conjoint Profit) berechnen und beurteilen, Kennzahlen zur Beurteilung der Leistung, Qualität und Wirtschaftlichkeit von Geschäftsprozessen im Handel ermitteln und interpretieren.
Lehrinhalte	Studierende erhalten einen Einblick in die wesentlichen Aufgaben und Instrumente des strategischen und operativen Handelscontrollings. Dazu zählen Portfolio- der Erfolgsfaktoranalysen, insb. der Marktattraktivität und der Wettbewerbsvorteile, als auch Deckungsbeitrags- und Performance-Analysen auf der Grundlage aktueller Kennzahlen aus dem Handelscontrolling. Die Lehrinhalte werden weitgehend auf der Grundlage der wesentlichen Erfolgs- und Leistungsfaktoren des Handels (siehe dazu Modul 3.1) vermittelt und durch geeignete Fallstudien aus der Praxis des Handelscontrollings ergänzt.
Unterrichtssprache	Deutsch

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

Dozent/in	Lehrveranstaltungen	SWS
Lobertus Griesmeyer	Handelscontrolling	2
Lobertus Griesmeyer und Dozent_innen aus Handelsunternehmen	Handelscontrolling – praktische Anwendungen	2
Lobertus Griesmeyer	Modulübung	1

Modulbezeichnung: Interkulturelle Kommunikation & Projektmanagement

Modulcode	3.4
-----------	-----

Semester 3. Semester

Dauer 14 Termine

Art Pflichtmodul

ECTS-Punkte 6

Student. Arbeitsbelastung in h 180

Kontaktstunden in h 56 + 14

Selbststudium in h 124 Stunden (das Selbststudium beinhaltet auch den Arbeitsaufwand für die modulbezogene Übung als angeleitetes Selbststudium im Umfang von 14 h)

Voraussetzungen für die Teilnahme Modul „Grundfragen und Methoden der BWL“

Verwendbarkeit MiH

Prüfungsform / Prüfungsdauer (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten) Interkulturelle Kommunikation: Klausur (60 Minuten) oder Referat
Projektmanagement: Klausur (60 Minuten) oder Projektarbeit

Lehr- und Lernmethoden Präsenzstudium, angeleitetes Selbststudium, Übungen in Einzel- und Gruppenarbeit,

Modulverantwortliche/r Prof. Dr. Peter M. Rose // Prof. Dr. Martina Harms

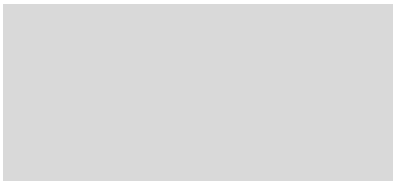
Interkulturelle Kommunikation:

Die Studierenden

- lernen „Kultur“ als offenes, dynamisches Gebilde zu verstehen und können den Facettenreichtum jeder Person hinsichtlich unterschiedlicher kultureller Prägungen benennen,
- erkennen die Relativität der eigenen kulturellen Prägung, können die Mechanismen zur Entstehung von Vorurteilen und Stereotypen benennen und gehen mit Vorurteilen bewusster um,
- sind in der Lage, verschiedene Kulturdimensionen zu erklären und können verschiedene interkulturelle Konflikte im Berufs- und Alltagsleben mit Hilfe von Kulturdimensionen angemessen interpretieren,
- können Strategien zur Verbesserung des Umgangs mit Missverständnissen in interkulturellen Überschneidungssituationen entwickeln und anwenden,
- sind auf die Möglichkeit eines Kulturschocks vorbereitet und können Lösungsmöglichkeiten zur Überwindung eines Kulturschocks benennen.

Kompetenzziele

Projektmanagement:



Die Studierenden können

- grundlegende Ansätze zur Organisation, Planung, Steuerung und Kontrolle von Projekten erläutern und anwenden



Lehrinhalte

Interkulturelle Kommunikation:

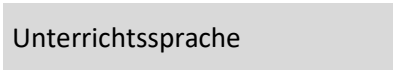
- Kultur und kulturelle Identität
- Modelle zur Analyse von kulturellen Unterschieden und Gemeinsamkeiten (z.B. Hall, Hofstede, Trompenaars, Globe)
- Fallstricke der eigenen Wahrnehmung und kommunikative Missverständnisse
- Auseinandersetzung mit Vorurteilen und Stereotypen
- Entstehung und Verlauf eines Kulturschocks.
- Entwicklung und Einüben von Strategien zur Konfliktbewältigung in kulturellen Überschneidungssituationen.

Projektmanagement:

Das Teilmodul dient der Einführung in das Projektmanagement. Im Einzelnen werden nachstehende Aspekte behandelt.

- Grundbegriffe des Projektmanagements
- Organisation von Projekten
- Projektplanung und -terminierung, Netzplantechniken
- Steuerung und Kontrolle von Projekten, Methoden des Projektcontrolling

In einer modulbezogenen Übung werden die Inhalte der Lehrveranstaltung als angeleitetes Selbststudium weiter verdeutlicht.



Unterrichtssprache

Interkulturelle Kommunikation: Deutsch und/oder Englisch
Projektmanagement: Deutsch



Literatur

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

Dozent/in	Lehrveranstaltungen	SWS
Dr. Larissa Bannert	Cross Cultural Communication	2
Dr. Larissa Bannert	Modulbezogene Übung	0,5
Dr. Michael Hesseler	Projektmanagement	2
Dr. Michael Hesseler	Modulbezogene Übung	0,5

Modulbezeichnung **Handelssprache Englisch I**

Modulcode	3.5
-----------	-----

Semester	3. Semester
Dauer	14 Termine
Art	Pflichtmodul
ECTS-Punkte	6
Student. Arbeitsbelastung in h	180
Kontaktstunden in h	56 + 14
Selbststudium in h	124 Stunden (das Selbststudium beinhaltet auch den Arbeitsaufwand für die modulbezogene Übung als angeleitetes Selbststudium im Umfang von 14 h)
Voraussetzungen für die Teilnahme	Eingangsniveau B1.2/B2.1 nach dem Europäischen Referenzrahmen in Englisch
Verwendbarkeit	MiH
Prüfungsform / Prüfungsdauer (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)	Klausur
Lehr- und Lernmethoden	Gruppenunterricht, angeleitetes Selbststudium, Fachsprachenunterricht
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Martina Harms
Kompetenzziele	Nach Abschluss des Moduls verfügen die Studierenden über <ul style="list-style-type: none">- Sprachkompetenz in Englisch auf dem Niveau B 2.2 des Europäischen Referenzrahmens- Fachsprachenkompetenz im Bereich International Business,- Erweiterung des Fachwortschatzes in Wirtschaftsenglisch,- Fachkompetenz im Themenkomplex International Business und- interkulturelle Orientierung und Mehrsprachigkeit
Lehrinhalte	Das Modul hat drei Kernziele: <ol style="list-style-type: none">1. Sprachlich – die Weiterentwicklung der gemeinsprachlichen Kompetenz sowie des systematischen Aufbaus der Fachsprachenkompetenz in Wirtschaftsenglisch2. Inhaltlich – die systematische Einführung in die Grundlagen des International Business (mit Schwerpunkt internationale Handelsbeziehungen) sowie die Vorbereitung auf das Auslandssemester (Erstellung kompetenter Bewerbungsunterlagen)3. Methodisch – die Anwendung eines integrierten Lehr- und Lernansatzes (Sprache und Inhalt), der Studierende in die Lage versetzt, auf vielfältige Weise interaktiv ihre fachsprachliche Kompetenz bei der Bearbeitung wirtschaftswissenschaftlicher Themen-komplexe in der Zielsprache zu trainieren und weiterzuentwickeln.
Unterrichtssprache	Englisch
Literatur	Die aktuellen Literaturlisten werden den Studierenden zu Beginn

	des Semesters ausgeteilt.	
Dozent/in	Lehrveranstaltungen	SWS
Michael Medlock	Handelssprache Englisch I	4
Michael Medlock	Modulbezogene Übung	1

Modulbezeichnung: **Management // Beschaffung**

Modulcode	4.1
-----------	-----

Semester	4. Semester
Dauer	14 Termine
Art	Wahlpflicht
ECTS-Punkte	6
Student. Arbeitsbelastung in h	180
Kontaktstunden in h	56 + 14
Selbststudium in h	124 Stunden (das Selbststudium beinhaltet auch den Arbeitsaufwand für die modulbezogene Übung als angeleitetes Selbststudium im Umfang von 14 h)
Voraussetzungen für die Teilnahme	Modul 1.1
Verwendbarkeit	MiH
Prüfungsform / Prüfungsdauer (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)	Klausur oder Mündliche Prüfung
Lehr- und Lernmethoden	Seminaristischer Unterricht, Übung, Vorlesung, Gruppenarbeit, angeleitetes Selbststudium
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Peter M. Rose
Kompetenzziele	<p>Management:</p> <p>Nach Abschluss dieser Veranstaltung sehen die Studierenden die enge Verzahnung theoretischer Konzepte mit der Herangehensweise im Managementalltag. Methodenkompetenz und grundlegendes Handwerkszeug wird vertieft und durch gezielte Übungen angewandt. Der Studierende übt sich in der Fähigkeit, eigene Gedanken zu formulieren und allein bzw. in Gruppen zu präsentieren und hinterfragen zu lassen.</p> <p>Beschaffung:</p> <p>Die Studierenden können</p> <ul style="list-style-type: none"> - Zielsetzungen, Alternativen, Strategien und Instrumente des Beschaffungsmanagements ableiten, - die wichtigsten einzusetzenden Methoden und Instrumente und ausgewählte Analyse- und Planungstätigkeiten zur Warenbedarfsermittlung und Sortimentsbildung, zur Lieferantensuche und –selektion sowie zur Warenbestellung und Lieferantenbeurteilung anwenden.
Lehrinhalte	<p>Management:</p> <p>Die Veranstaltung bietet vielfältige Einblicke in die Aktions- und Entscheidungsfelder des strategischen Handelsmanagements.</p> <p>Die Applikationen von theoretischen Ansätzen auf den</p>

Managementalltag steht im Mittelpunkt. Schwerpunkte bilden die Sachverhalte „KPI und Kennzifferncockpit“, „Strategisches Wachstum“, „Internationalisierungstendenzen im Handel“ und „Leadership“.

