Modulhandbuch

Internationales Projektmanagement
berufsbegleitender Bachelorstudiengang

Stand: Mai 2026
gültig ab WS26/27

Hochschule München

Fakultät für Studium Generale und Interdisziplinäre Studien FK 13

in Zusammenarbeit mit der Fakultät für
Betriebswirtschaftslehre FK 10

INHALTSVERZEICHNIS

Inhaltsverzeichnis 2

Modulplan 1. Semester 5

Interkulturelle Kommunikation 1.1 IP 6

Internationales Projektmanagement Basics 1.2 IP 8

Buchführung 1.3 IP 10

Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre 1.4 IP 11

Modulplan 2. Semester 12

Sprachmodul I - Deutsch-Kommunikation, Kultur und Kommunikation: Grundlagen 2.1 IP 13

Sprachmodul I - Spanisch-Kommunikation, Kultur und Kommunikation: Grundlagen 2.1 IP 14

Internationales Projektmanagement - Tools 2.2 IP 15

Grundlagen der Volkswirtschaftslehre und Wirtschaftspolitik im internationalen Vergleich 2.3 IP 16

Einführung in die Psychologie 2.4 WP 18

Grundlagen der Finanzierung und Investition 2.4 UF 19

Europäische Kulturgeschichte I (Nur für Vertiefungsrichtung „Kultur" - bis zur 11. Kohorte galt 3.4 WP) 2.4 K 20

Modulplan 3. Semester 22

Sprachmodul II - Deutsch-Kommunikation, Kultur und Kommunikation: Studium 3.1 IP 23

Sprachmodul II - Spanisch-Kommunikation, Kultur und Kommunikation: Studium 3.1 IP 25

Internationales Projektmanagement Global Virtual Teams 3.2 IP 26

Sozialpsychologie 3.3 WP 28

Arbeits- und Organisationspsychologie (bis zur 11. Kohorte galt 5.2 WP) 3.4 WP 30

Internationale Arbeitsmärkte, Bildung und Sozialpolitik in Europa (Nur für Vertiefungsrichtung "Betriebswirtschaftslehre und Unternehmensführung" und „wirtschaftspsychologie“) 3.4 IP 32

Grundlagen der Personalwirtschaft 3.3 UF 34

Grundlagen der Bilanzierung und Jahresabschluss 3.4 UF 35

Europäische Kulturgeschichte II (Nur für Vertiefungsrichtung „Kultur"- bis zur 11. Kohorte galt 3.4 WP) 3.3 K 37

Internationales Kulturmanagement (Nur für Vertiefungsrichtung „Kultur"- bis zur 11. Kohorte galt 4.2 K) 3.4 K 39

Modulplan 4. Semester 41

Sprachmodul III - Deutsch-Kommunikation, Kultur und Kommunikation: Wissenschaft 4.1 IP 42

Sprachmodul III - Spanisch-Kommunikation, Kultur und Kommunikation: Wissenschaft 4.1 IP 44

Internationales Projektmanagement Agility and Entrepreneurship 4.3 IP 45

Personalpsychologie 4.3 WP 47
Datenerhebung & Statistik 4.4 WP 49
Wirtschaftsprivatrecht 4.3 UF 51
Grundlagen der Kosten- und Leistungsrechnung / Controlling 4.4 UF 52
Kultur: Theorien und Methoden (Nur für Vertiefungsrichtung „Kultur"- bis zur 11. Kohorte galt 5.1 K) 4.3 K 53
Kulturvermittlung (Nur für Vertiefungsrichtung „Kultur" - bis zur 11. Kohorte galt 5.2 K) 4.4 K 55
Modulplan 5. Semester 57
Wirtschaftsenglisch I 5.1 IP 58
Politikmanagement und dessen Rahmenbedingungen 5.2 IP 59
Markt- und Werbepsychologie 5.3 WP 61
Führungspsychologie und international Leadership 5.4 WP 63
Wirtschafts- und Finanzmathematik 5.3 UF 65
Grundlagen der Unternehmensorganisation 5.4 UF 66
Internationales Kulturmarketing (Nur für Vertiefungsrichtung „Kultur" - bis zur 11. Kohorte galt 6.1 K) 5.3 K 68
Kultur und Finanzen (Nur für Vertiefungsrichtung „Kultur" - bis zur 11. Kohorte galt 6.2 K) 5.4 K 70
Modulplan 6. Semester 72
Wirtschaftsenglisch II 6.1 IP 73
Internationales Projektmanagement Megaprojects 6.2 IP 74
Psychologische Diagnostik 6.3 WP 76
Change Management 6.4 WP 78
Grundlagen des Marketings 6.3 UF 80
Vertiefung volkswirtschaftlicher Fragestellungen: Makroökonomie und Wirtschaftspolitik 6.4 UF 81
Kultur und internationales Recht (Nur für Vertiefungsrichtung „Kultur" - bis zur 11. Kohorte galt 7.1 K) 6.3 K 83
Kultur und Digitalisierung (Nur für Vertiefungsrichtung „Kultur" - bis zur 11. Kohorte galt 7.2 K) 6.4 K 84
Modulplan 7. Semester 86
Vertragsrecht im internationalen Projektmanagement 7.1 IP 87
Internationale Wirtschaftsbeziehungen 7.2 IP 88
Interkulturelle Kooperation 7.3 IP 90
Wissenschaftliches Arbeiten 7.4 IP 92
Modulplan 8. Semester 93
Arbeitsrecht 8.1 IP 94

Internationale Bildungsarbeit (Nur für Vertiefungsrichtung „Kultur") 8.1 K 95
Internationales Projektmanagement - Trends 8.2 IP 97
Kultur- und Länderstudien 8.3 IP 101
Allgemeinwissenschaften 8.4 IP 103
Modulplan Praxisphase 1 104
Praxisphase I 9.1 105
Praxisseminar I 9.2 IP 106
Modulplan Praxisphase 2 107
Praxisphase II 10.1 108
Praxisseminar II 10.2 IP 109
Modulplan 11. Semester 110
Psychologische Gesprächs- und Beratungskompetenz für interkulturelle Arbeitskontexte 11.1 WP 111
Führen durch Überzeugen: Personalwirtschaftliche Verhandlungsführung, Wirtschaftsethik, Compliance, CSR, Megatrends, Nachhaltigkeit 11.1 UF 113
Kulturprojekt 11.1 K 115
Bachelorarbeit und Kolloquium 11. 2 117

MODULPLAN 1. SEMESTER

INTERKULTURELLE KOMMUNIKATION 1.1 IP

Studiensemester 3. Semester	**Häufigkeit** 1 mal jährlich (im WiSe)	**Dauer** 1 Semester	**Geplante Gruppengröße** Maximal 40
Lehrveranstaltung • Kultur und interkulturelle Kompetenz • Interkulturelle Kommunikation	**Präsenzzeit** 4 SWS	**Workload/Selbststudium** 150h / 90h (einschließlich Prüfungsvorbereitung)	**ECTS** 5
Modulverantwortliche/r Prof. Dr. Katharina von Helmolt	**Lehrende/r** Prof. Dr. Katharina von Helmolt /Prof. Dr. Peter Jandok		
Lehrinhalte	**Im Rahmen des Moduls werden folgende Themen behandelt:** • Zentrale Modelle der Beschreibung von Kultur und interkultureller Kommunikation • Kultur als Einflussgröße auf Denken, Wahrnehmen und Handeln • Kultur als Ergebnis gesellschaftlicher Aushandlungsprozesse • Stereotypen, Vorurteile, Rassismus • Chancen und Herausforderungen interkultureller Kommunikation • Interkulturelles Lernen • Interkulturelle Kompetenz • Reflexion persönlicher interkultureller Kompetenz und ihrer Relevanz für eine Beschäftigungsfähigkeit auf dem deutschen und dem internationalen Arbeitsmarkt *Die Themen werden anhand von Schlüsselbegriffen erschlossen und anhand von Theorien und Modellen vertieft.*		
Kompetenzorientierte Lernziele	**Fach- und Methodenkompetenz** • Die Studierenden sind für den Einfluss von Kultur auf Denken, Wahrnehmen und Handeln sensibilisiert. Sie wissen um die Vielfalt kultureller Ausdrucksformen und können Kultur als Ergebnis interpersonaler und gesellschaftlicher Aushandlungsprozesse deuten. • Die Studierenden kennen grundlegende Kommunikationsmodelle und den Zusammenhang zwischen Kultur und Kommunikation. • Sie können die Wirkung kulturspezifischer Kommunikationsgewohnheiten und den Prozess der Kommunikation theoretisch beschreiben und dieses Wissen auf unbekannte interkulturelle Situationen anwenden. • Nach dem Besuch der Lehrveranstaltung sind die Studierenden in der Lage, die gelernten Modelle und Theorien auf neue Themenstellungen vergleichbarer Komplexität anzuwenden. Sie können interkulturelle Situationen selbstständig analysieren und bearbeiten. **Kommunikative und soziale Kompetenzen** • Die Studierenden vertiefen die Kompetenz des differenzierenden Beobachtens und Reflektierens von interkulturellen Situationen. • Sie erwerben Strategien der Gestaltung von Kommunikation und Interaktion wie zum Beispiel aktives Zuhören in der interkulturellen Zusammenarbeit. • Die Studierenden können Kenntnisse, Fähigkeiten und Fertigkeiten in Bezug auf Kommunikation einsetzen, um interkulturelle		

	Missverständnisse und Konflikte zu vermeiden bzw. zu bearbeiten und Kooperationsprozesse zielgerichtet zu steuern. **Selbstkompetenz** • Die Studierenden erkennen die eigene kulturelle Prägung. Sie können ihre eigenen Einstellungen und Haltungen reflektieren. • Sie können die erworbenen Kenntnisse und Methoden anwenden, um ihren eigenen interkulturellen Lernprozess zu reflektieren und zu steuern.
Vorkenntnisse/Teilnah-mevoraussetzungen	Keine
Verwendung des Moduls	Sozialwissenschaften Kulturwissenschaften Kommunikationswissenschaften Interkulturelles Management
Prüfungsform	Schriftliche Prüfung 90 min oder Modularbeit
Lehrformen	Seminaristischer Unterricht
Lehrmethoden	DozentInnenvortrag, Gruppenarbeit, Textanalyse, Fallanalyse, Selbstreflexion
Literatur	• Straub, J.; Weidemann, A.; Weidemann, D. (Hg.) (2007): Handbuch Interkulturelle Kommunikation und Kompetenz. Grundbegriffe – Theorien – Anwendungsfelder. Stuttgart Metzler. • Lüsebrink, J. (2012): Interkulturelle Kommunikation. Interaktion, Fremdwahrnehmung, Kulturtransfer. 3. Auflage. Stuttgart: Metzler • Bolten, J. (2015): Einführung in die Interkulturelle Wirtschaftskommunikation. 2. Auflage. Stuttgart: utb. • Schugk, M. (2014): Interkulturelle Kommunikation in der Wirtschaft: Grundlagen und Interkulturelle Kompetenz für Marketing und Vertrieb. München: Vahlen. • Weitere aktuelle Literatur wird jeweils in den Veranstaltungen bekannt gegeben.