In einer modulbezogenen Übung (Case Study) werden die Inhalte der Lehrveranstaltung als angeleitetes Selbststudium weiter verdeutlicht.

Beschaffung:

- Beschaffung von Trend-, Mode-, Basis- und Saisonartikeln
- Sortimentsanalyse anhand des Beschaffungsportfolios
- Warengruppenanalyse anhand der ABC-Analyse
- Multiattributbewertung zur Lieferantenbeurteilung
- Planung optimaler Warenbestände
- Fallstudien (Case Studies)

In einer modulbezogenen Übung werden den Studierenden die Inhalte der Lehrveranstaltung als angeleitetes Selbststudium weiter verdeutlicht.

Unterrichtssprache Deutsch

Literatur Abstracts werden im Laufe des Semesters bereitgestellt.

Dozent/in	Lehrveranstaltungen	SWS
Prof. Dr. Peter M. Rose	Management	2
Prof. Dr. Peter M. Rose	Modulbezogene Übung	0,5
Prof. Dr. Peter M. Rose	Beschaffung	2
Prof. Dr. Peter M. Rose	Modulbezogene Übung	0,5

Modulbezeichnung: **Finanzwirtschaft**

Modulcode	4.2
-----------	-----

Semester	4. Semester
Dauer	14 Termine
Art	Pflichtmodul
ECTS-Punkte	6
Student. Arbeitsbelastung in h	180
Kontaktstunden in h	56 + 14
Selbststudium in h	124 Stunden (das Selbststudium beinhaltet auch den Arbeitsaufwand für die modulbezogene Übung als angeleitetes Selbststudium im Umfang von 14 h)
Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine
Verwendbarkeit	MiH
Prüfungsform / Prüfungsdauer (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)	Klausur
Lehr- und Lernmethoden	Seminaristischer Unterricht, angeleitetes Selbststudium
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Peter Laudi
Kompetenzziele	Nach Abschluss des Moduls haben die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> - grundlegende fachliche Kenntnisse über die verschiedenen Vorgehensweisen im Rahmen von Investitions- und Finanzierungsentscheidungen sowie über die wesentlichen Instrumente in den Bereichen Finanzplanung und -analyse / Finanzcontrolling und - können grundlegende Lösungsansätze für Investitions- und Finanzierungsentscheidungen sowie für die Finanzplanung und das Finanzcontrolling entwickeln.
Lehrinhalte	Hauptinhalte des Moduls: <ul style="list-style-type: none"> - Investitionsentscheidungen bei Sicherheit / bei Unsicherheit - Außenfinanzierungsentscheidungen - Innenfinanzierungsentscheidungen - Sonderformen von Finanzierungsentscheidungen - Instrumente der Finanzplanung und -analyse - Finanzcontrolling
Unterrichtssprache	Deutsch
Literatur	Die aktuellen Literaturlisten werden den Studierenden zu Beginn des Semesters ausgeteilt.

Dozent/in	Lehrveranstaltungen	SWS
Prof. Dr. Peter Laudi	Finanzwirtschaft	4
Prof. Dr. Peter Laudi	Modulbezogene Übung	1

Modulbezeichnung: **Marktforschung**

Modulcode	4.3
-----------	-----

Semester 4. Semester

Dauer 14 Termine

Art Pflichtmodul

ECTS-Punkte 6

Student. Arbeitsbelastung in h 180

Kontaktstunden in h 56 + 14

Selbststudium in h 124 Stunden (das Selbststudium beinhaltet auch den Arbeitsaufwand für die modulbezogene Übung als angeleitetes Selbststudium im Umfang von 14 h)

Voraussetzungen für die Teilnahme Statistik-Grundkenntnisse

Verwendbarkeit MiH

Prüfungsform / Prüfungsdauer (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten) Projektarbeit oder Klausur

Lehr- und Lernmethoden Projektstudium, angeleitetes Selbststudium, Gruppenarbeit

Modulverantwortliche/r Prof. Dr. Peter M. Rose

Kompetenzziele

Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden

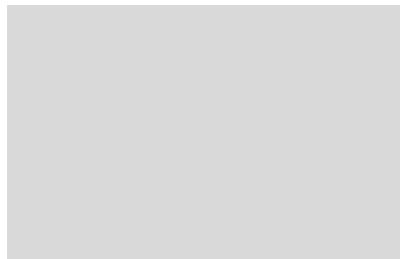
- Methoden der Marktforschung erkennen, unterscheiden, bewerten und anwenden,
- geeignete Informationsgewinnungs- und Auswertungsmethoden für eine konkrete Marktforschungsaufgabe auswählen,
- eine konkrete Marktforschungsaufgabe hinsichtlich des Untersuchungsdesigns, der zeitlichen und organisatorischen Gestaltung planen,
- Statistikenkenntnisse auf konkretes Datenmaterial anwenden und
- Marktforschungsergebnisse sinnvoll interpretieren, einen Abschlussbericht verfassen und professionell präsentieren.

Lehrinhalte

Die Veranstaltung setzt Statistikenkenntnisse voraus und wird als Marktforschungsprojekt durchgeführt, bei dem eine Wissensvermittlung anhand von Theorieblöcken mit einer praktischen Anwendung und Durchführung von Marktforschung verbunden wird.

Inhalte der Theorie:

- Methodische und wissenschaftliche Grundlagen der Marktforschung (u.a. wissenschaftstheoretische Grundlagen, Messtheorie, Forschungsplanung und –strategie),
- Auswahlverfahren (u.a. Repräsentanzproblematik, Verfahren der Zufallsauswahl und der bewussten Auswahl, Stichprobengröße, Zufallsfehler)
- Methoden der Datengewinnung (Informationsquellen, Befragungsarten, Fragetechniken, Skalierungstechniken,



- Codierung, Fehlertendenzen, Beobachtung, Experiment)
- Methoden der Datenauswertung (univariate, bivariate, multivariate Auswertungsverfahren)
 - Ausgewählte Anwendungsbereiche der Marktforschung

Marktforschungsaufgabe:
Aktuelles Thema aus dem Forschungszusammenhang

Unterrichtssprache

Deutsch

Literatur

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

Dozent/in	Lehrveranstaltungen	SWS
Prof. Dr. Astrid Brunken	Marktforschung	4
Prof. Dr. Astrid Brunken	Modulbezogene Übung	1

Modulbezeichnung: Warenwirtschaftssysteme

Modulcode	4.4
-----------	-----

Semester	4. Semester
Dauer	14 Termine
Art	Pflichtmodul
ECTS-Punkte	6
Student. Arbeitsbelastung in h	180
Kontaktstunden in h	56 + 14
Selbststudium in h	124 Stunden (das Selbststudium beinhaltet auch den Arbeitsaufwand für die modulbezogene Übung als angeleitetes Selbststudium im Umfang von 14 h)
Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine
Verwendbarkeit	MiH
Prüfungsform / Prüfungsdauer (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)	Klausur oder Portfolio
Lehr- und Lernmethoden	Seminaristischer Unterricht, Präsenzstudium, angeleitetes Selbststudium
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Harmen Jelten
Kompetenzziele	<p>Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none">- die grundlegende Struktur und Funktionalität von Warenwirtschaftssystemen im Handel erläutern,- eine technische und betriebswirtschaftliche Einordnung der handelspezifischen Version des SAP-Systems (SAP Retail) vornehmen,- die konkrete Implementierung grundlegender Handelsprozesse im SAP Retail nachvollziehen,- ausgewählte Funktionen (Transaktionen) entlang einer durchgehenden Fallstudie im SAP Retail selbstständig anwenden und- das Prinzip der Prozesssteuerung im SAP-System via Customizing verstehen.
Lehrinhalte	<p>Aufbauend auf den Inhalten aus dem Modul Wirtschaftsinformatik werden den Studierenden folgende Inhalte vermittelt:</p> <ul style="list-style-type: none">- Warenwirtschaftliche Informationsprozesse im Überblick- Warenwirtschaftssysteme in Handelsunternehmen- Aufbau der handelspezifischen IT-Lösung der SAP (SAP Retail)- Prozesse und Funktionen im SAP Retail (Organisationseinheiten, Stammdaten, Beschaffung und Distribution)- Semesterumfängliche Fallstudie im SAP Retail

In einer modulbezogenen Übung werden den Studierenden die Inhalte der Lehrveranstaltung als angeleitetes Selbststudium weiter verdeutlicht.

Unterrichtssprache Deutsch

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

Dozent/in	Lehrveranstaltungen	SWS
Prof. Dr. Harmen Jelten	Warenwirtschaftssysteme	4
Prof. Dr. Harmen Jelten	Modulbezogene Übung	1

Modulbezeichnung: Handelssprache Englisch II

Modulcode	4.5
-----------	-----

Semester	4. Semester
Dauer	14 Termine
Art	Pflichtmodul
ECTS-Punkte	6
Student. Arbeitsbelastung in h	180
Kontaktstunden in h	56 + 14
Selbststudium in h	124 Stunden (das Selbststudium beinhaltet auch den Arbeitsaufwand für die modulbezogene Übung als angeleitetes Selbststudium im Umfang von 14 h)
Voraussetzungen für die Teilnahme	Eingangsniveau B1.2/B2.1 nach dem Europäischen Referenzrahmen in Englisch
Verwendbarkeit	MiH
Prüfungsform / Prüfungsdauer (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)	Mündliche Prüfung
Lehr- und Lernmethoden	Gruppenunterricht, angeleitetes Selbststudium, Fachsprachenunterricht
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Martina Harms
Kompetenzziele	Nach Abschluss des Moduls verfügen die Studierenden über <ul style="list-style-type: none"> - Sprachkompetenz in Englisch auf dem Niveau C1 des Europäischen Referenzrahmens, - Fachsprachenkompetenz erreicht im Umgang mit komplexen Texten zu allgemeinen und aktuellen internationalen wirtschaftswissenschaftlichen Fragen, - Methodenkompetenz entwickelt in Gruppenarbeit, Selbststudium und im interaktiven Unterrichtsgespräch.
Lehrinhalte	Das Modul hat drei Kernziele: <ul style="list-style-type: none"> - 1. Sprachlich – Vertiefung der Fachsprache Wirtschaftsenglisch, - 2. Inhaltlich – erweiterte Kenntnisse des internationalen Wirtschaftslebens sowie Grundlagen des Cross-Cultural-Managements in der Zielsprache und Vorbereitung auf das Auslandssemester (Schwerpunkt interkulturelle Kompetenz), - 3. Methodisch – Erarbeitung und Präsentation von Fallstudien. Aktuelle Themen sollen eigenständig als Diskussionsgrundlage erarbeitet und präsentiert werden.
Unterrichtssprache	Englisch
Literatur	Die aktuellen Literaturlisten werden den Studierenden zu Beginn des Semesters ausgeteilt.