INTERNATIONALES PROJEKTMANAGEMENT BASICS 1.2 IP

Studiensemester 2. Semester	**Häufigkeit** 1 mal jährlich (im WiSe)	**Dauer** 1 Semester	**Geplante Gruppengröße** Maximal 40
Lehrveranstaltung Internationales Projektmanagement Basics	**Präsenzzeit** 4 SWS	**Workload/Selbststudium** 150h / 90 h (einschließlich Prüfungsvorbereitung)	**ECTS** 5
Modulverantwortliche/r Prof. Dr. Daniel Ittstein	**Lehrende/r** Daniel Fried		
Lehrinhalte	**Im Rahmen des Moduls werden folgende Themen behandelt:** • Einführung in das Projektmanagement • Definition und Abgrenzung von Projekten • Planung und Durchführung von Projekten • Risiko- und Stakeholdermanagement in Projekten • Projektcontrolling und Change Management • Management von internationalen Projekten und virtuellen Teams • Anwendungsbereiche und Überblick agiler Projektmanagementmethoden		
Kompetenzorientierte Lernziele	**Fach- und Methodenkompetenz** • Nach Besuch dieses Moduls sind die Studierenden in der Lage, die wesentlichen Methoden und Werkzeuge (inkl. MS Project) des internationalen Projektmanagements zu erklären und zu präsentieren. • Sie können die Methoden und Werkzeuge auf Fallbeispiele des Internationalen Projektmanagements anwenden. Dabei sind sie in der Lage im Team geeignete Lösungsansätze für die Problemstellungen zu erarbeiten und zu präsentieren. **Kommunikative und soziale Kompetenzen** • Sie können fachbezogene Positionen und Problemlösungen formulieren und argumentativ verteidigen. Im Team werden einzelne Themen erarbeitet und vor der Gruppe präsentiert. Im Team erwerben die Studierenden die Fähigkeit Standpunkte und Lösungsvorschläge zu Fragen des fachspezifischen Inhalts zum Internationalen Projektmanagements zu präsentieren, erklären und zu begründen. Sie sollten idealer Weise erste Präsentationen und Diskussionen auf Englisch führen. • Sie können Verantwortung in einem Team übernehmen. Die Studierenden organisieren sich effektiv in arbeitsteiligen Gruppen und arbeiten kooperativ und kollegial an Problemstellungen zum Internationalen Projektmanagement. • Sie können die eigene kulturelle Prägung reflektieren und sich in interkulturellen Arbeitskontexten angemessen und zielorientiert verhalten. **Selbstkompetenz** • Sie können selbständig weiterführende Lernprozesse gestalten indem sie zentrale Begriffe des internationalen Projektmanagements so weit erlernt haben, dass sie weiterführende Informationen und noch komplexere Strukturen eigenständig erschließen und verarbeiten können. Sie kennen die wesentlichen Begriffe auf Englisch und haben die Fähigkeit erworben Fallbeispiele auf Englisch zu lesen und zu verstehen.		

Vorkenntnisse/Teilnah-mevoraussetzungen	Keine
Verwendung des Moduls	Projektmanagement
Prüfungsform	Modularbeit
Lehrformen	Seminaristischer Unterricht, Projektarbeit
Lehrmethoden	Aktivierung des Vorwissens, Brainstorming, Diskussion, Dozentenvortrag, Fallanalyse, Gruppenarbeit, Kleingruppen-Coaching, Problembasiertes Lernen, praxisbezogene Projektarbeit, Selbstreflektion, Übung.
Literatur	• Bea, F. X.; Scheurer, S.; Hesselmann, S. (2011): Projektmanagement. 2., überarbeitete und erweiterte Auflage. Konstanz und München • Hoffmann, H. E. (Hg.) (2004): Internationales Projektmanagement. Interkulturelle Zusammenarbeit in der Praxis. München • Kerzner, H. (2013): Project Management Case Studies. 4th ed. Chichester • Köster, K. (2010): International Project Management. London • Milošević, Dragan; Patanakul, Peerasit; Srivannaboon, Sabin (Hg.) (2010): Case studies in project, program, and organizational project management. Hoboken • Weitere Literatur wird im Seminar bekannt gegeben

BUCHFÜHRUNG 1.3 IP

Studiensemester 2. Semester	**Häufigkeit** 1 mal jährlich (im SoSe)	**Dauer** 1 Semester	**Geplante Gruppengröße** Maximal 40
Lehrveranstaltung Buchführung	**Präsenzzeit** 4 SWS	**Workload/Selbststudium** 150h / 90h (einschließlich Prüfungsvorbereitung)	**ECTS** 5
Modulverantwortliche/r Prof. Dr. Daniel Ittstein	**Lehrende/r** Josef Ellenrieder		
Lehrinhalte	Das Modul Buchführung vermittelt die Grundlagen der Buchführung. **Im Rahmen des Moduls werden folgende Themen behandelt:** • Betriebswirtschaftliche Grundlagen der Buchführung • Abhängigkeit Jahresabschluss und Buchführung • Eröffnungs- & Schlussbilanz • Eröffnen und Schließen von Konten • Bildung von Buchungssätzen • Zusammenhang Inventur, Inventar und Buchführung Die Themen werden anhand von Übungen, Fallbeispielen und Case Studies vertieft.		
Kompetenzorientierte Lernziele	**Fach- und Methodenkompetenz** Nach Besuch dieses Moduls verfügen die Studenten Grundlagenwissen zur Buchführung und können Zusammenhänge der Buchführung und des Geschäftsbetriebes erklären. Sie können Buchungssätze erstellen und Eröffnungs- und Schlussbilanzen ableiten. Sie können das erworbene Wissen zur Beurteilung für sie neuer Bilanzen anwenden**.** Sie können Problemlösungen und Argumente zur Beurteilung von buchhalterischen Sachverhalten erarbeiten und geeignete Lösungen schlussfolgern. Sie können Vor- und Nachteile zur Bewertung im Zusammenhang mit der Bilanzgestaltung abwägen. **Kommunikative und soziale Kompetenzen** Durch ein Mentoring Model unter den Kursteilnehmern bekommen die Studenten den Anreiz ihr Wissen anzuwenden, weiterzugeben und dadurch zu wiederholen. Sie können fachbezogene Positionen und Problemlösungen formulieren und argumentativ verteidigen. **Selbstkompetenz** Die Studierenden werden durch Teamarbeit dazu ermutigt ihre Lösungsansätze zu reflektieren. Das Lösen von Case Studies fördert eigenständiges Denken und Arbeiten.		
Vorkenntnisse/Teilnahmevoraussetzungen	Erfolgreiche Teilnahme am Modul Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre ist empfehlenswert.		
Verwendung des Moduls	Betriebswissenschaften Finanzmanagement / Finanzverwaltung		
Prüfungsform	Schriftliche Prüfung 90 min		
Lehrformen	Seminaristischer Unterricht		
Lehrmethoden	**Vorschläge:** Aktivierung des Vorwissens, Diskussion, Dozentenvortrag, E-Learning-Material, Gruppenarbeit, Kleingruppen-Coaching, Mind-Mapping, Partnerarbeit, Problembasiertes Lernen, Referat, Übung, Case Study		
Literatur	• Buchholz, R.: Grundzüge des Jahresabschlusses nach HGB und IAS. München. • Bornhöfen, M.: Grundlagen der Buchführung für Industrie- und Handelsbetriebe. München • Weitere aktuelle Literatur wird im Seminar bekannt gegeben		
	•		

EINFÜHRUNG IN DIE ALLGEMEINE BETRIEBSWIRTSCHAFTSLEHRE 1.4 IP

Studiensemester 1. Semester	**Häufigkeit** 1 mal jährlich (im WiSe)	**Dauer** 1 Semester	**Geplante Gruppengröße** Maximal 40
Lehrveranstaltungen Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre	**Präsenzzeit** 4 SWS	**Workload/Selbststudium** 150h / 90 h (einschließlich Prüfungsvorbereitung)	**ECTS** 5
Modulverantwortliche/r Prof. Dr. Daniel Ittstein	**Lehrende/r** Dr. Markus Kraus		
Lehrinhalte	**Im Rahmen des Moduls werden folgende Themen behandelt:** • Einführung in den Gegenstand der BWL • Grundlagen betriebswirtschaftlicher Theorien und Modelle • Unternehmensprozesse und Wertschöpfung • Grundlagen in den Bereichen: o Unternehmensstrategie o Beschaffung- und Materialwirtschaft o Produktionsmanagement o Marketing und Vertrieb o Finanzierung o Controlling o Personalmanagement o Organisation		
Kompetenzorientierte Lernziele	Die Studierenden: • sind in der Lage, betriebswirtschaftliche Sichtweisen und Zusammenhänge zu verstehen, zu bewerten und sachgerecht wiederzugeben (Fachkompetenz). • können zentrale Frameworks aus den Bereichen Unternehmensführung und aus den grundlegenden Unternehmensprozessen identifizieren (Fachkompetenz) sowie praxisorientierte Übungen gemeinsam lösen (Methodenkompetenz). • kennen die wesentlichen Grundzüge der betrieblichen Rechnungslegung sowie Finanzierung (Fachkompetenz). • lernen praxisrelevante Personal- und Organisationsaspekte in Unternehmen kennen und leiten Implikationen für die spätere eigene Tätigkeit als MitarbeiterX / ManagerX ab (Methodenkompetenz/ Selbstkompetenz). • sind in der Lage, eigene Analysen auf Basis der vermittelten Konzepte und Methoden durchzuführen, Verantwortung zu übernehmen und erarbeitete Ergebnisse überzeugend vorzutragen (Kommunikative und soziale Kompetenzen).		
Vorkenntnisse/Teilnah-mevoraussetzungen	Keine		
Verwendung des Moduls	Wirtschaftswissenschaften Betriebswirtschaftswissenschaften		
Prüfungsform	Schriftliche Prüfung 90 min. oder ModA		
Lehrformen	Seminaristischer Unterricht		
Lehrmethoden	Da grundsätzlich keine Vorkenntnisse vorausgesetzt werden können, steht zunächst die Erläuterung der elementaren Begriffe, Konzepte und deren Verwendung im Vordergrund. Deshalb: a) Dozentenvortrag b) E-Learning-Material c) Durchführung von Übungen		
Literatur	Thommen, J.-P.; Achleitner, A.-K. et al (2020): Allgemeine Betriebswirtschaftslehre (Lehrbuch), 9. Auflage, Springer Gabler, Wiesbaden.		