Dozent/in	Lehrveranstaltungen	SWS
------------------	----------------------------	------------

Anbietende Hochschule:
Studiengang:

Hochschule Bremen
Studiengang Management im Handel B.A. (MiH)

42

	Handelssprache Englisch II	4
Michael Medlock Michael Medlock	Modulbezogene Übung	1

Modulbezeichnung: Praxisvorbereitung

Modulcode	5.1
-----------	-----

Semester	5. Semester	
Dauer	14 Termine	
Art	Pflichtmodul	
ECTS-Punkte	6	
Student. Arbeitsbelastung in h	180	
Kontaktstunden in h	56 + 14	
Selbststudium in h	124 Stunden (das Selbststudium beinhaltet auch den Arbeitsaufwand für die modulbezogene Übung als angeleitetes Selbststudium im Umfang von 14 h)	
Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine	
Verwendbarkeit	MiH	
Prüfungsform / Prüfungsdauer (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)	Studienleistung	
Lehr- und Lernmethoden	Seminar, Gruppenunterricht, Präsenzstudium, angeleitetes Selbststudium	
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Peter M. Rose	
Kompetenzziele	Nach Abschluss des Moduls haben die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> - Kenntnisse der Besonderheiten anderer Unternehmens- und Landeskulturen, - Kenntnisse in den wichtigsten in einem Praktikum einzusetzenden Verhaltensweisen und können diese auf spezifische Situationen anwenden und - können diese Methoden selbstständig auswählen und zielführend praktisch anwenden. 	
Lehrinhalte	Ziel der Veranstaltung ist es, Kenntnisse über und Verständnis für spezifische Verhaltensmuster von und gegenüber Praktikanten zu vermitteln. Das schließt auch kulturell bedingte Unterschiede mit ein. In der Veranstaltung werden u.a. Themen aus dem Erfahrungskreis früherer Praktika der Studierenden aufgearbeitet. Vorträge zu handelspezifischen Themen durch Referenten von Handels- und handelsorientierten Unternehmen im Rahmen von Ringvorlesungen runden das Lehrangebot ab.	
Unterrichtssprache	Deutsch	
Literatur	Die aktuellen Literaturlisten werden den Studierenden zu Beginn des Semesters ausgeteilt.	
Dozent/in	Lehrveranstaltungen	SWS

Prof. Dr. Peter M. Rose und Referenten aus Handels- und handelsorientierten Unternehmen	Praxisvorbereitung	4
Prof. Dr. Peter M. Rose	Modulbezogene Übung	1

Modulbezeichnung: Praxis I – III

Modulcode	5.2 – 5.4
-----------	-----------

Semester	5. Semester
Dauer	Mindestens 20 Wochen
Art	Pflichtmodul
ECTS-Punkte	18
Student. Arbeitsbelastung in h	je nach wöchentlicher Arbeitszeit im jeweiligen Unternehmen
Kontaktstudium in h	-
Selbststudium in h	-
Voraussetzungen für die Teilnahme	Der Beginn des praktischen Studienseesters ist nur nach erfolgreichem Abschluss von Modulen im Umfang von mindestens sechsundneunzig Leistungspunkten zulässig, darunter auch das Modul Praxisvorbereitung (Ordnungsnummer 5.1).
Verwendbarkeit	MiH
Prüfungsform / Prüfungsdauer (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)	Praxisbericht
Lehr- und Lernmethoden	Praxis, praktisches Lernen im Unternehmen sowie begleitendes Selbststudium, Erstellung eines Praxisberichtes
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Peter M. Rose
Kompetenzziele	Die Praxisphase hat die Förderung und weitere Entwicklung der „beruflichen Handlungskompetenz“ der Studierenden zum Ziel. Hierbei werden die drei Facetten, die sogenannten Schlüsselkompetenzen wie Methodenkompetenz, Sozialkompetenz und Selbstkompetenz gefördert. Zugleich wird die Fachkompetenz durch Vertiefen von fachlichen Inhalten im Praxisbezug vertieft und ausgebaut.
Lehrinhalte	Im Rahmen dieses Moduls befinden sich die Studierenden in einem Unternehmen. Die Inhalte der Praxisphase sollen auf dem theoretischen Wissenstand der Studierenden aufbauen und diesen praxisgerecht ergänzen. Sie machen vertraut mit den Elementen der Arbeitsmethodik, den betrieblichen Organisationsstrukturen und Informationsflüssen, den Bedeutungen von Unternehmenskultur für den Erfolg eines Unternehmens und geben einen vertieften Einblick in die wirtschaftlichen Zusammenhänge.
Unterrichtssprache	Deutsch oder Englisch je nach Aufenthaltsort
Literatur	-

Dozent/in	Lehrveranstaltungen	SWS
-	-	-

Modulbezeichnung: Praxisnachbereitung

Modulcode	5.5
-----------	-----

Semester	5. Semester
Dauer	14 Termine
Art	Pflichtmodul
ECTS-Punkte	6
Student. Arbeitsbelastung in h	180
Kontaktstunden in h	56 + 14
Selbststudium in h	124 (das Selbststudium beinhaltet auch den Arbeitsaufwand für die modulbezogene Übung als angeleitetes Selbststudium im Umfang von 14 h)
Voraussetzungen für die Teilnahme	keine
Verwendbarkeit	MiH
Prüfungsform / Prüfungsdauer (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)	Präsentation des Praxisberichtes
Lehr- und Lernmethoden	Seminar, Gruppenunterricht, Präsenzstudium, angeleitetes Selbststudium
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Peter M. Rose
Kompetenzziele	<p>Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none">- ihre Praxiserfahrungen analysieren und bewerten,- das gewonnene Wissen in ihre Arbeits- und Lebenszusammenhänge einfließen lassen und- ihre kulturelle Kompetenz ausbauen.
Lehrinhalte	<p>Ein optimaler Entsendungsprozess in ein Praktikum beinhaltet neben einer Vorbereitung auf den Aufenthalt in einem fremden Unternehmen, meist noch in einem fremden Land, auch die Betreuung während des Praktikums und die Reintegration.</p> <p>Ziel dieses Moduls ist es, die im Praktikum gemachten Erfahrungen auszuwerten.</p> <p>Auch ein nach einem längeren Auslandsaufenthalt möglicher Kontra-'Kulturschock' wird aufgearbeitet. Eine positiv erlebte Wiedereingliederung steht in direktem Zusammenhang mit einem gelungenen Wissenstransfer.</p> <p>Inhalte des Moduls:</p> <ul style="list-style-type: none">- Präsentation der Praxisberichte- Diskussion und Auswertung der Erfahrungen- ggf. Aufarbeitung eines Kontra-'Kulturschocks'- Transfer der Erfahrungen an Lehrende u. spätere Semester.
Unterrichtssprache	Deutsch

Literatur

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

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

Schwerpunkte A und B (6. Semester)

Module 6.1 – 6.4

Die Module der zu wählenden Schwerpunkte werden am Ende der Modulbeschreibungen für jeden einzelnen Schwerpunkt gesondert zusammengefasst.

Modulbezeichnung: Bachelor Projekt

Modulcode	6.5
-----------	-----

Semester	6. Semester
Dauer	15 Wochen
Art	Pflichtmodul
ECTS-Punkte	6
Student. Arbeitsbelastung in h	180
Kontaktstunden in h	56 + 14
Selbststudium in h	124 Stunden (das Selbststudium beinhaltet auch den Arbeitsaufwand für die modulbezogene Übung als angeleitetes Selbststudium im Umfang von 14 h)
Voraussetzungen für die Teilnahme	keine
Verwendbarkeit	alle Studiengänge
Prüfungsform / Prüfungs-dauer (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)	Bestandene Studienleistung (Hausarbeit, Kolloquium, Präsentation) ohne Benotung
Lehr- und Lernmethoden	Seminar, angeleitetes Selbststudium
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Peter M. Rose
Kompetenzziele	<p>Die Studierenden sind in der Lage, ihre Abschlussarbeit (Bachelorthesis) vorzubereiten. Insbesondere können sie</p> <ul style="list-style-type: none">- ein geeignetes Thema identifizieren und unter Einbeziehung der Erfahrungen aus der praktischen Studienphase abgrenzen,- ggf. geeignete Praxiskontakte anbahnen bzw. aktivieren, insbesondere zur Themenabstimmung und zur Organisation der Rahmenbedingungen,- die Durchführbarkeit (Datenverfügbarkeit, Ressourcen) überprüfen,- sich mit den wissenschaftlichen Forschungsmethoden auseinandersetzen, die für das Thema der Thesis von besonderer Relevanz sind,- ein Exposé erarbeiten, das Aufschluss über Problemstellung, Gang der Untersuchung, Grobstruktur, eingesetzte Methoden sowie angestrebte Ergebnisse der Thesis gibt.
Lehrinhalte	<p>Das Bachelorprojekt dient der Vertiefung der in den vorhergehenden Studienjahren gewonnenen Kompetenzen im Umgang mit wissenschaftlichem Arbeiten und der eigenen Erstellung wissenschaftlicher Arbeiten und Präsentationen. Das Modul dient insbesondere als Vorbereitung der Bachelorthesis. Im Rahmen des Bachelorprojekts soll der Prozess der Erarbeitung der konkret geplanten Bachelorthesis strukturiert und dargestellt werden.</p> <p>(Das Thema kann im Zusammenhang mit dem Praktikum stehen, also eine aktuelle Fragestellung aus der betriebswirtschaftlichen Praxis behandeln, oder ein frei gewähltes Thema sein.)</p>

Unterrichtssprache Deutsch

Literatur Leitfäden zum wissenschaftlichen Arbeiten

Dozent/in	Lehrveranstaltungen	SWS
Prof. Dr. Peter M. Rose	Bachelorprojekt	4
Prof. Dr. Peter M. Rose	Modulbezogene Übung	1

Schwerpunkte A und B (7. Semester)

Module 7.1 – 7.4

Die Module der zu wählenden Schwerpunkte werden am Ende der Modulbeschreibungen für jeden einzelnen Schwerpunkt gesondert zusammengefasst.

Modulbezeichnung: Bachelorthesis

Modulcode	7.5
-----------	-----

Semester	7. Semester
Dauer	z.B. 14 Termine
Art	Pflichtmodul
ECTS-Punkte	6
Student. Arbeitsbelastung in h	180
Kontaktstunden in h	56
Selbststudium in h	124
Voraussetzungen für die Teilnahme	180 ECTS-Punkte
Verwendbarkeit	MiH
Prüfungsform / Prüfungsdauer (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)	Bachelorthesis
Lehr- und Lernmethoden	Betreuung
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Peter M. Rose
Kompetenzziele	<p>Nach Abschluss des Moduls haben die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> - durch die eigene Bearbeitung der individuellen Fragestellung aktuelle und praxisrelevante Methoden der wissenschaftlichen Forschung angewandt, - vorliegende Fragestellungen selbständig wissenschaftlich strukturiert und in einer relativ kurzen Zeitspanne umfassend bearbeitet sowie - eigene Aufgabengebiete strukturiert und kompetent bearbeitet – als direkte Berufsqualifikation bzw. Qualifikation für ein weiterführendes Studium.
Lehrinhalte	<p>Im Rahmen dieses Moduls sollen die Studierenden durch die Anfertigung der Bachelor Thesis zeigen, dass sie in der Lage sind, innerhalb einer vorgegebenen Frist von neun Wochen ein Problem selbständig und fachgerecht zu bearbeiten. Die Bachelorthesis wird in einer vom Studierenden zu wählenden Fachwissenschaft geschrieben.</p> <p>Auf Basis einer vorgegebenen Fragestellung sollen die Studierenden das Thema selbständig sinnvoll strukturieren und wissenschaftlich bearbeiten. Dies geschieht neben dem Selbststudium auch in Beratungsgesprächen mit der/dem Prüfenden.</p>
Unterrichtssprache	Deutsch
Literatur	Die aktuellen Literaturlisten werden den Studierenden zu Beginn des Semesters ausgeteilt.

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

Anbietende Hochschule:
Studiengang:

Hochschule Bremen
Studiengang Management im Handel B.A. (MiH)

53

Prof. Dr. Peter M. Rose	Betreuung der Bachelorthesis	1
-------------------------	------------------------------	---

Management im Handel B.A. (MiH)

Modulhandbuch

Schwerpunkte

Prof. Dr. Martina Harms / Prof. Dr. Peter M. Rose

Stand: 16.01.2018

Schwerpunktangebot

Vorbemerkung:

Die Durchführung der Schwerpunkte richtet sich nach der Nachfrage der Studierenden.

In allen Schwerpunkten finden die nachstehenden Querschnittsthemen Berücksichtigung:

- Internationalisierung
- Demographische Entwicklung, Diversity
- Ethik / Nachhaltigkeit
- Technologischer Wandel

Folgende Schwerpunkte stehen zur Auswahl:

Schwerpunkt 1	Customer Relationship Management
Schwerpunkt 2	Supply Chain Management
Schwerpunkt 3	Corporate Management
Schwerpunkt 4	Human Resource Management

Es müssen zwei Schwerpunkte mit den zugehörigen Modulen ausgewählt werden. Folgende Kombinationen sind ausgeschlossen: Schwerpunkt 1 mit Schwerpunkt 2, Schwerpunkt 3 mit Schwerpunkt 4.

Bei der Entscheidung zwischen Schwerpunkt 1 und 2 wählen die Studierenden zwischen der Fokussierung auf die Kund_innen eines Unternehmens (SP 1) und dem Fokus auf die Abläufe des Unternehmens entlang der Wertschöpfungskette (SP 2).

Bei der Wahl zwischen Schwerpunkt 3 und 4 entscheiden sich die Studierenden für eine Vertiefung genereller Kompetenzen der Unternehmensführung (SP 3) oder einer Spezialisierung auf das Management von Humanressourcen (SP 4).

Überblick über die einzelnen Module der Schwerpunkte (SP)

Customer Relationship Management – SP 1

6. Semester		7. Semester	
Modul 1	Modul 2	Modul 3	Modul 4
Kundenorientierung im Handel	Data Mining: Anwendung von Marktforschungstechniken und Ableitung von CRM-Strategien	Umsetzung eines ganzheitlichen CRM	Rechtliche Grundlagen des CRM

Supply Chain Management – SP 2

6. Semester		7. Semester	
Modul 1	Modul 2	Modul 3	Modul 4
Supplier Relationship Management	Methoden und Instrumente des Supply Chain Managements	Netzwerke und Kooperationen	Omni-Channel Trade

Corporate Management – SP 3

6. Semester		7. Semester	
Modul 1	Modul 2	Modul 3	Modul 4
Strategisches Handelsmanagement	Standortmanagement im Handel	Business Development	Steuerungssysteme im Handel
Category Management			

Human Resource Management – SP 4

6. Semester		7. Semester	
Modul 1	Modul 2	Modul 3	Modul 4
Human Resource Management I: Operatives HRM	Mitarbeiterführung	Human Resource Management II: Strategisches HRM	Arbeits- und Sozialrecht
	Qualifizierung		

Schwerpunkt 1: Customer Relationship Management

Customer Relationship Management – Schwerpunkt (SP) 1

6. Semester		7. Semester	
Modul 1	Modul 2	Modul 3	Modul 4
Kundenorientierung im Handel	Data Mining: Anwendung von Marktforschungstechniken und Ableitung von CRM-Strategien	Umsetzung eines ganzheitlichen CRM	Rechtliche Grundlagen des CRM

Modulbezeichnung: **Kundenorientierung im Handel**

Modulcode	6.6
-----------	-----

Semester	6. Semester
Dauer	14 Wochen / einmal jährlich
Art	Wahlpflichtmodul
ECTS-Punkte	6
Studentische Arbeitsbelastung in h	180
Präsenzstudium in h	56 + 14
Selbststudium in h	124 (das Selbststudium beinhaltet auch den Arbeitsaufwand für die modulbezogene Übung als angeleitetes Selbststudium im Umfang von 14 h)
Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine
Verwendbarkeit	DSMiH und MiH
Prüfungsform / Prüfungsdauer (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)	Klausur (120 Minuten) oder mündliche Prüfung
Lehr- und Lernmethoden	Präsenzstudium, Seminar, angeleitetes Selbststudium, Übungen in Einzel- und Gruppenarbeit
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Peter M. Rose
Kompetenzziele	Die Studierenden können <ul style="list-style-type: none">- Ansätze zur Konzeptionalisierung von Kundennähe aufzeigen und bewerten,- ein Bewusstsein für Diversity-, Ethik- und Nachhaltigkeitsaspekte entwickeln und dabei Trends bzgl. des demographischen und technischen Wandel beachten,- Bestandteile der Servicequalität bewerten und als Entscheidungsgrundlage heranziehen,- das Confirmations/Disconfirmations-Paradigma anwenden,

	<ul style="list-style-type: none"> - die Entstehung und Folgen der Kundenzufriedenheit ableiten und bewerten, - die Wirkungskette der Kundenzufriedenheit in ihrer gesamten Komplexität nachvollziehen und bewerten, - geeignete Kundenbindungsmaßnahmen bewerten und anwenden sowie - aktuelle Consumer- und Shopper-Insights ableiten und als Entscheidungsgrundlage heranziehen.
Lehrinhalte	<ul style="list-style-type: none"> - Bestandteile der Servicequalität - Konzeptionalisierung von Kundennähe - Das Dienstleistungsqualitäts-Modell - Das Confirmations-/Disconfirmations-Paradigma - Konzepte zur Entstehung von Kundenzufriedenheit - Kundenzufriedenheit in Abhängigkeit von Kundenerwartungen - Stadien der Kundenzufriedenheit - Entstehung und Folgen von Kundenzufriedenheit - Wirkungskette der Kundenbindung - Komponenten der Kundenloyalität - Kundenbindung aus verhaltenswissenschaftlicher Sicht - Dimensionen einer Kundenbindungsstrategie - Konsumenten- Kaufverhalten (Modelle) - Konsumententypen (z.B. hybrid, Smart-Shopper, Schnäppchen-Jäger) - Diversity-, Ethik-, und Nachhaltigkeitsaspekte - Konsumentenstrukturen - Konsumentenverhalten in Krisen und besonderen Situationen - Konsumentenproduktpräferenzen - Konsumenten-Potenzial-Analysen - Shopper-Frequenz am Warenregal (Richtung des Kundenlaufes, POS/Werbung im Markt etc.) - Orientierung am Regal - Produkt-Zugriff aus dem Regal und Kauf (Kriterien)
Unterrichtssprache	Deutsch
Literatur	Die aktuellen Literaturlisten werden den Studierenden zu Beginn des Semesters ausgeteilt.

Dozent/in	Lehrveranstaltungen	SWS
Prof. Dr. Philip Maloney	Kundenorientierung im Handel	4
Prof. Dr. Philip Maloney	Modulbezogene Übung	1

Modulbezeichnung: **Data Mining: Anwendung von Marktforschungstechniken und Ableitung von CRM-Strategien**

Modulcode	6.7
-----------	-----

Semester	6. Semester
Dauer	14 Wochen / einmal jährlich
Art	Wahlpflichtmodul
ECTS-Punkte	6
Studentische Arbeitsbelastung in h	180
Präsenzstudium in h	56 + 14
Selbststudium in h	124 (das Selbststudium beinhaltet auch den Arbeitsaufwand für die modulbezogene Übung als angeleitetes Selbststudium im Umfang von 14 h)
Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine
Verwendbarkeit	DSMiH und MiH
Prüfungsform / Prüfungsdauer (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)	Klausur (120 Minuten) oder mündliche Prüfung
Lehr- und Lernmethoden	Präsenzstudium, Seminar, angeleitetes Selbststudium, Übungen in Einzel- und Gruppenarbeit
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Peter M. Rose
Kompetenzziele	<p>Nach Abschluss des Moduls haben die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none">- Grundkenntnisse in der systematischen Analyse, Planung, Durchführung und Kontrolle sämtlicher auf den aktuellen Kundenstamm gerichteten Maßnahmen,- geeignete Informationsbeschaffungsmaßnahmen in konkreten Marktsituationen bzw. bei konkreten Rahmenbedingungen kennengelernt und ausprobiert und- Untersuchungsergebnisse als Entscheidungsgrundlage für die Durchführung eines effektiven und effizienten Kundenbindungsmanagements herangezogen.