MODULPLAN 2. SEMESTER

SPRACHMODUL I - DEUTSCH-KOMMUNIKATION, KULTUR UND KOMMUNIKATION: GRUNDLAGEN 2.1 IP

Studiensemester 1. Semester	**Häufigkeit** 1-mal jährlich (im WiSe)	**Dauer** 1 Semester	**Geplante Gruppengröße** Maximal 25
Lehrveranstaltung Deutsch - Kultur und Kommunikation: Grundlagen	**Präsenzzeit** 4 SWS	**Workload/Selbststudium** 150 h / 90 h (einschließlich Prüfungsvorbereitung)	**ECTS** 5
Modulverantwortliche/r Prof. Dr. Peter Jandok	**Lehrende/r** Prof. Dr. Peter Jandok		
Lehrinhalte	**Im Rahmen des Moduls werden folgende Themen behandelt:** • Kulturelle und populärwissenschaftliche Themen (z.B. Sprache, Emotionen, Sport, berufliche Erfolgsfaktoren, Zukunft der Arbeit, Technik, Umwelt, Geschichte) • Komplexe Textsorten (z.B. Zusammenfassung, Stellungnahme, Beschreibungen von Grafiken/Statistiken) • Grammtische Phänomene und Redemittel, welche für deren Rezeption und Produktion nötig sind (Präteritum, Konnektoren, Satzstellung, Wortbildung, Partizipialattribute und Relativsätze) • Hör- und Leseverstehen • Grundlagen der Vortrags- und Präsentationstechniken		
Kompetenzorientierte Lernziele	**Fach- und Methodenkompetenz** Die Studierenden • sind in der Lage längere abstrakte und komplexe Texte und Hörtexte auch zu nicht vertrauten kulturellen und populärwissenschaftlichen Themen zu verstehen. • können Aufbau und Spezifika der behandelten Textsorten erklären. • sind in der Lage unter Beachtung textsortentypischer Spezifika gut strukturierte Texte zu verfassen. • können die behandelten grammatischen Phänomene erklären und in geschlossenen Übungsformen sowie beim freien Schreiben/Sprechen produzieren. **Kommunikative und soziale Kompetenz** • können die behandelten Inhalte (auch in Präsentationen) gut strukturiert und klar zusammenfassen und ihre Meinung dazu äußern. • können alltägliche kulturelle Gepflogenheiten der deutschsprachigen Kultur mit denen der Herkunftskultur vergleichen. • arbeiten in Partner- und Kleingruppen kooperativ und stellen sich so gewonnene Ergebnisse vor, um im Studien- und Berufsleben die Arbeit in multinationalen Teams effizient gestalten zu können. **Selbstkompetenz** Durch Vor- und Nachbereitungen der Lehrveranstaltungen sowie Feedback zu ihrer Leistung kennen die Studierende ihre Stärken und Schwächen und können so auch selbständig ihr Deutsch verbessern.		
Vorkenntnisse/Teilnahmevoraussetzungen	Zulassungsvoraussetzung für das Studium: Nachweis von Deutschkenntnissen Da zwischen Nachweis von Deutschkenntnissen auf C1-Niveau und der Studienaufnahme häufig einige Zeit vergeht, ergibt es Sinn bei Niveau B2 zu beginnen.		
Verwendung des Moduls	Vorbereitung internationaler Studierender auf Projektmanagement in einem deutschsprachigen Umfeld.		
Prüfungsform	Schriftliche Prüfung 90 min + Präsentation 15-20 min		
Lehrformen	Seminaristischer Unterricht		
Lehrmethoden	Aktivierung des Vorwissens, Brainstorming, Diskussion, Gruppenarbeit, Lehrgespräch, Mind-Mapping, Partnerarbeit, Referat, Textanalyse, Übung		
Literatur	Buscha, A.; Raven, S.; Szita, S. (2010): Erkundungen. Deutsch als Fremdsprache Kompakt C1. Integriertes Kurs- und Arbeitsbuch. Leipzig: Schubert Verlag		

SPRACHMODUL I - SPANISCH-KOMMUNIKATION, KULTUR UND KOMMUNIKATION: GRUNDLAGEN 2.1 IP

Studiensemester 1. Semester	**Häufigkeit** 1-mal jährlich (im WiSe)	**Dauer** 1 Semester	**Geplante Gruppengröße** Maximal 25
Lehrveranstaltung Spanisch I - Kommunikation und Kultur	**Präsenzzeit** 4 SWS	**Workload/Selbststudium** 150 h / 90 h (einschließlich Prüfungsvorbereitung)	**ECTS** 5
Modulverantwortliche/r Prof. Dr. María Begoña Prieto Peral	**Lehrende/r** Karina Hernandez		
Lehrinhalte	**Im Rahmen des Moduls werden folgende Themen behandelt:** • Alltagsthemen und deren Idiomatik in vorwiegend dialogischen Situationen (Informationen zur Person, Herkunft, Studium, Erfahrungen im Ausland, Freizeit, Sport, Tagesablauf, Weg- und Ortsbeschreibung, vergangene Ereignisse,) • Authentische einfache kurze Hör- und Videotexte zu Alltagssituationen • Kurze einfache Lesetexte auch zu landeskundlich und interkulturell relevanten Themen (Gepflogenheiten des Alltags in spanischsprechenden Ländern) • Einfache grammatische Phänomene und Redemittel im funktionalen und kulturspezifischen Zusammenhang (Präsens, Perfekt, Wortschatz, Konnektoren, Satzstellung) • Schriftliche Produktion (einfache kurze Beschreibung, Briefe, E-Mails, Mitteilung, Bericht, Formularausfüllen)		
Kompetenzorientierte Lernziele	**Fach- und Methodenkompetenz** Die Studierenden • sind in der Lage sehr einfache kurze Texte und Hörtexte zu vertrauten Alltagssituationen zu verstehen. • können sich zu vertrauten Themen unter Verwendung einfacher Ausdrücke und Sätze verständigen. • sind in der Lage einfache Mitteilungen zu verfassen und Formulare mit persönlichen Angaben auszufüllen. • können die behandelten einfachen grammatischen Phänomene in geschlossenen Übungsformen sowie beim freien Schreiben/Sprechen produzieren. **Kommunikative und soziale Kompetenzen** • können in vertrauten einfachen dialogischen Alltagssituationen mit einfachen sprachlichen Mitteln kommunizieren**.** • können einfache alltägliche Gegebenheiten der spanischen Kultur mit denen der Herkunftskultur vergleichen und sich in diesen Kontexten angemessen verhalten. • arbeiten in Partner- und Kleingruppen kooperativ, um im Studien- und Berufsleben kommunizieren und interagieren zu können. **Selbstkompetenz** Durch Vor- und Nachbereitungen der Lehrveranstaltungen sowie Feedback zu ihrer Leistung kennen die Studierende ihre Stärken und Schwächen und können so auch selbständig ihre Sprachkompetenz verbessern.		
Vorkenntnisse/Teilnahmevoraussetzungen	Keine sprachliche Voraussetzung.		
Verwendung des Moduls	Vorbereitung internationaler Studierender auf Projektmanagement in einem spanischsprachigen Umfeld.		
Prüfungsform	Schriftliche Prüfung 90 Min + Präsentation 15-20 min		
Lehrformen	Seminaristischer Unterricht		
Lehrmethoden	Rollenspiele, Gruppenarbeit, Partnerarbeit, Textanalyse, Übung		
Literatur	Meta profesional A1-A2 Spanisch für den Beruf Kursbuch mit Audio-CD. Klett Verlag		

INTERNATIONALES PROJEKTMANAGEMENT - TOOLS 2.2 IP

Studiensemester 3. Semester	**Häufigkeit** 1 mal jährlich	**Dauer** 1 Semester	**Geplante Gruppengröße** Maximal 25
Lehrveranstaltung Internationales Projektmanagement - Tools	**Präsenzzeit** 4 SWS	**Workload/Selbststudium** 150 h / 90 h (einschließlich Prüfungsvorbereitung)	**ECTS** 5
Modulverantwortliche/r Prof. Dr. Daniel Ittstein	**Lehrende/r** Daniel Fried (PMP, PfMP)		
Lehrinhalte	**Im Rahmen des Moduls werden folgende Themen behandelt:** • Grundfunktionalitäten PM Tools klassisches Projektmanagement (i.W. MS Project) • Grundfunktionalitäten PM Tool agiles Projektmanagement (i.W. Jira) • Aufsatz eines effektiven Projektcontrollings • Generieren eines aussagefähigen Projektreportings		
Kompetenzorientierte Lernziele	**Fach- und Methodenkompetenz** • Nach Besuch dieses Moduls beherrschen die Studierenden die Grundfunktionalitäten der Projektplanungssoftware MS Project (klassisch) und Jira (agil). • Die Studierenden können einfache und mittelkomplexe Projektsachverhalte in der Software abbilden und auf sich verändernde Bedingungen innerhalb des Projektlebenszyklus reagieren. • Sie können ein auf die spezifische Projektsituation angepasstes Projektreporting aufsetzen und die wesentlichen Schlüsse ableiten. **Kommunikative und soziale Kompetenz** • Sie können fachbezogene Positionen und Problemlösungen formulieren und argumentativ verteidigen. Im Team werden einzelne Themen erarbeitet und vor der Gruppe präsentiert. Im Team erwerben die Studierenden die Fähigkeit, Standpunkte und Lösungsvorschläge zu Fragen des fachspezifischen Inhalts zum Projektplanungsfragen zu präsentieren, erklären und zu begründen. Sie sollten idealerweise erste Präsentationen und Diskussionen auf Englisch führen. • Sie können Verantwortung in einem Team übernehmen. Die Studierenden organisieren sich effektiv in arbeitsteiligen Gruppen und arbeiten kooperativ und kollegial an Problemstellungen im Kontext Projektplanung. **Selbstkompetenz** • Sie können selbständig weiterführende Lernprozesse gestalten indem sie zentrale Begriffe der Projektplanung so weit erlernt haben, dass sie weiterführende Informationen und noch komplexere Strukturen eigenständig erschließen und verarbeiten können. Sie kennen die wesentlichen Begriffe auf Englisch und haben die Fähigkeit erworben Fallbeispiele auf Englisch zu lesen und zu verstehen.		
Vorkenntnisse/Teilnahmevoraussetzungen	Erfolgreicher Abschluss des Moduls Internationales Projektmanagement I		
Verwendung des Moduls	Projektmanagement		
Prüfungsform	Modularbeit + Praktische Prüfung		
Lehrformen	Seminaristischer Unterricht, Projektarbeit		
Lehrmethoden	Aktivierung des Vorwissens, Brainstorming, Diskussion, Dozentenvortrag, Fallanalyse, Gruppenarbeit, Kleingruppen-Coaching, Problembasiertes Lernen, praxisbezogene Projektarbeit, Selbstreflektion, Übung		
Literatur	Microsoft Press; Auflage: 1 (2019), MS Project Step by Step Ravi Sagar (2019): Jira Quick Start Guide: Manage your projects efficiently using the all-new Jira		