Lehrinhalte	<ul style="list-style-type: none"> - Beschreibung einprägsamer und auffälliger Strukturen in den Daten mit Hilfe deskriptiver statistischer Methoden - Marktanalyse - Methoden der Messung der externen und internen Dienstleistungsqualität - Verfahren zur Messung des Kundenwerts - Assoziationsanalysen (Warenkorbanalysen) - Segmentierungsanalysen - Klassifikation (Entscheidungsbäume, neuronale Netze) - Prognose (Regression)
-------------	---

Unterrichtssprache	Deutsch
--------------------	---------

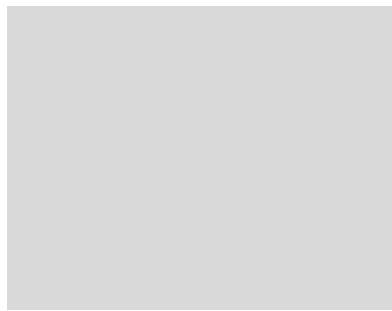
Literatur	Die aktuellen Literaturlisten werden den Studierenden zu Beginn des Semesters ausgeteilt.
-----------	---

Dozent/in	Lehrveranstaltungen	SWS
Prof. Dr. Peter Rose	Data Mining: Anwendung von Marktforschungstechniken und Ableitung von CRM-Strategien	4
Prof. Dr. Peter Rose	Modulbezogene Übung	1

Modulbezeichnung: **Umsetzung eines ganzheitlichen CRM**

Modulcode	7.6
-----------	-----

Semester	7. Semester
Dauer	14 Wochen / einmal jährlich
Art	Wahlpflichtmodul
ECTS-Punkte	6
Studentische Arbeitsbelastung in h	180
Präsenzstudium in h	56 + 14
Selbststudium in h	124 (das Selbststudium beinhaltet auch den Arbeitsaufwand für die modulbezogene Übung als angeleitetes Selbststudium im Umfang von 14 h)
Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine
Verwendbarkeit	DSMiH und MiH
Prüfungsform / Prüfungsdauer (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)	Klausur (120 Minuten) oder mündliche Prüfung
Lehr- und Lernmethoden	Präsenzstudium, Seminar, angeleitetes Selbststudium, Übungen in Einzel- und Gruppenarbeit
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Peter M. Rose
Kompetenzziele	Die Studierenden sind nach Abschluss des Moduls vertraut mit der Umsetzungsproblematik und mit Lösungsansätzen für ein ganzheitliches CRM.
Lehrinhalte	<ul style="list-style-type: none"> - Effekte des CRM - Kosten- und Nutzungsvorteile durch das CRM - Die drei Säulen bei der Gestaltung eines ganzheitlichen CRM - Organisatorische Voraussetzungen - Technische und technologische Voraussetzungen - Mögliche Beiträge der Wertschöpfungsstufen zur Kundenzufriedenheit - Erkennungsmerkmale eines erfolgreichen CRMs



- Komponenten des CRM-Konzeptes und die zentrale Bedeutung des Customer Data Warehouse
- operatives und kommunikatives CRM
- Electronic Data Interchange (EDI)
- Online Analytical Processing
- Datamining und Customer Data Warehouse
- Schnittstellen zum Enterprise-Resource-Planning (ERP), Supply Chain Management und zum Computer Integrated Manufacturing (CIM)

Unterrichtssprache

Deutsch

Literatur

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

Dozent/in	Lehrveranstaltungen	SWS
Prof. Dr. Peter Rose	Umsetzung eines ganzheitlichen CRM	4
Prof. Dr. Peter Rose	Modulbezogene Übung	1

Modulbezeichnung: **Rechtliche Grundlagen des CRM**

Modulcode	7.7
-----------	-----

Semester	7. Semester
Dauer	14 Wochen / einmal jährlich
Art	Wahlpflichtmodul
ECTS-Punkte	6
Studentische Arbeitsbelastung in h	180
Präsenzstudium in h	56 + 14
Selbststudium in h	124 (das Selbststudium beinhaltet auch den Arbeitsaufwand für die modulbezogene Übung als angeleitetes Selbststudium im Umfang von 14 h)
Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine
Verwendbarkeit	DSMiH und MiH
Prüfungsform / Prüfungsdauer (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)	Klausur (120 Minuten) oder mündliche Prüfung oder Referat oder Hausarbeit
Lehr- und Lernmethoden	Präsenzstudium, Seminar, angeleitetes Selbststudium, Übungen in Einzel- und Gruppenarbeit
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Ulrich Krüger
Kompetenzziele	Nach Abschluss des Moduls verfügen die Studierenden über <ul style="list-style-type: none">- grundlegende Fachkompetenz bezüglich des Wirtschaftsrechts für die Vertriebspraxis und die Konfliktlösung,- Methodenkompetenz: Kompetenz, entsprechende juristische Probleme der ökonomischen Praxis frühzeitig zu erkennen und in die Planung der betriebswirtschaftlichen Handlungsoptionen auch im Rahmen eines Customer Relationship Managements mit aufzunehmen,- Entscheidungskompetenz zur Beantwortung der Frage,

	<p>ob einfache juristische Probleme ohne die Einschaltung professioneller juristischer Hilfe gelöst werden können oder ob es dieser Hilfe bedarf,</p> <ul style="list-style-type: none"> - Kommunikationsfähigkeit mit Anwälten oder Rechtsabteilungen und dadurch Sozialkompetenz, in interdisziplinären Gruppen und Zusammenhängen argumentieren zu können - Selbstkompetenz zur Definition und reflektierenden Gestaltung der eigenen Arbeitsprozesse, die durch das Erlernen der Techniken zur Fallbearbeitung erlangt wird.
Lehrinhalte	<p>Verbraucherschutzrecht:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Besondere Vertriebsformen („Haustürgeschäfte“, Fernabsatzverträge, Elektronischer Geschäftsverkehr) - Verbraucherverträge <p>Wettbewerbsrecht:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Fallgruppen des UWG - Wettbewerbsprozessrecht - Ausgewählte Probleme des GWB <p>Ausgewählte Probleme des Markenrechts und des Datenschutzes</p>
Unterrichtssprache	Deutsch
Literatur	Die aktuellen Literaturlisten werden den Studierenden zu Beginn des Semesters ausgeteilt.

Dozent/in	Lehrveranstaltungen	SWS
Prof. Dr. Ulrich Krüger	Rechtliche Grundlagen des CRM	4
Prof. Dr. Ulrich Krüger	Modulbezogene Übung	1

Schwerpunkt 2: Supply Chain Management

6. Semester		7. Semester	
Modul 1	Modul 2	Modul 3	Modul 4
Supplier Relationship Management	Methoden und Instrumente des Supply Chain Managements	Netzwerke und Kooperationen	Omni-Channel Trade

Modulbezeichnung: **Supplier Relationship Management**

Modulcode	6.8
-----------	-----

Semester	6. Semester
Dauer	14 Wochen / einmal jährlich
Art	Wahlpflichtmodul
ECTS-Punkte	6
Studentische Arbeitsbelastung in h	180
Präsenzstudium in h	56 + 14
Selbststudium in h	124 (das Selbststudium beinhaltet auch den Arbeitsaufwand für die modulbezogene Übung als angeleitetes Selbststudium im Umfang von 14 h)
Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine
Verwendbarkeit	DSMiH und MiH
Prüfungsform / Prüfungsdauer (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)	Klausur (120 Minuten) oder mündliche Prüfung
Lehr- und Lernmethoden	Präsenzstudium, Seminar, angeleitetes Selbststudium, Übungen in Einzel- und Gruppenarbeit
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Peter M. Rose
Kompetenzziele	Die Studierenden können <ul style="list-style-type: none">- das Supplier Relationship Management (SRM) in das Supply-Chain Management einordnen,- das SRM als modernes Instrument im Beschaffungsmanagement verorten,- das Key Supplier Management beschreiben,- das internationale SRM kennzeichnen,- das Sourcing, Procurement sowie das Monitoring und Controlling innerhalb der SRM-Prozesses diskutieren,- die Unterschiede zwischen dem Local, International und Global Sourcing herausarbeiten sowie

	<ul style="list-style-type: none"> - einfache und erweiterte Instrumente der Lieferantenbewertung anwenden.
Lehrinhalte	<ul style="list-style-type: none"> - Konzeptverständnis und Einordnung des SRM in das Supply Chain Management - 3-Ebenen-Modell des SRM - Key Supplier Management - internationales SRM - Kernkomponenten und –prozesse des SRM (Sourcing, Procurement, Monitoring und Controlling) - Lieferantenstrukturpolitik (Standort: Local, International, Global Sourcing) - Lieferantenbewertung (ABC-, XYZ- und LMN-Analysen, SWOT-, Portfolio-, Balanced Scorecard, Ratingmatrix) - Lieferantenentwicklung

Unterrichtssprache Deutsch

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

Dozent/in	Lehrveranstaltungen	SWS
Prof. Dr. Martin Schwardt	Supplier Relationship Management	4
Prof. Dr. Martin Schwardt	Modulbezogene Übung	1

Modulbezeichnung: **Methoden und Instrumente des Supply Chain Managements**

Modulcode	6.9
-----------	-----

Semester	6. Semester
Dauer	14 Wochen / einmal jährlich
Art	Wahlpflichtmodul
ECTS-Punkte	6
Studentische Arbeitsbelastung in h	180
Präsenzstudium in h	56 + 14
Selbststudium in h	124 (das Selbststudium beinhaltet auch den Arbeitsaufwand für die modulbezogene Übung als angeleitetes Selbststudium im Umfang von 14 h)
Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine
Verwendbarkeit	DSMiH und MiH
Prüfungsform / Prüfungsdauer (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)	Klausur (120 Minuten) oder mündliche Prüfung
Lehr- und Lernmethoden	Präsenzstudium, Seminar, angeleitetes Selbststudium, Übungen in Einzel- und Gruppenarbeit
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Peter Rose
Kompetenzziele	Die Studierenden <ul style="list-style-type: none">- verstehen das Supply Chain Management als Gesamtheit aller Methoden und Instrumente, die die ganzheitliche Gestaltung und Optimierung der Lieferketten sowohl innerhalb des Unternehmens als auch unternehmensübergreifend mit Kunden und Lieferanten betreffen,- können als Schwerpunkt des SCM die Verbesserung des Informationsflusses erkennen und- sind mit den Grundlagen von Konzepten wie Just-in-time, Efficient Consumer Response (ECR), Vendor-Managed Inventory (VMI), Postponement, direkte

	Ladenbelieferung (Direct Store Delivery, DSD) und die gemeinsame Planung, Prognose und Warenversorgung (Collaborative Planning, Forecasting und Replenishment CPFR) vertraut.
Lehrinhalte	<ul style="list-style-type: none"> - Methoden und Instrumente des SCM - SCM im Kontext des Kundenmanagements - Prozessoptimierung entlang der Supply Chain - Die ECR- Wertkette - ECR- Strategien (Efficient Replenishment; Category Management, Efficient Assortment, Efficient Promotion) - Direct Store Delivery - Vendor-Managed Inventory (VMI) - Postponement - CPFR
Unterrichtssprache	Deutsch
Literatur	Die aktuellen Literaturlisten werden den Studierenden zu Beginn des Semesters ausgeteilt.

Dozent/in	Lehrveranstaltungen	SWS
Prof. Dr. Jan Dethloff	Methoden und Instrumente des Supply Chain Managements	4
Prof. Dr. Jan Dethloff	Modulbezogene Übung	1

Modulbezeichnung: **Netzwerke und Kooperationen**

Modulcode	7.8
-----------	-----

Semester	7. Semester
Dauer	14 Wochen / einmal jährlich
Art	Wahlpflichtmodul
ECTS-Punkte	6
Studentische Arbeitsbelastung in h	180
Präsenzstudium in h	56 + 14
Selbststudium in h	124 (das Selbststudium beinhaltet auch den Arbeitsaufwand für die modulbezogene Übung als angeleitetes Selbststudium im Umfang von 14 h)
Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine
Verwendbarkeit	DSMiH und MiH
Prüfungsform / Prüfungsdauer (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)	Referat
Lehr- und Lernmethoden	Präsenzstudium, Seminar, angeleitetes Selbststudium, Übungen in Einzel- und Gruppenarbeit
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Ulrich Kuron
Kompetenzziele	<p>Nach Abschluss der Veranstaltung können die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none">- Kooperationen und Netzwerke im Handel als soziale Systeme bzw. Organisationsform verstehen und unterschiedliche Formen und Umsetzungen von Netzwerken bewerten,- Managementfunktionen und -techniken einschließlich notwendiger Kompetenzen in Netzwerken des Handels charakterisieren und beurteilen,- Unternehmenskooperationen im Handel entsprechend ihrer Ausgestaltung unterscheiden sowie- theoretische Erklärungsansätze für Unternehmenskooperationen differenzieren und bewerten.

Lehrinhalte	<ul style="list-style-type: none">- Theoretische Grundlagen zu Netzwerken im Handel als soziale Systeme, Systemtheorie und Organisationsform im Handel- Integrierte Betrachtung von Funktionen, Gestaltungs- und Steuerungsmöglichkeiten von Netzwerken im Handel- Typisierung von Unternehmenskooperationen im Handel als hybride Verknüpfung zwischen Markt und Hierarchie- Theoretische Erklärungsansätze für Unternehmenskooperationen im Handel- Darstellung ausgewählter Kooperationsformen in der Unternehmenspraxis des Handels
-------------	---

Unterrichtssprache	Deutsch
--------------------	---------

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

Dozent/in	Lehrveranstaltungen	SWS
Prof. Dr. Ulrich Kuron	Netzwerke und Kooperationen	4
Prof. Dr. Ulrich Kuron	Modulbezogene Übung	1

Modulbezeichnung: **Omni-Channel Trade**

Modulcode	7.9
-----------	-----

Semester	7. Semester
Dauer	14 Wochen / einmal jährlich
Art	Wahlpflichtmodul
ECTS-Punkte	6
Studentische Arbeitsbelastung in h	180
Präsenzstudium in h	56 + 14
Selbststudium in h	124 (das Selbststudium beinhaltet auch den Arbeitsaufwand für die modulbezogene Übung als angeleitetes Selbststudium im Umfang von 14 h)
Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine
Verwendbarkeit	DSMiH und MiH
Prüfungsform / Prüfungsdauer (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)	Klausur (120 Minuten) oder mündliche Prüfung
Lehr- und Lernmethoden	Präsenzstudium, Seminar, angeleitetes Selbststudium, Übungen in Einzel- und Gruppenarbeit
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Peter M. Rose
Kompetenzziele	<p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none">- sind mit den Grundlagen des E-Commerce vertraut,- können die Chancen und Risiken der neuen Medien und ihres Zusammenspiels einschätzen,- haben einen Überblick über den Handel im Internet und über Optimierungsmöglichkeiten, z.B. über Suchmaschinen-Optimierung und- verstehen E-Commerce auch als Globalisierungstool. <p>Ferner kennen die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none">- zahlreiche Einflussfaktoren, die zur Entwicklung von Omni-Channel-Systemen beitragen,- Ziele des Omni-Channel Trades,

	<ul style="list-style-type: none"> - Ansätze zur Omni-Channel-Erfolgsrechnung und - Problembereiche des Omni-Channel-Trades (Kosten, Channel-Konflikte, Kannibalisierungseffekte und dgl.) - konzeptionelle Ansätze des Omni-Channel-Trades.
Lehrinhalte	<ul style="list-style-type: none"> - Grundlagen des E-Commerce - Umgang mit und Integration von neuen Medien - Handel im Internet, u.a. Plattformen bzw. Marktplätze im E-Commerce, Shop-Systeme, Sicherheitsaspekte, Zahlungssysteme - Suchmaschinen-Optimierung (SEO) - Einflussfaktoren (Auslöser) für die Entwicklung von Omni-Channel-Systemen - Konzeptionelle Ansätze des Omni-Channel Trade - Omni-Channel-Erfolgsrechnung - Kosten, Channel-Konflikte, Kannibalisierungseffekte - Projekt (Fallstudie) zur Anwendung der erlernten Kompetenzen
Unterrichtssprache	Deutsch
Literatur	Die aktuellen Literaturlisten werden den Studierenden zu Beginn des Semesters ausgeteilt.

Dozent/in	Lehrveranstaltungen	SWS
Prof. Dr. Peter Rose	Omni-Channel Trade	4
Prof. Dr. Peter Rose	Modulbezogene Übung	1

Schwerpunkt 3: Corporate Management

6. Semester		7. Semester	
Modul 1	Modul 2	Modul 3	Modul 4
Strategisches Handelsmanagement	Standortmanagement im Handel	Business Development	Steuerungssysteme im Handel
Category Management			

Modulbezeichnung: **Strategisches Handelsmanagement // Category Management**

Modulcode	6.10
-----------	------

Semester	6. Semester
Dauer	14 Wochen / einmal jährlich
Art	Wahlpflichtmodul
ECTS-Punkte	6
Studentische Arbeitsbelastung in h	180
Präsenzstudium in h	56 + 14
Selbststudium in h	124 (das Selbststudium beinhaltet auch den Arbeitsaufwand für die modulbezogene Übung als angeleitetes Selbststudium im Umfang von 14 h)
Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine
Verwendbarkeit	DSMiH und MiH
Prüfungsform / Prüfungsdauer (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)	Klausur (120 Minuten) oder mündliche Prüfung
Lehr- und Lernmethoden	Präsenzstudium, Seminar, angeleitetes Selbststudium, Übungen in Einzel- und Gruppenarbeit
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Peter M. Rose
Kompetenzziele	<p>Strategisches Handelsmanagement:</p> <ul style="list-style-type: none">- Nach Abschluss dieser Veranstaltung sehen die Studierenden die enge Verzahnung theoretischer Konzepte mit der Herangehensweise im Managementalltag. Sie können die Ausgangslage eines Unternehmens mit Hilfe diagnostischer Verfahren lokalisieren und Konzepte zur strategischen und operativen Markteinwirkung entwickeln.- Methodenkompetenz und grundlegendes Handwerkszeug wird vertieft und durch gezielte Übungen angewandt.

Category Management:
 Eine erfolgversprechende Wettbewerbsposition im Handel definiert sich in erster Linie über das Sortiment. Nach Abschluss dieser Veranstaltung verstehen die Studierenden das Category Management als optimale Ausschöpfung einer Warengruppe auf der Grundlage eines gemeinsam mit Industrie und Handel definierten Prozesses und der Zusammenarbeit in Projektteams. Das Ziel besteht in der Ausschöpfung von Potenzialen nach dem "win-win-win" Prinzip. Dabei erfolgt der Blick durch die "Verbraucher-Brille", d.h. bei der Sortimentsgestaltung wird eine kundenorientierte Perspektive eingenommen.