GRUNDLAGEN DER VOLKSWIRTSCHAFTSLEHRE UND WIRTSCHAFTSPOLITIK IM INTERNATIONALEN VERGLEICH
2.3 IP

Studiensemester 1. Semester	**Häufigkeit** 1 mal jährlich (im WiSe)	**Dauer** 1 Semester	**Geplante Gruppengröße** Maximal 40
Lehrveranstaltungen • Einführung in die Volkswirtschaftslehre, Grundlagen der Mikroökonomie • Wirtschaftspolitik im internationalen Vergleich	**Präsenzzeit** 4 SWS	**Workload/Selbststudium** 150h / 90h (einschließlich Prüfungsvorbereitung)	**ECTS** 5
Modulverantwortliche/r Prof. Dr. Daniel Ittstein	**Lehrende/r** Prof. Dr. Michael Clauss		
Lehrinhalte	Das Modul behandelt die Grundlagen der Mikroökonomie sowie eine Einführung in Wirtschaftspolitik im nationalen und internationalen Kontext. **Im Rahmen des Moduls werden folgende Themen behandelt:** • Überblick über volkswirtschaftliche Fragestellungen, Einblick in wirtschaftliche Entscheidungen unter Restriktionen • Theorie des Haushalts, Nutzenfunktion, Budgetrestriktion, Nutzenmaximierung und Bestimmung der individuellen Güternachfrage, Marktnachfrage, Preiselastizität • Theorie der Unternehmung, Grundlagen von Produktion und Kosten • Verhalten von Unternehmen bei vollkommener Konkurrenz, Marktmacht, Analyse von Wettbewerbsmärkten und Monopolen • Ökonomische Wohlfahrt, Konsumenten- und Produzentenrente, • Ineffiziente Marktprozesse, Staatseingriffe z.B. Mindestlohn • Wirtschaftssysteme, wirtschaftspolitisches Entscheidungsfeld • Ansatzpunkte und Wirkung staatlicher Konjunkturpolitik • Geldschöpfung und geldpolitisches Entscheidungsfeld, Anleihekaufprogramme • Übertragungswege geldpolitischer Impulse national und international • Wettbewerbspolitik im Rahmen der sozialen Marktwirtschaft		
Kompetenzorientierte Lernziele	**Fach- und Methodenkompetenz** Die Studierenden • diskutieren und interpretieren praktische wirtschaftswissenschaftliche Fragestellungen mit Hilfe der modernen mikroökonomischen Analyse • lösen ökonomische Optimierungsprobleme grafisch und algebraisch • verstehen grundlegendes Konjunktur- und geldpolitisches Handeln • strukturieren, diskutieren und transferieren konkrete Entscheidungssituationen in unternehmerischen und politischen Kontexten **Kommunikative und soziale Kompetenzen** Die Studierenden • können die Prinzipien ökonomischen Verhaltens und der Koordination individueller Handlungen durch Märkte und andere Institutionen erklären, • können die Prinzipien für eine funktionsfähige Marktwirtschaft erklären		
Vorkenntnisse/Teilnahmevoraussetzungen	Allgemeines Wirtschaftsverständnis auf Abiturniveau ist empfehlenswert.		

Verwendung des Moduls	Wirtschaftswissenschaften Volkswirtschaftswissenschaften
Prüfungsform	Schriftliche Prüfung 90 min
Lehrformen	Seminaristischer Unterricht
Lehrmethoden	Aktivierung des Vorwissens, Diskussion, Dozentenvortrag, E-Learning-Material, Fallanalyse, Gruppenarbeit, Problembasiertes Lernen, Forschungsbezogene Projektarbeit, Praxisbezogene Projektarbeit, Textanalyse, Übung, Fachbezogene Videos und Pods besprechen
Literatur	• Blanchard, O.; Illing, G.: Makroökonomie, aktuelle Auflage, München • Bofinger, P.: Grundzüge der Volkswirtschaftslehre, aktuelle Auflage, München • Mankiw N. G.; Taylor, M. P.: Grundzüge der Volkswirtschaftslehre, aktuelle Auflage, Stuttgart

EINFÜHRUNG IN DIE PSYCHOLOGIE 2.4 WP

Studiensemester 4. Studiensemester	**Häufigkeit** 1 mal jährlich (im SoSe)	**Dauer** 1 Semester	**Geplante Gruppengröße** Maximal 25
Lehrveranstaltung Einführung in die Psychologie	**Präsenzzeit** 4 SWS	**Workload/Selbststudium** 150 h / 90 h (einschließlich Prüfungsvorbereitung)	**ECTS** 5
Modulverantwortliche/r Prof. Dr. Simone Kaminski	**Lehrende/r** Prof. Dr. Simone Kaminski		
Lehrinhalte	**Im Rahmen des Moduls werden folgende Themen behandelt:** • Wissenschaftliche Psychologie in Abgrenzung zur Alltagspsychologie • Forschungsmethoden der Psychologie • Psychologische Teildisziplinen und Anwendungsfelder der Psychologie • Biologische und evolutionäre Grundlagen des Verhaltens • Wahrnehmung • Bewusstsein • Lernen • Gedächtnis • Denken und Sprache • Intelligenz • Motivation • Emotion und Stress • Persönlichkeit		
Kompetenzorientierte Lernziele	**Fach- und Methodenkompetenz** Die Studierenden • sind in der Lage, die wissenschaftliche Psychologie von der Alltagspsychologie abzugrenzen und wissen um die verschiedenen Unterdisziplinen und Anwendungsfelder der Psychologie. • kennen und verstehen die zugrunde liegenden Prozesse des menschlichen Erlebens und Verhaltens. • kennen zentrale psychologische Theorien und Konzepte und wissen um deren praktische Relevanz. **Kommunikative und soziale Kompetenz** • Die Studierenden sind in der Lage, in Teams bzw. Gruppen zusammen zu arbeiten, Verantwortung für den gemeinsamen Lernerfolg zu übernehmen und erarbeitete Ergebnisse überzeugend zu präsentieren. **Selbstkompetenz** • Studierenden können eigenes Erleben und Verhalten anhand der gelernten Grundlagen reflektieren.		
Vorkenntnisse/Teilnahmevoraussetzungen	keine		
Verwendung des Moduls	Psychologische Studiengänge		
Prüfungsform	schrP 90 Min. oder ModA		
Lehrformen	Seminaristischer Unterricht		
Lehrmethoden	Aktivierung des Vorwissens, Dozentenvortrag, Brainstorming, Diskussion, Gruppenarbeit, Gruppen-Puzzle, Lehrgespräch, Mind-Mapping, Murmelgruppe, Partnerarbeit, problembasiertes Lernen, Lernfortschrittsanalyse mithilfe von Quiz und Aufgaben, Selbstreflexion, Kurzreferat, Übung (z.B. Kugellager), Lehrvideo etc.		
Literatur	Gerrig, R. J. (2015). *Psychologie* (20. Aufl.). Hallbergmoos: Pearson. Myers, D. G. (2014). *Psychologie* (3. Aufl.). Berlin: Springer. Sokolowski, K. (2013). *Allgemeine Psychologie für Studium und Beruf*. Hallbergmoos: Pearson.		

GRUNDLAGEN DER FINANZIERUNG UND INVESTITION 2.4 UF

Studiensemester 6. Semester	**Häufigkeit** 1 mal jährlich (im SoSe)	**Dauer** 1 Semester	**Geplante Gruppengröße** Maximal 40
Lehrveranstaltung Grundlagen der Finanzierung und Investition	**Präsenzzeit** 4 SWS	**Workload/Selbststudium** 150 h / 90 h	**ECTS** 5
Modulverantwortliche/r Prof. Dr.Ingrid Huber-Jahn, Prof. Dr. Steffen Steinicke	**Lehrende/r** Raphael Kuhnmünch		
Lehrinhalte	**Im Rahmen des Moduls werden folgende Themen behandelt:** • Finanzierungsformen: Innenfinanzierung, Eigenfinanzierung, Fremdfinanzierung, Kapitalmarktfinanzierung, Strukturierte Finanzierung • Berechnung des Cashflows • Selbstfinanzierungen • Aktienemissionen • Kapitalerhöhungen • Kreditarten • Finanzierung durch Wertpapiere • Anleihen mit Eigenkapitalcharakter • Factoring und Leasing • Methoden und Arten der Investitionsrechnung: Kapitalwert-, Annuitäten-, Interne Zinsfußmethode • Finanzcontrolling: horizontale und vertikale Finanzstrukturkennzahlen, Leverage-Entscheidungen, Grundlagen der Finanzplanung • Finanzierungsregeln, Finanzmanagement • Investitionen: Motive, Arten, Planung, Investitionsrechnung wie statische und dynamische Verfahren		
Kompetenzorientierte Lernziele	**Nach Absolvierung des Moduls sind die Studierenden in der Lage:** • Fachkompetenz: Entscheidungen der Unternehmen über Finanzierungen und Investitionen zu analysieren. • Finanzielle Ziele von Unternehmen zu verstehen. • Methodenkompetenz: Getätigte betriebliche Investitionen zu überprüfen sowie Investitionsentscheidungen zu verteidigen. • Finanzierungsformen und Investitionskalküle sowie deren Umsetzung in der Praxis anzuwenden. • Diverse Finanzierungs- und Investitionsformen sowie Finanz- und Bilanzkennzahlen zu berechnen, zu analysieren und Entscheidungen zu fällen. • Anhand der eigenen betrieblichen Praxis konkrete Investitionsfälle zu beurteilen.		
Vorkenntnisse/Teilnahme-voraussetzungen	Keine		
Verwendung des Moduls	Bachelorstudiengang „Betriebswirtschaftslehre und Unternehmensführung“ sowie thematisch verwandte Bachelorstudiengänge		
Prüfungsform	Schriftliche Prüfung (60 – 120 min.)		
Lehrformen	Seminaristischer Unterricht: Fallbearbeitung; Gruppenarbeiten; Praxisbeispiele; Diskussion und Moderation; Übungsaufgaben; Multimedialer Einsatz; Gastvorträge; Coaching; ggf. Online-Lehre		
Lehrmethoden	Fallbearbeitung; Gruppenarbeiten; Praxisbeispiele; Diskussion und Moderation; Übungsaufgaben; Multimedialer Einsatz, Gastvorträge		
Literatur	• Zantow et al.: Finanzwirtschaft des Unternehmens, aktuelle Auflage, München • Däumler K.: Betriebliche Finanzwirtschaft, aktuelle Auflage, Herne		

	• Häcker et al.: Grundzüge der Unternehmensfinanzierung, aktuelle Auflage, München • Weitere relevante Literatur wird aufgrund ihrer Aktualität in der Vorlesung bekannt gegeben.

EUROPÄISCHE KULTURGESCHICHTE I (NUR FÜR VERTIEFUNGSRICHTUNG „KULTUR" - BIS ZUR 11. KOHORTE GALT 3.4 WP) **2.4 K**

Studiensemester 3. Semester	**Häufigkeit** 1 mal jährlich	**Dauer** 1 Semester	**Geplante Gruppengröße** Maximal 25
Lehrveranstaltung Europäische Kulturgeschichte I	**Präsenzzeit** 4 SWS	**Workload/Selbststudium** 150h /90h (einschließlich Prüfungsvorbereitung)	**ECTS** 5
Modulverantwortliche/r Prof. Dr. Ralph-Miklas Dobler	**Lehrende/r** Prof. Dr. Ralph-Miklas Dobler		
Lehrinhalte	**Im Rahmen des Moduls werden folgende Themen behandelt:** • Kulturbegriff und Kulturtheorie • Methoden und Gegenstände der Kulturwissenschaften • Fundierte Kenntnis der europäischen Kulturgeschichte von der Antike bis in die frühe Neuzeit (Epoche der Renaissance) • Europäische Kulturgeschichte im globalen Vergleich		
Kompetenzorientierte Lernziele	**Fach- und Methodenkompetenz** Die Studierenden • können fundierte Kenntnisse der europäischen Kulturgeschichte bis ins 16. Jahrhundert reproduzieren. • können Methoden und Techniken kulturwissenschaftlichen Arbeitens wiedergeben. • werden dazu befähigt, ihr Wissens zur europäischen Kultur eigenständig zu präzisieren. • können Kulturgeschichte im interdisziplinären Fächerkanon verorten und ihr Wissen fächerübergreifend anwenden. **Kommunikative und soziale Kompetenzen** Die Studierenden • erwerben erste Fach- und Methodenkompetenzen, indem sie selbstständig erschlossene und aufgearbeitete Informationen in einen kulturhistorischen Kontext stellen und strukturiert in mündlicher und/oder schriftlicher Form erläutern. • werden durch die Lehrveranstaltung dazu qualifiziert, entsprechende Fachdiskussionen durchführen zu können. • sind kooperationsfähig und berücksichtigen die Sichtweise anderer. **Selbstkompetenz** Die Studierenden • können ihre eigenen Fähigkeiten und Fertigkeiten reflektieren und damit zielorientiert in den entsprechenden Kulturkontext platzieren. • sind leistungsbereit und arbeiten konzentriert und sorgfältig.		
Vorkenntnisse/Teilnahmevoraussetzungen	Keine		
Verwendung des Moduls	Kulturtheorie und -geschichte (FK14, B.A. Tourismus Management)		
Prüfungsform	Schriftliche Prüfung 90 min		
Lehrformen	Seminaristischer Unterricht		
Lehrmethoden	Brainstorming, Diskussion, E-Learning-Material, Fallanalyse, Gruppenarbeit, Lehrgespräch, Partnerarbeit, Selbstreflektion, Textanalyse.		

Literatur	• Assmann, Aleida (2017): Einführung in die Kulturwissenschaft, Grundbegriffe, Themen, Fragestellungen. Berlin. • Welsch, Wolfgang: Was ist Transkulturalität (https://www.kultur-vermittlung.ch/zeit-fuer-vermittlung/download/materialpool/MFV0104.pdf) • Bhabha, Homi K. (2016): Über kulturelle Hybridität. Tradition und Übersetzung, hg. v. A. Babka u. G. Posselt. Wien. • Nowak, Kurt (2015): Das Christentum: Geschichte, Glaube, Ethik. München. • Därmann, Iris (2011): Kulturtheorien zur Einführung. Hamburg. • Müller-Funk, Wolfgang (2010): Kulturtheorie, Einführung in Schlüsseltexte der Kulturwissenschaften. Tübingen. • Jung, Thomas (1999): Geschichte der modernen Kulturtheorie. Darmstadt. • Christ, Karl (2011): Die römische Kaiserzeit, Von Augustus bis Diokletian. München. • Brunner, Karl (2012): Kleine Kulturgeschichte des Mittelalters. München. • Roeck, Bernd (2018): Der Morgen der Welt, Geschichte der Renaissance. München.

MODULPLAN 3. SEMESTER

SPRACHMODUL II - DEUTSCH-KOMMUNIKATION, KULTUR UND KOMMUNIKATION: STUDIUM 3.1 IP

Studiensemester 2. Semester	**Häufigkeit** 1 mal jährlich (im SoSe)	**Dauer** 1 Semester	**Geplante Gruppengröße** Maximal 25
Lehrveranstaltung Deutsch-Kommunikation, Kultur und Kommunikation: Studium und Beruf	**Präsenzzeit** 4 SWS	**Workload/Selbststudium** 150 h / 90 h (einschließlich Prüfungsvorbereitung)	**ECTS** 5
Modulverantwortliche/r Prof. Dr. Peter Jandok	**Lehrende/r** Prof. Dr. Peter Jandok		
Lehrinhalte	**Im Rahmen des Moduls werden folgende Themen behandelt:** • Berufs- und studienbezogene Themen • Leseverstehen • Hörverstehen, einschließlich Hören und Mitschreiben in Lehrveranstaltungen • Grundlagen wissenschaftlicher Sprache (z.B. Komposita, Partizipialattribute, Nebensätze, Präpositionen, spezifische Redemittel) • Studien- und berufsbezogene Textsorten (z.B. Zusammenfassung, Stellungnahme, Beschreibungen von Grafiken/Statistiken, Bewerbungsunterlagen) • Präsentationstechniken (Gliederung, Redemittel, Präsentationsweise) • Präsentationsmedien (z.B. Flipchart, Handout, Foliengestaltung bei PPP und Prezi)		
Kompetenzorientierte Lernziele	**Fach- und Methodenkompetenz** Die Studierenden • sind in der Lage bei wissenschaftlichen Vorträgen (z.B. Vorlesungen) strukturierte Aufzeichnungen zu verfassen, z. B. für die Prüfungsvorbereitung. • verstehen grundlegende Phänomene der Wissenschaftssprache können diese in der eigenen Textproduktion anwenden. • sind in der Lage aus studien- und berufsbezogenen Texten zentrale Punkte hervorzuheben. Sie können Standpunkte ausführlich darstellen und durch Unterpunkte, geeignete Beispiele und Begründungen stützen. • können ein komplexes Thema gut strukturiert durch geeigneten Medieneinsatz vortragen. **Kommunikative und soziale Kompetenz** In Partnerarbeit und Kleingruppen arbeiten die Studierenden kooperativ und stellen Ergebnisse einander vor, um im Studien- und Berufsleben die Arbeit in multinationalen Teams effizient gestalten zu können. **Selbstkompetenz** • sie sind sich der kulturellen Gepflogenheiten im deutschsprachigen Raum in Bezug auf Beruf und Studium bewusst und können in diesem Umfeld angemessen interagieren. • Durch Vor- und Nachbereitungen der Lehrveranstaltungen sowie Feedback zu ihrer Leistung kennen die Studierende ihre Stärken und Schwächen und können so selbständig ihr Deutsch verbessern.		
Vorkenntnisse/Teilnahmevoraussetzungen	Erfolgreiche Teilnahme am Modul Sprachmodul I ist empfehlenswert.		
Verwendung des Moduls	Vorbereitung internationaler Studierender auf Projektmanagement in einem deutschsprachigen Umfeld.		

Prüfungsform	Schriftliche Prüfung 90 min + Präsentation 15-20 min oder Modularbeit
Lehrformen	Seminaristischer Unterricht
Lehrmethoden	Aktivierung des Vorwissens, Brainstorming, Diskussion, Gruppenarbeit, Lehrgespräch, Mind-Mapping, Partnerarbeit, Referat, Textanalyse, Übung
Literatur	• Bayerlein, O. (2014): Campus Deutsch. Deutsch als Fremdsprache. Präsentieren und Diskutieren. München: Hueber • Buchner, P. (2015): Campus Deutsch. Deutsch als Fremdsprache. Schreiben. München: Hueber • Raindl, M.; Bayerlein, O. (2015): Campus Deutsch. Hören und Mitschreiben, München: Hueber-Verlag • Fügert, N.; Richter, A.R. (2015): Wissenschaftssprache verstehen. Wortschatz, Grammatik, Stil, Lesestrategien. Stuttgart: Ernst Klett Sprachen GmbH • Weiteres Material wird im Seminar bekannt gegeben.