- Lehrinhalte
- Strategisches Handelsmanagement
- Marktanalyse für den Handel
 - Festlegung der Ziele des strategischen Handelsmanagements
 - strategisches und operatives Handelsmanagement
 - Analyse der Ausgangslage (diagnostische Verfahren)
 - Konzepte der Strategieentwicklung
 - das handelsmanagementstrategische Grundraster
 - Marktfeldstrategien im Handel
 - Festlegung der Sortiments-Zielgruppen-Kombination
 - Erfolgsfaktoren zur Implementierung der Strategie
 - Strategie-Evaluation
- Category Management
- Definition der Warengruppe
 - Status, Potenziale, Ziele
 - Sortimentsoptimierung
 - Regaloptimierung
 - Umsetzung in den Märkten
 - Erfolgskontrolle

Unterrichtssprache Deutsch

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

Dozent/in	Lehrveranstaltungen	SWS
Prof. Dr. Philip Maloney	Strategisches Handelsmanagement	2
Prof. Dr. Philip Maloney	Category Management	2
Prof. Dr. Philip Maloney	Modulbezogene Übung	1

Modulbezeichnung: **Standortmanagement im Handel**

Modulcode	6.11
-----------	------

Semester	6. Semester
Dauer	14 Wochen / einmal jährlich
Art	Wahlpflichtmodul
ECTS-Punkte	6
Studentische Arbeitsbelastung in h	180
Präsenzstudium in h	56 + 14
Selbststudium in h	124 (das Selbststudium beinhaltet auch den Arbeitsaufwand für die modulbezogene Übung als angeleitetes Selbststudium im Umfang von 14 h)
Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine
Verwendbarkeit	DSMiH und MiH
Prüfungsform / Prüfungsdauer (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)	Portfolio
Lehr- und Lernmethoden	Präsenzstudium, Seminar, angeleitetes Selbststudium, Übungen in Einzel- und Gruppenarbeit
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Peter M. Rose
Kompetenzziele	Nach Abschluss der Veranstaltung verstehen die Studierenden die Bedeutung des Standorts für den langfristigen Erfolg stationärer Verkaufsstellen und damit für die Wettbewerbsposition von Unternehmen. Sie können auf der Grundlage der Ergebnisse einer Marktstruktur- und Standort-Netzanalyse Standortkategorien abgrenzen und die strategische Ausgangssituation formulieren.
Lehrinhalte	<ul style="list-style-type: none">- Marktstruktur- und Standort-Netzanalyse- Empirisch- induktive Verfahren zur Planung von Einzelstandorten- Theoretisch-deduktive Verfahren zur Analyse von Einkaufsagglomerationen,- Center-Management

- Strategische und operative Standortplanung

Unterrichtssprache Deutsch

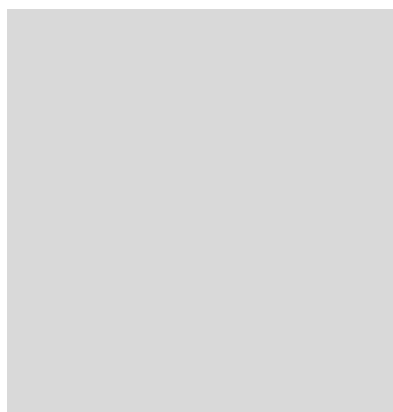
Literatur Die aktuellen Literaturlisten werden den Studierenden zu Beginn des Semesters ausgeteilt.

Dozent/in	Lehrveranstaltungen	SWS
Prof. Dr. Martin Schwardt	Standortmanagement im Handel	4
Prof. Dr. Martin Schwardt	Modulbezogene Übung	1

Modulbezeichnung: **Business Development**

Modulcode	7.10
-----------	------

Semester	7. Semester
Dauer	14 Wochen / einmal jährlich
Art	Wahlpflichtmodul
ECTS-Punkte	6
Studentische Arbeitsbelastung in h	180
Präsenzstudium in h	56 + 14
Selbststudium in h	124 (das Selbststudium beinhaltet auch den Arbeitsaufwand für die modulbezogene Übung als angeleitetes Selbststudium im Umfang von 14 h)
Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine
Verwendbarkeit	DSMiH und MiH
Prüfungsform / Prüfungsdauer (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)	Portfolio
Lehr- und Lernmethoden	Präsenzstudium, Seminar, angeleitetes Selbststudium, Übungen in Einzel- und Gruppenarbeit
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Ulrich Kuron
Kompetenzziele	<p>Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none">- das Business Development als Funktion zur Erschließung neuer Geschäftsfelder und damit Beitrag zur kontinuierlichen Weiterentwicklung von Handelsunternehmen beschreiben,- zukünftige Trends und Entwicklungen prognostizieren (z.B. den digitalen Wandel),- Konsumenten, Shopper, Mitbewerber und Märkte analysieren und somit das Geschäftsmodell ständig weiterentwickeln,- Produkt-, Warengruppen- und neue Geschäftsideen entwickeln,

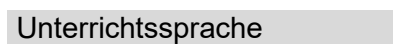


- auf der Grundlage eines fundierten Wissens in den Bereichen Finanzen, Wirtschaft und Recht neue Strategien entwickeln,
- die Bedeutung von Mergern und Akquisitionen für die Umsetzung der entwickelten Strategien einschätzen,
- betriebliche Abläufe formen und/oder überprüfen und somit Ansatzpunkte für deren Weiterentwicklung ableiten.
- die Verfahren der Unternehmensbewertung benennen, anwenden und beurteilen sowie
- Erlerntes unter Anwendung aktueller Bezüge kritisch reflektieren.



Lehrinhalte

- Frühaufklärungssysteme,
- Geschäftsmodellentwicklung,
- Warengruppenentscheidungen,
- Geschäftsideengenerierung,
- Business-Strategie-Entwicklung,
- Entwicklung von Finanzmanagementstrategien,
- Merger und Akquisitionen im Handelsumfeld
- Finanzierung der Geschäftsfeldentwicklung
- Unternehmensbewertungsmodelle
- Überprüfung rechtlicher Konsequenzen strategischer Entscheidungen.



Unterrichtssprache

Deutsch



Literatur

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

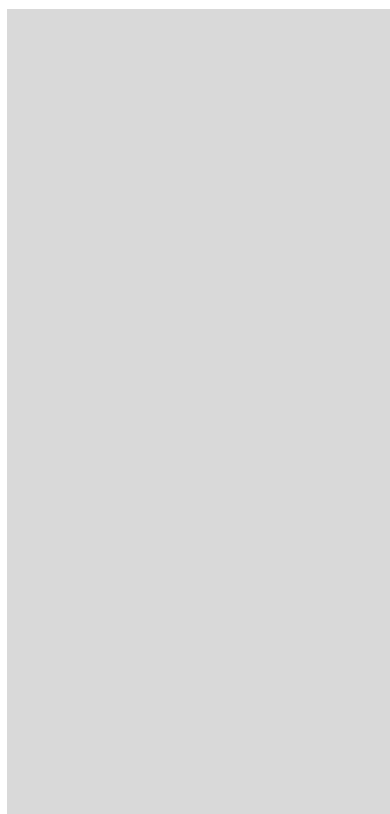
Dozent/in	Lehrveranstaltungen	SWS
Prof. Dr. Ulrich Kuron	Business Development	4
Prof. Dr. Ulrich Kuron	Modulbezogene Übung	1

Modulbezeichnung: **Steuerungssysteme im Handel**

Modulcode	7.11
-----------	------

Semester	7. Semester
Dauer	14 Wochen / einmal jährlich
Art	Wahlpflichtmodul
ECTS-Punkte	6
Studentische Arbeitsbelastung in h	180
Präsenzstudium in h	56 + 14
Selbststudium in h	124 (das Selbststudium beinhaltet auch den Arbeitsaufwand für die modulbezogene Übung als angeleitetes Selbststudium im Umfang von 14 h)
Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine
Verwendbarkeit	DSMiH und MiH
Prüfungsform / Prüfungsdauer (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)	Klausur (120 Minuten)
Lehr- und Lernmethoden	Präsenzstudium, Seminar, angeleitetes Selbststudium, Übungen in Einzel- und Gruppenarbeit
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Stephan Form

Kompetenzziele	<p>Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none">- die Bedeutung des Controllings für die Unternehmensführung aufzeigen,- Beteiligungscontrolling im Handel erläutern,- Kennzifferncockpit im Handel ableiten,- Entscheidungsfindung im Bereich Due Diligence durchführen,- die Anforderungen an das Controlling als Teil der Unternehmensführung benennen und die Wesenszüge des strategischen und operativen Controllings unterscheiden,
----------------	--

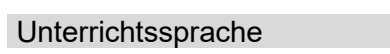


- Methoden des strategischen Controllings beschreiben und anwenden und sie zur Führung eines Unternehmens nutzen,
- zentrale Kenngrößen des strategischen Controllings erläutern, berechnen, in ihrer Aussagekraft beurteilen und unternehmenszielorientierte Entscheidungen aus diesen Kennzahlen herleiten,
- organisatorische Aspekte des strategischen Controllings einschätzen,
- das operative Controlling mit seinen Aufgaben und Instrumenten vom strategischen Controlling abgrenzen, z.B. unter Berücksichtigung von Sortimentsgestaltung, Standorts- und Betriebstypenplanung,
- Planungs- und Kontrollmethoden beschreiben und an auch komplexeren Problemlagen anwenden,
- Budgetierung, Kennzahlen und Kennzahlensysteme erläutern und Kennzahlen generieren,
- unternehmenszielorientierte Entscheidungen aus diesen Kennzahlen herleiten,
- das Berichtswesen zielgruppenorientiert gestalten und
- die Anforderungen des Controllings an das betriebliche Rechnungswesen anwendungsorientiert formulieren.



Lehrinhalte

- Controlling-Aufgaben in den Phasen der Strategiefindung, -durchsetzung und –umsetzung
- Instrumente des strategischen Controllings
- Kennzifferncockpit im Handel,
- Due Diligence,
- Beteiligungscontrolling,
- Strategische Planung und strategische Kontrolle
- Balanced Scorecard und wertorientierte Unternehmensführung
- Controlling-Organisation
- Begriff und Inhalt des operativen Controllings
- Klassische und moderne Formen der Budgetierung
- Kennzahlen und Kennzahlensysteme
- Berichtswesen



Unterrichtssprache

Deutsch



Literatur

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

Dozent/in	Lehrveranstaltungen	SWS
Prof. Dr. Stephan Form	Steuerungssysteme im Handel	4
Prof. Dr. Stephan Form	Modulbezogene Übung	1

Schwerpunkt 4: Human Resource Management

6. Semester		7. Semester	
Modul 1	Modul 2	Modul 3	Modul 4
Human Resource Management I: Operatives HRM	Mitarbeiterführung	Human Resource Management II: Strategisches HRM	Arbeits- und Sozialrecht
	Qualifizierung		

Modulbezeichnung: **Human Resource Management I: Operatives HRM**

Modulcode	6.12
-----------	------

Semester	6. Semester
Dauer	14 Wochen / einmal jährlich
Art	Wahlpflichtmodul
ECTS-Punkte	6
Studentische Arbeitsbelastung in h	180
Präsenzstudium in h	56 + 14
Selbststudium in h	124 (das Selbststudium beinhaltet auch den Arbeitsaufwand für die modulbezogene Übung als angeleitetes Selbststudium im Umfang von 14 h)
Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine
Verwendbarkeit	DSMiH und MiH
Prüfungsform / Prüfungsdauer (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)	Klausur (120 Minuten) oder mündliche Prüfung
Lehr- und Lernmethoden	Präsenzstudium, Seminar, angeleitetes Selbststudium, Übungen in Einzel- und Gruppenarbeit
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Martina Harms
Kompetenzziele	Die Studierenden <ul style="list-style-type: none">- können die Rolle des Personalmanagements im Handel einschätzen und korrespondierende Organisationsformen erläutern,- kennen qualitative und quantitative Verfahren der Personalplanung und wenden diese an,- kennen verschiedene Verfahren zur Personalauswahl und können verschiedene Wege zur Personalrekrutierung mit ihren Vor- und Nachteilen voneinander abgrenzen,- kennen Methoden zur Personaleinsatzplanung und wenden diese an,

	<ul style="list-style-type: none"> - sind mit Verfahren und Herausforderungen der Leistungsbeurteilung vertraut, - können die Bedeutung der Personalentwicklung einschätzen und verschiedene Methoden erläutern, - kennen die Bandbreite möglicher Konzepte der Personalentlohnung.
Lehrinhalte	<ul style="list-style-type: none"> - Rolle der Personalabteilung - Verschiedene Möglichkeiten der Organisation der Personalarbeit - Qualitative und quantitative Verfahren der Personalplanung - Personalauswahl und –rekrutierung - Personaleinsatz, Arbeitszeitmodelle - Personalbeurteilung - Personalentwicklung - Personalentlohnung
Unterrichtssprache	Deutsch
Literatur	Die aktuellen Literaturlisten werden den Studierenden zu Beginn des Semesters ausgeteilt.