SPRACHMODUL II - SPANISCH-KOMMUNIKATION, KULTUR UND KOMMUNIKATION: STUDIUM 3.1 IP

Studiensemester 2. Semester	**Häufigkeit** 1 mal jährlich (im SoSe)	**Dauer** 1 Semester	**Geplante Gruppengröße** Maximal 25
Lehrveranstaltung Spanisch II – Kommunikation und Kultur	**Präsenzzeit** 4 SWS	**Workload/Selbststudium** 150 h / 90 h (einschließlich Prüfungsvorbereitung)	**ECTS** 5
Modulverantwortliche/r Prof. Dr. María Begoña Prieto Peral	**Lehrende/r** Karina Hernandez		
Lehrinhalte	**Im Rahmen des Moduls werden folgende Themen behandelt:** • Alltags- und studienbezogene Themen und deren Idiomatik in vorwiegend dialogischen Situationen (z.B. Studium, Familie, Personenbeschreibung, Charaktere, Einkaufen, Wohnungssuche, Beschreibungen, Wünsche äußern, Ratschläge erteilen, Berichte, Termine vereinbaren) • Authentische einfache Hör- und Videotexte im Kontext des Alltags und Studiums • Kurze einfache Lesetexte auch zu landeskundlich und interkulturell relevanten Themen • Grammatische Phänomene und Redemittel im funktionalen und kulturspezifischen Zusammenhang (Pronomen, Imperfekt, Indefinido, Präpositionen, ir a + Infinitiv Lexik, Syntax) • Schriftliche Produktion (Beschreibung, Mitteilung, Brief, E-Mail, Bericht)		
Kompetenzorientierte Lernziele	**Fach- und Methodenkompetenz** Die Studierenden • sind in der Lage einfache kurze Texte und Hörtexte zu vertrauten Alltagssituationen zu verstehen und dem Textmaterial spezifische Informationen zu entnehmen und zusammenzufassen. • können sich zu bekannten Themen unter Verwendung einfacher Ausdrücke und Sätze in Dialogen verständigen. • sind in der Lage einfache Mitteilungen (SMS, E-Mails, Briefe) sowie einfache Beschreibungen (z.B. Personen, Familie, Wohnung) zu verfassen. • können über Absichten und Projekten sprechen. • können die behandelten grammatischen Strukturen, Syntax und Lexik in geschlossenen Übungsformen sowie beim freien Schreiben/Sprechen produzieren. **Kommunikative und soziale Kompetenzen** • können in vertrauten dialogischen Alltagssituationen kommunizieren • können einfache alltägliche kulturelle Gepflogenheiten der Kultur spanischsprechender Länder mit denen der Herkunftskultur vergleichen und sich in bekannten interkulturellen Kontexten angemessen verhalten • arbeiten in Partner- und Kleingruppen kooperativ, um im Studien- und Berufsleben kommunizieren und interagieren zu können. **Selbstkompetenz** Durch Vor- und Nachbereitungen der Lehrveranstaltungen sowie Feedback zu ihrer Leistung kennen die Studierende ihre Stärken und Schwächen und können so auch selbständig ihre Sprachkompetenz verbessern.		
Vorkenntnisse/Teilnahmevoraussetzungen	Erfolgreiche Teilnahme am Modul Sprachmodul I ist empfehlenswert.		
Verwendung des Moduls	Vorbereitung internationaler Studierender auf Projektmanagement in einem spanischsprachigen Umfeld		
Prüfungsform	Schriftliche Prüfung 90 min + Präsentation 15-20 min oder Modularbeit		
Lehrformen	Seminaristischer Unterricht		
Lehrmethoden	Rollenspiele, Gruppenarbeit, Partnerarbeit, einfache Projektarbeit, Textanalyse, Übungen, schriftliche Produktion		
Literatur	Meta profesional A1-A2 Spanisch für den Beruf, Kursbuch mit Audio-CD. Klett Verlag		

INTERNATIONALES PROJEKTMANAGEMENT GLOBAL VIRTUAL TEAMS 3.2 IP

Studiensemester 7. Semester	**Häufigkeit** 1 mal jährlich (Im SoSe)	**Dauer** 1 Semester	**Geplante Gruppengröße** Maximal 40
Lehrveranstaltung Internationales Projektmanagement - Global Virtual Teams	**Präsenzzeit** 4 SWS	**Workload/Selbststudium** 150h / 90h (einschließlich Prüfungsvorbereitung)	**ECTS** 6
Modulverantwortliche/r Prof. Dr. Daniel Ittstein	**Lehrende/r** Prof. Dr. Daniel Ittstein		
Lehrinhalte	**Führung internationaler (virtueller) Teams:** • Kontext internationaler (virtueller) Teams • Entwicklung internationaler (virtueller) Teams • Führung internationaler (virtueller) Teams		
Kompetenzorientierte Lernziele	**Fach- und Methodenkompetenz** • Nach Besuch dieses Moduls sind die Studierenden in der Lage, zu erklären, was man unter virtuellen Teams versteht und wie man diese entwickeln und führen kann. • Sie können Methoden zur erfolgreichen Entwicklung und Führung virtueller Teams anwenden. Im Rahmen von Fallstudien und Übungen kann das erworbene Wissen angewandt werden. **Kommunikative und soziale Kompetenzen** • Sie können fachbezogene Positionen und Problemlösungen formulieren und argumentativ verteidigen. Im Rahmen von Diskussionen, Rollenspielen und Präsentationen erwerben die Studierenden die Fähigkeit Standpunkte und Lösungsvorschläge zu Fragen der Führung internationaler (virtueller) Teams schriftlich und mündlich in Englisch zu erklären und zu begründen. • Sie können sich mit Fachvertretern und Laien über Informationen, Ideen und Lösungen austauschen. Im Rahmen von Präsentationen erwerben die Studierenden die Fähigkeit Laien (z.B. Kunden) und Fachvertretern (z.B. Kollegen und Vorgesetzen) fachspezifische Informationen, Sachverhalte und Beweggründe für adäquate Führungsmethoden internationaler (virtueller) Teams angemessen und personenorientiert in Englisch zu vermitteln. • Sie können Verantwortung in einem Team übernehmen. Die Studierenden organisieren sich effektiv in arbeitsteiligen Gruppen und arbeiten kooperativ und kollegial an Problemstellungen. Sie entwickeln dabei ein Rollenverständnis im Team und übernehmen für sich und die Gruppe Verantwortung. • Sie können die eigene kulturelle Prägung reflektieren und sich in interkulturellen Arbeitskontexten angemessen und zielorientiert verhalten. **Selbstkompetenz** Sie haben den Umgang mit den Prinzipien der internationalen (virtuellen) Teamführung erlernt, dass sie weiterführende Informationen und komplexere Strukturen (auch fächerübergreifend) eigenständig erschließen und verarbeiten können.		
Vorkenntnisse/Teilnahmevoraussetzungen	Praktische Prüfung ist erforderlich		
Verwendung des Moduls	Projektmanagement Organisationsentwicklung		

	Communication & Leadership Wirtschaftspsychologie
Prüfungsform	Modularbeit und praktische Prüfung
Lehrformen	Projektstudium
Lehrmethoden	Aktivierung des Vorwissens, Brainstorming, Diskussion, Dozentenvortrag, E-Learning-Material, Experiment, Expertenbefragung, Expertenvortrag, Fallanalyse, Gruppenarbeit, Kleingruppen-Coaching, Mind-Mapping, Partnerarbeit, praktische Vorführung, Problembasiertes Lernen, praxisbezogene Projektarbeit, Referat, Selbstreflektion, Übung
Literatur	• Duarte, D. L.; Snyder, N. T. (2006): Mastering virtual teams. Strategies, tools, and techniques that succeed. 3rd ed. San Francisco, Calif.: Jossey-Bass • Gellert, M.; Nowak, C. (2014): Teamarbeit, Teamentwicklung, Teamberatung. Ein Praxisbuch für die Arbeit in und mit Teams. 5. unveränd. Aufl. Meezen: Limmer • Köster, K. (2010): International Project Management. London • Lewis, R. D. (2012): When teams collide. Managing the international team successfully. London, Boston: Nicholas Brealey Pub • Puck, J. F. (2007): Training für multikulturelle Teams. Grundlagen, Entwicklung, Evaluation. Univ., Diss.--Erlangen-Nürnberg, 2006. 1. Aufl. München u. a.: Hampp (Nürnberger Edition zum internationalen Management, 1) • Scannell, M.; Abrams, M.; Mulvihill, M. (2012): Big book of virtual teambuilding games. Quick, effective activities to build communication, trust and collaboration from anywhere! 1st ed. New York: McGraw-Hill. • Weitere Literatur wird im Seminar bekannt gegeben

SOZIALPSYCHOLOGIE 3.3 WP

Studiensemester 5. Studiensemester	**Häufigkeit** 1 mal jährlich (im WiSe)	**Dauer** 1 Semester	**Geplante Gruppengröße** Maximal 25
Lehrveranstaltung Sozialpsychologie	**Präsenzzeit** 4 SWS	**Workload/Selbststudium** 150 h / 90 h (einschließlich Prüfungsvorbereitung)	**ECTS** 5
Modulverantwortliche/r Prof. Dr. Simone Kaminski	**Lehrende/r** Prof. Dr. Simone Kaminski		
Lehrinhalte	**Im Rahmen des Moduls werden folgende Themen behandelt:** • Einführung in die Sozialpsychologie • Forschungsmethoden der Sozialpsychologie • Soziale Kognition und Urteilsheuristiken • Soziale Wahrnehmung • Kognitive Dissonanz und Selbstrechtfertigung • Selbst • Einstellungen und Einstellungsänderung • Sozialer Einfluss • Beziehungen • Gruppenprozesse und soziale Identität • Stereotype, Vorurteile und Rassismus • Aggressives Verhalten • Prosoziales Verhalten, Hilfeverhalten und Zivilcourage • Sozialpsychologie und kulturelle Unterschiede		
Kompetenzorientierte Lernziele	**Fach- und Methodenkompetenz** **Die Studierenden** • kennen zentrale Theorien und Modelle der Sozialpsychologie und sind in der Lage, diese Erkenntnisse für das gesellschaftliche Leben und die berufliche Praxis zu nutzen. • kennen und verstehen die zugrunde liegenden Prozesse des menschlichen Erlebens und Verhaltens in Interaktion mit der sozialen Umwelt. • in der Lage, Forschungsmethoden der Sozialpsychologie zu erläutern und Ergebnisse sozialpsychologischer Studien sinnvoll zu interpretieren. **Kommunikative und soziale Kompetenz** • Die Studierenden sind in der Lage, in Teams bzw. Gruppen zusammen zu arbeiten, Verantwortung für den gemeinsamen Lernerfolg zu übernehmen und erarbeitete Ergebnisse überzeugend zu präsentieren. **Selbstkompetenz** • Studierenden sind in der Lage, eigenes Erleben und Verhalten in Interaktion mit ihrer sozialen Umwelt zu reflektieren.		
Vorkenntnisse/Teilnahmevoraussetzungen	keine		
Verwendung des Moduls	Psychologie Sozialwissenschaften		
Prüfungsform	schrP 90 Min. oder ModA		
Lehrformen	Seminaristischer Unterricht		
Lehrmethoden	Aktivierung des Vorwissens, Dozentenvortrag, Brainstorming, Diskussion, Gruppenarbeit, Gruppen-Puzzle, Lehrgespräch, Mind-Mapping, Murmelgruppe, Partnerarbeit, problembasiertes Lernen,		

	Lernfortschrittsanalyse mithilfe von Quiz und Aufgaben, Selbstreflexion, Kurzreferat, Übung (z.B. Kugellager), Lehrvideo etc.
Literatur	Aronson, E., Wilson, T. & Akert, R. (2014). *Sozialpsychologie* (8. Aufl.). Hallbergmoos: Pearson. Fischer, P., Jander, K. & Krueger, J. I. (2018). *Sozialpsychologie für Bachelor* (2. Aufl.). Berlin: Springer. Jonas, K., Stroebe, W. & Hewstone, M. (2014). *Sozialpsychologie* (6. Aufl.). Berlin: Springer. Kessler, T. & Fritsche, I. (2018). *Sozialpsychologie*. Wiesbaden: Springer. Werth, L, Denzler, M. & Mayer, J. (2020). *Sozialpsychologie – Das Individuum im sozialen Kontext* (2. Aufl.). Berlin: Springer. Werth, L, Seibt, B. & Mayer, J. (2020). *Sozialpsychologie – Der Mensch in sozialen Beziehungen* (2. Aufl.). Berlin: Springer.

ARBEITS- UND ORGANISATIONSPSYCHOLOGIE (BIS ZUR 11. KOHORTE GALT 5.2 WP) **3.4 WP**

Studiensemester 5. Studiensemester	**Häufigkeit** 1 mal jährlich (im WiSe)	**Dauer** 1 Semester	**Geplante Gruppengröße** Maximal 25
Lehrveranstaltung Arbeits- und Organisationspsychologie	**Präsenzzeit** 4 SWS	**Workload/Selbststudium** 150 h / 90 h (einschließlich Prüfungsvorbereitung)	**ECTS** 5
Modulverantwortliche/r Prof. Dr. Simone Kaminski	**Lehrende/r** Isabell Braumandl		
Lehrinhalte	**Im Rahmen des Moduls werden folgende Themen behandelt:** • Einführung in die Arbeits- und Organisationspsychologie • Organisation und Organisationsdiagnose • Organisationsentwicklung & Organisationsberatung • Organisationsklima und -kultur • Interaktion und Kommunikation • Führungskonzepte • Teams und Teamarbeit • Modelle des Arbeitshandelns • Arbeitsanalyse und -bewertung • Arbeitszufriedenheit und -motivation • Psychologie der Arbeitssicherheit • Arbeit und Gesundheit (u.a. Erklärungsmodelle für die Entstehung von Stress) • New Work und Digitalisierung: Veränderungen von Arbeitsanforderungen, -tätigkeiten und -belastungen		
Kompetenzorientierte Lernziele	**Fach- und Methodenkompetenz** Die Studierenden • sind in der Lage, zentrale Theorien und Modelle der Arbeits- und Organisationspsychologie zu erklären. • können menschliches Erleben und Verhalten in Organisationen analysieren und verschiedene theoretische Zugänge zu arbeits- und organisationspsychologischen Fragestellungen vergleichen. • können aktuelle, empirische Befunde der Arbeits- und Organisationspsychologie benennen und interpretieren. **Kommunikative und soziale Kompetenz** Die Studierenden • entwickeln und üben in Kleingruppen eine objektive Haltung bei der Darstellung von Praxisfällen und Lösungskonzepten ein. • erstellen adressatenorientiert eigene Konzeptionen, stellen diese vor und vertreten sie argumentativ. **Selbstkompetenz** • Die Studierenden reflektieren die Anforderungen an die mögliche künftige Rolle in arbeits- und organisationspsychologischen Kontexten vorausschauend und leiten persönliche Lernschritte ab.		
Vorkenntnisse/Teilnahmevoraussetzungen	Empfohlene Voraussetzung: Absolvierung der Module „Einführung in die Psychologie“, „Sozialpsychologie“		
Verwendung des Moduls	Psychologie Kommunikationspsychologie Wirtschafts- und Organisationspsychologie		
Prüfungsform	schrP 90 Min. oder ModA		
Lehrformen	Seminaristischer Unterricht		

Lehrmethoden	Aktivierung des Vorwissens, Dozentenvortrag, Brainstorming, Diskussion, Gruppenarbeit, Gruppen-Puzzle, Lehrgespräch, Mind-Mapping, Murmelgruppe, Partnerarbeit, problembasiertes Lernen, Lernfortschrittsanalyse mithilfe von Quiz und Aufgaben, Selbstreflexion, Kurzreferat, Übung (z.B. Kugellager), Lehrvideo etc.
Literatur	Bamberg, E., Mohr, G. & Busch, C. (2011). *Arbeitspsychologie*. Göttingen: Hogrefe. Griffin, R. W., Phillips, J. M. & Gully, S. M. (2020). *Organizational Behavior: Managing People and Organizations* (13th Edition). Boston: Cengage. Kauffeld, S. (2019). *Arbeits-, Organisations- und Personalpsychologie für Bachelor* (3. Aufl.). Berlin: Springer. Nerdinger, F. W., Blickle, G. & Schaper, N. (2019), *Arbeits- und Organisationspsychologie* (4. Aufl.). Berlin: Springer. Wiese, B. S. & Stertz, A. M. (2019). *Arbeits- und Organisationspsychologie. Ein Überblick für Psychologiestudierende und -interessierte*. Berlin: Springer.

INTERNATIONALE ARBEITSMÄRKTE, BILDUNG UND SOZIALPOLITIK IN EUROPA (NUR FÜR VERTIEFUNGSRICHTUNG "BETRIEBSWIRTSCHAFTSLEHRE UND UNTERNEHMENSFÜHRUNG" UND „WIRTSCHAFTSPSYCHOLOGIE“) 3.4 IP

Studiensemester 3. Semester	**Häufigkeit** 1 mal jährlich (im WiSe)	**Dauer** 1 Semester	**Geplante Gruppengröße** Maximal 40
Lehrveranstaltung Internationale Arbeitsmärkte, Bildung und Sozialpolitik in Europa	**Präsenzzeit** 4 SWS	**Workload/Selbststudium** 150h /90h (einschließlich Prüfungsvorbereitung)	**ECTS** **5**
Modulverantwortliche/r Prof. Dr. Andreas M. Wüst	**Lehrende** Eva Feldmann-Wojtachnia		
Lehrinhalte	**Das Modul vermittelt grundlegende Kenntnisse in** • Das politische System der Europäischen Union • Grundlagen der Arbeitsmarkttheorie • Beschäftigtensstruktur nach Alter und Geschlecht, • Arbeitslosigkeit: Ursachen, Folgen, Ansätze zur Bekämpfung im internationalen Vergleich • Arbeitsmarkt, u.a. Entlohnungssysteme, Mindestlöhne, atypische Beschäftigungsverhältnisse, Kündigungsschutz • Rentensysteme im internationalen Vergleich • Verteilungspolitik (Transferleistungen, Steuersystem) im internationalen Vergleich • Arbeitsmarkt und Umweltschutz: Green Deal der EU (Simulation) • Typologien von Wohlfahrtsstaaten • Gerechtigkeitsbegriffe • Gesundheits-, Jugend- und Familienpolitik in Europa • Bildungssysteme im internationalen Vergleich • EU-Födermaßnahmen am Beispiel der EU-Jugendstrategie		
Kompetenzorientierte Lernziele	**Fach- und Methodenkompetenz** • Nach Besuch dieses Moduls haben die Studierenden ein fundierteres Verständnis über die Funktionsweise von Arbeitsmärkten, von Bildungssystemen und Systemen der sozialen Sicherung in der EU. Das Seminar stärkt die Fähigkeit. Die Beschäftigung mit Systemunterschieden schärft die interkulturelle Kompetenz. • Sie können vertiefte Wissensbestände aus der Fachliteratur präsentieren und sind in der Lage, Gemeinsamkeiten und Unterschiede verschiedener Systeme anhand von Strukturmerkmalen, Kontextinformationen und Kennzahlen zu erkennen und zu analysieren. • Sie können Theorien des Arbeits- und Bildungsmarkts auf konkrete Fälle anwenden. • Die Studierenden können das erworbene Wissen und das Verständnis im Bereich internationaler Kontexte anwenden und benutzen. • Sie können Probleme des Thermenfelds herausarbeiten und geeignete Lösungen (weiter-)entwickeln. Hierbei können sie Argumente/ Vor- und Nachteile für ihre jeweilige Herangehensweise zur methodischen Bearbeitung entwickeln. • Im Rahmen einer Hausaufgabe zu einem Thema aus dem Modul konsultieren die Studierenden Literatur und recherchieren Daten, bewerten und interpretieren diese. Sie können Aussagen auf Richtigkeit überprüfen und Alternativen bewerten. Daraus leiten sie wissenschaftlich fundierte Urteile als Entscheidungsvorbereitung ab, die gesellschaftliche und wissenschaftliche Erkenntnisse berücksichtigen.		