Dozent/in	Lehrveranstaltungen	SWS
Prof. Dr. Martina Harms	Human Resource Management I: Operatives HRM	4
Prof. Dr. Martina Harms	Modulbezogene Übung	1

Modulbezeichnung: **Mitarbeiterführung // Qualifizierung**

Modulcode	6.13
-----------	------

Semester	6. Semester
Dauer	14 Wochen / einmal jährlich
Art	Wahlpflichtmodul
ECTS-Punkte	6
Studentische Arbeitsbelastung in h	180
Präsenzstudium in h	56 + 14
Selbststudium in h	124 (das Selbststudium beinhaltet auch den Arbeitsaufwand für die modulbezogene Übung als angeleitetes Selbststudium im Umfang von 14 h)
Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine
Verwendbarkeit	DSMiH und MiH
Prüfungsform / Prüfungsdauer (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)	Mitarbeiterführung: Klausur (60 Minuten) oder mündliche Prüfung Qualifizierung: Hausarbeit oder Referat
Lehr- und Lernmethoden	Präsenzstudium, Seminar, angeleitetes Selbststudium, Übungen in Einzel- und Gruppenarbeit
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Martina Harms / Prof. Dr. Elisabeth M. Krekel
Kompetenzziele	<p>Mitarbeiterführung: Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> • lernen verschiedene theoretische Konzepte zur Führung von Mitarbeiter/innen kennen und können diese auf ihre Praxisrelevanz hin einschätzen, • reflektieren die Rolle der Führungskraft und leiten hieraus Handlungsempfehlungen ab, • sind mit Führungsdilemmata vertraut und verfügen über Lösungsansätze und • erweitern ihre eigene Führungskompetenz <p>Qualifizierung:</p>

Zusammen mit einem Zusatzangebot und Selbststudium dient die Veranstaltung auch der Vorbereitung auf die Ausbildereignungsprüfung. Die Ausbildereignungsprüfung versetzt die Studierenden in die Lage, in Betrieben die Funktion als Ausbilder/in wahrzunehmen.

Lehrinhalte

Mitarbeiterführung:

- Theoretische Modelle zur Führung von Mitarbeiter/innen (z.B. Eigenschaftstheorie, Rollentheorie, situative Führungsmodelle, transaktionale versus transformationale Führung, systemisches Führen)
- Die Rolle der Führungskraft im Unternehmen
- Dilemmata der Führung
- Personalführung und Ethik
- Aktuelle Herausforderungen der Führung, z.B. Führung diverser Teams

Qualifizierung:
 Die Studierenden erwerben Grundkenntnisse über den Bereich der beruflichen Bildung, insbesondere in Deutschland.
 Im Rahmen der Lehrveranstaltung lernen die Studierenden die Voraussetzung für Ausbildung, deren Einbettung in das (Berufs-)Bildungssystem und deren Bedeutung für die Deckung des betrieblichen Fachkräftebedarfs kennen:

- Berufsausbildung in Deutschland
- das duale System der Berufsausbildung nach BBiG/HwO
- Ausbildungsstellenmarkt
- Finanzierung der Ausbildung

Unterrichtssprache Deutsch

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

Dozent/in	Lehrveranstaltungen	SWS
Prof. Dr. Leena Pundt	Mitarbeiterführung	2
Prof. Dr. Elisabeth Krekel	Qualifizierung	2
Prof. Dr. Leena Pundt	Modulbezogene Übung	1

Modulbezeichnung: **Human Resource Management II: Strategisches HRM**

Modulcode	7.12
-----------	------

Semester	7. Semester
Dauer	14 Wochen / einmal jährlich
Art	Wahlpflichtmodul
ECTS-Punkte	6
Studentische Arbeitsbelastung in h	180
Präsenzstudium in h	56 + 14
Selbststudium in h	124 (das Selbststudium beinhaltet auch den Arbeitsaufwand für die modulbezogene Übung als angeleitetes Selbststudium im Umfang von 14 h)
Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine
Verwendbarkeit	DSMiH und MiH
Prüfungsform / Prüfungsdauer (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)	Klausur (120 Minuten) oder mündliche Prüfung
Lehr- und Lernmethoden	Präsenzstudium, Seminar, angeleitetes Selbststudium, Übungen in Einzel- und Gruppenarbeit
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Martina Harms
Kompetenzziele	Die Studierenden <ul style="list-style-type: none">- können die strategische Rolle des Personalwesens einschätzen und erläutern,- können aktuelle Herausforderungen für das Personalmanagement wie z.B. demographische Entwicklung, Wertewandel, technologische Entwicklung etc. erläutern,- können verschiedene Facetten des Personalmarketings als Lösungsmöglichkeiten einordnen und erläutern (Diversity Management, Flexibilisierung der Arbeit, Betriebliches Gesundheitsmanagement, Work-Life-Balance, Arbeitgeberimage, Arbeitgebermarke etc.),

	<ul style="list-style-type: none"> - sind mit der Notwendigkeit des lebenslangen Lernens vertraut und kennen Möglichkeiten, dieses im Unternehmen zu verankern, - können verschiedene Vorgehensweisen beim Change Management voneinander abgrenzen und - kennen Konzepte des Personalcontrollings.
Lehrinhalte	<ul style="list-style-type: none"> - Die strategische Rolle des Personalmanagements - Aktuelle Herausforderungen für das Personalmanagement, z.B. demographische Entwicklung, Wertewandel, technologische Entwicklung etc. - Verschiedene Aspekte des Personalmarketings (Diversity Management, Flexibilisierung der Arbeit, betriebliches Gesundheitsmanagement, Work-Life-Balance, Arbeitgeberimage, Arbeitgebermarke etc.) - Lebenslanges Lernen - Change Management - Personalcontrolling
Unterrichtssprache	Deutsch
Literatur	Die aktuellen Literaturlisten werden den Studierenden zu Beginn des Semesters ausgeteilt.

Dozent/in	Lehrveranstaltungen	SWS
Prof. Dr. Martina Harms	Human Resource Management II: Strategisches HRM	4
Prof. Dr. Martina Harms	Modulbezogene Übung	1

Modulbezeichnung: **Arbeits- und Sozialrecht**

Modulcode	7.13
-----------	------

Semester	7. Semester
Dauer	14 Wochen / einmal jährlich
Art	Wahlpflichtmodul
ECTS-Punkte	6
Studentische Arbeitsbelastung in h	180
Präsenzstudium in h	56 + 14
Selbststudium in h	124 (das Selbststudium beinhaltet auch den Arbeitsaufwand für die modulbezogene Übung als angeleitetes Selbststudium im Umfang von 14 h)
Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine
Verwendbarkeit	DSMiH und MiH
Prüfungsform / Prüfungsdauer (Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten)	Klausur (120 Minuten)
Lehr- und Lernmethoden	Präsenzstudium, Seminar, angeleitetes Selbststudium, Übungen in Einzel- und Gruppenarbeit
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Desiree Kamm
Kompetenzziele	Nach der Veranstaltung verfügen die Studierenden über <ul style="list-style-type: none">- Fachkompetenz: Vertiefende Kenntnisse im Arbeitsrecht und im kollektiven Arbeitsrecht,- Methodenkompetenz: Erfassen von juristischen Grundlagen für Verhandlungen mit Arbeitnehmer/innen und kollektiven Interessenvertreter/innen,- juristische Methodenkompetenz bei der Begründung und Beendigung von Arbeitsverhältnissen und Beilegung von Meinungsverschiedenheiten zwischen Betriebsrat und Arbeitgeberseite,- Sozialkompetenz: Fallbearbeitung und Üben wechselseitiger struktureller Konflikte zwischen

	Arbeitgeber- und Arbeitnehmerseite sowie Interessenvertretungen.
Lehrinhalte	<p>Die Veranstaltung dient der Vermittlung von Kenntnissen im kollektiven und individuellen Arbeitsrecht.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Grundlagen des Arbeitsrechts - Begründung des Arbeitsverhältnisses, insbes. Formen der Vertragsgestaltung im Handel, wie Abrufarbeit und (geringfügige) Teilzeitbeschäftigung - Inhalte des Arbeitsverhältnisses, unter Berücksichtigung der im Handel vorherrschenden weiblichen Beschäftigung - Unterschiedliche Formen der Beendigung von Arbeitsverhältnissen - Besondere Formen kollektiver Interessenvertretungen im Handel nach § 3 BetrVG - Die unterschiedlichen Mitbestimmungsformen auf Unternehmens- und Betriebsebene - Aufgaben und die Rechtsstellung des Betriebsrats - Zusammenarbeit zwischen Arbeitgeber und Betriebsrat - Materiellen Beteiligungsrechte des Betriebsrats - Formen der Konfliktlösung zwischen Arbeitgeber und Betriebsrat - unterschiedliche Regelungsformen
Unterrichtssprache	Deutsch
Literatur	Die aktuellen Literaturlisten werden den Studierenden zu Beginn des Semesters ausgeteilt.

Dozent/in	Lehrveranstaltungen	SWS
Prof. Dr. Désirée Kamm	Arbeits- und Sozialrecht	4
Prof. Dr. Désirée Kamm	Modulbezogene Übung	1