	Kommunikative und soziale Kompetenzen • Durch Diskussionen, Präsentationen, Planspiele, Simulationen und Hausaufgaben erwerben die Studierenden die Fähigkeit Standpunkte und Lösungsvorschläge zu fachspezifischen Inhalten des Moduls mündlich und schriftlich zu erklären und zu begründen. • Sie erlangen das Können, Fachvertreten und Laien fachspezifische Informationen sowie Beweggründe angemessen und personenorientiert zu vermitteln. Durch die Lehrveranstaltung wird die Europakompetenz der Studierenden gefördert. Sie können die eigene kulturelle Prägung reflektieren und sich in interkulturellen Arbeitskontexten angemessen und zielorientiert verhalten. Sie werden zur aktiven Teilnahme am Europadiskurs befähigt. • Die Studierenden können Verantwortung in einem Team übernehmen. Sie organisieren sich effektiv in arbeitsteiligen Gruppen und arbeiten kooperativ und kollegial an gesellschafts- und politikwissenschaftlichen Problemstellungen. Sie entwickeln dabei ein Rollenverständnis im Team und übernehmen für sich und die Gruppe Verantwortung. • Sie können Fragestellungen in internationale und interkulturelle Kontexte einordnen, die eigene kulturelle Prägung reflektieren und sich in interkulturellen Arbeitskontexten angemessen und zielorientiert verhalten. **Selbstkompetenz** • Sie haben den Umgang mit grundlegenden Dokumenten, Fachliteratur, Fachlexika und Datenbanken so weit erlernt, dass sie weiterführende Informationen im Kontext von Arbeitsmarkt-, Bildungs- und Sozialpolitik eigenständig erschließen und verarbeiten können. Die Studierenden können ihre eigenen Fähigkeiten und Fertigkeiten reflektieren und praxisrelevante Lösungsstrategien entwickeln.
Vorkenntnisse/Teilnahmevoraussetzungen	Erfolgreiche Teilnahme am Modul Grundlagen der Volkswirtschaftslehre und Wirtschaftspolitik im internationalen Vergleich ist empfehlenswert.
Verwendung des Moduls	International Management International Business Arbeitsmarktmanagement
Prüfungsform	Modularbeit
Lehrformen	Seminaristischer Unterricht
Lehrmethoden	Auffrischung des Vorwissens, Textanalyse, Partner- und Gruppendiskussion, Lehrgespräch, Planspiel, Problembasiertes Lernen, Präsentationen, Selbstreflektion.
Literatur	• Csoba, J. u. (Hrsg.) (2014): Soziale Arbeit in Europa. Schwalbach/Ts. • Möhle, Marion (2020). Europäische Sozialpolitik, Wiesbaden. • Schmid, Josef (^{3}2010), Wohlfahrtsstaaten im Vergleich. Soziale Sicherung in Europa: Organisation, Finanzierung, Leistungen und Probleme, Wiesbaden. • Schubert, Klaus/Hegelich, Simon/Bazant, Ursula (Hg.) (2008): Europäische Wohlfahrtssysteme, Wiesbaden. • Wallace, Helen et al. (^{8}2020): Policy-Making in the European Union, Oxford. • Weidenfeld, Werner/Wessels, Wolfgang (Hg.) (2021): Europa von A-Z: Taschenbuch der europäischen Integration, Baden-Baden. • Weidenfeld, Werner/ Wessels, Wolfgang (Hg.) (2020): Jahrbuch der Europäischen Integration 2020, Baden-Baden.

GRUNDLAGEN DER PERSONALWIRTSCHAFT 3.3 UF

Studiensemester 7. Semester	**Häufigkeit** 1 mal jährlich (Im WiSe)	**Dauer** 1 Semester	**Geplante Gruppengröße** Maximal 40
Lehrveranstaltung Grundlagen der Personal-wirtschaft, Verhandlungs-führung	**Präsenzzeit** 4 SWS	**Workload/Selbststudium** 150 h / 90 h	**ECTS** 5
Modulverantwortliche/r Prof. Dr. Ingrid Huber-Jahn, Prof. Dr. Steffen Steinicke	**Lehrende/r** Barbara Dürner, Dr. Christoph Kürn		
Lehrinhalte	**Im Rahmen des Moduls werden folgende Themen behandelt:** • Grundlagen des Human Ressource Managements: Ziele und Konflikte des Personalmanagement in modernen Unternehmen, historische Entwicklung und wissenschaftliche Nachbardisziplinen • Personalstrategie als Grundlage personalwirtschaftlicher Gestaltungen in ihrer Einordnung in die Unternehmensstrategie • Personalplanung für eine zukunftsorientierte Ausrichtung der betrieblichen Personalarbeit: Bedeutung, Arten und Einflussfaktoren • Personalmarketing: Gewinnung, Auswahl und Einstellung • Personalentlohnung: Entgeltformen und Anreizwirkungen • Personalbeurteilung: Formen, Bedeutung und Erfolgsfaktoren • Personalentwicklung: Aus- und Weiterbildung, Förderung und Organisationsentwicklung • Personalfreisetzung: Ursachen, Möglichkeiten und Grenzen • Mitarbeiterführung		
Kompetenzorientierte Lernziele	**Nach Absolvierung des Moduls sind die Studierenden in der Lage:** • Fachkompetenz: Das betriebliche Personalmanagement als betriebswirtschaftliche Querschnittsfunktion zu verstehen. • Methodenkompetenz: Ziele, Handlungsfelder und Instrumente des HR Managements zu kennen und zu beurteilen, die Wirkungen und Effekte des betrieblichen Personalmanagements auf den Unternehmenserfolg zu übertragen. • Instrumente des Personalmanagements als Lösungspotential für moderne strategische und operative betriebswirtschaftliche Herausforderungen zu identifizieren. • Methodenkompetenz: Treffsicher unterschiedliche Methoden z.B. in der Personalplanung, -beschaffung, -entwicklung, -entlohnung, -bindung etc. anzuwenden. • Die erworbenen theoretischen Kenntnisse des Personalmanagements in die Praxis zu transferieren.		
Vorkenntnisse/Teilnah-mevoraussetzungen	Keine		
Verwendung des Moduls	Bachelorstudiengang „Betriebswirtschaftslehre und Unternehmensführung“ sowie thematisch verwandte Bachelorstudiengänge		
Prüfungsform	Schriftliche Prüfung (60 – 120 min.)		
Lehrformen	Seminaristischer Unterricht: Fallbearbeitung; Gruppenarbeiten; Praxisbeispiele; Diskussion und Moderation; Übungsaufgaben; Multimedialer Einsatz; Coaching; ggf. Online-Lehre		
Lehrmethode	Fallbearbeitung; Gruppenarbeiten; Praxisbeispiele; Diskussion und Moderation; Übungsaufgaben; Multimedialer Einsatz		
Literatur	• Olfert, K.: Personalwirtschaft, aktuelle Auflage, Herne. • Achouri, C.: Human Resources Management: Eine praxisbasierte Einführung, aktuelle Auflage, Wiesbaden. • Weitere relevante Literatur wird aufgrund ihrer Aktualität in der Vorlesung bekannt gegeben.		

GRUNDLAGEN DER BILANZIERUNG UND JAHRESABSCHLUSS 3.4 UF

Studiensemester 5. Semester	**Häufigkeit** 1 mal jährlich (im WiSe)	**Dauer** 1 Semester	**Geplante Gruppengröße** Maximal 40
Lehrveranstaltung Grundlagen der Bilanzierung und Jahresabschluss	**Präsenzzeit** 4 SWS	**Workload/Selbststudium** 150 h / 90 h	**ECTS** 5
Modulverantwortliche r Prof. Dr. Ingrid Huber-Jahn	**Lehrende/r** Prof. Dr. Ingrid Huber-Jahn		
Lehrinhalte	**Im Rahmen des Moduls werden folgende Themen behandelt:** • Aufgaben der Buchführung als Teil des betrieblichen Rechnungswesens • Vorschriften zur Buchführungspflicht und zur Bilanzierung • Grundsätze ordnungsmäßiger Buchführung und Bilanzierung • Buchführungstechnik und Abschlussarbeiten • Inventur und Inventar • Bilanzausweis, Bilanzgliederung und Bilanzierungsfähigkeit • Bilanzwerte und Bewertungsprinzipien • Darstellung der Bilanzierung einzelner Bilanzpositionen (Anlagevermögen, Umlaufvermögen, Rechnungsabgrenzungsposten, Eigenkapital, Fremdkapital) anhand praktischer Fallbeispiele • Gewinn- und Verlustrechnung • Erfolgsanalyse • Buchführungs- und Bilanzierungsspezifika kleiner und mittlerer Unternehmen • Bearbeitung von Fallstudien **Rahmen des Moduls werden folgende Themen behandelt:** • Grundsätze und Prinzipien des wissenschaftlichen Arbeitens: Aufbau einer wissenschaftlichen Arbeit, Fundierung der Zielsetzung (Hypothesenbildung), Argumentationsprinzipien, Quellenrecherche, Zitation, Stilmittel etc. • Recherchemethoden über diverse Medien an verschiedenen Fundorten, z.B. Bibliotheken der Hochschule München. • Schreiben einer wissenschaftlichen Arbeit (Anwendung eines Word Templates). • Umsetzung wissenschaftlicher Grundsätze auf ein eigenes Dokument und Grundsätze wissenschaftlicher Formulierung. • Kritische Analyse wissenschaftlicher Texte.		
Kompetenzorientierte Lernziele	**Nach Absolvierung des Moduls sind die Studierenden in der Lage** • Fachwissen: Die Grundlagen des internen wie externen Rechnungswesen zu reflektieren und in anwendungsbezogenen Sachverhalten wieder zu geben. • Fachbegriffe des Rechnungswesens treffsicher und reflektiert zu beherrschen und in den entsprechenden Fachkontext zu bringen. • Die sachgerechte Buchung und Bilanzierung von Geschäftsvorfällen zu erstellen bzw. zu analysieren sowie eine Aufstellung und Analyse von Jahresabschlüssen zu erarbeiten. • Bilanzen und GuV' s unterschiedlicher Unternehmenstypen und Branchen zu analysieren und zu hinterfragen.		

	• Zusammenhänge zu ihrer berufspraktischen Tätigkeit mit den Bilanzierungspflichten und –grundsätzen eines Unternehmens herzustellen und zu interpretieren. • Methodenkompetenz: Die erworbenen Fachinhalte auf Spezialfragen, Fallstudien und Klausurfälle anzuwenden. • Fachkompetenz: Die Grundsätze und Prinzipien des wissenschaftlichen Arbeitens, wie Aufbau einer wissenschaftlichen Arbeit, Fundierung der Zielsetzung, Quellenrecherche etc., auf eigene Arbeiten anzuwenden. • Zielführend und fundiert wissenschaftliche Literatur zu analysieren und qualifizierte Schlussfolgerungen abzuleiten. • Methodenkompetenz: Eine eigene wissenschaftliche Arbeit zu entwerfen.
Vorkenntnisse/Teilnah-mevoraussetzungen	Keine
Verwendung des Moduls	Bachelorstudiengang „Betriebswirtschaftslehre und Unternehmensführung“ sowie thematisch verwandte Bachelorstudiengänge
Prüfungsform	Schriftliche Prüfung (60 – 120 min.)
Lehrformen	Seminaristischer Unterricht: Fallbearbeitung und Fallstudien; Exkursion; Einführung in wissenschaftliche Arbeitsmethoden; Gruppenarbeiten; Praxisbeispiele; Diskussion und Moderation; Übungsaufgaben; Multimedialer Einsatz; Coaching; ggf. Online-Lehre
Lernmethoden	Fallbearbeitung und Fallstudien; Exkursion; Einführung in wissenschaftliche Arbeitsmethoden; Gruppenarbeiten; Praxisbeispiele; Diskussion und Moderation; Übungsaufgaben; Multimedialer Einsatz
Literatur	• Buchholz, R.: Grundzüge des Jahresabschlusses nach HGB und IFRS, aktuelle Auflage, München. • Hufnagel, W.; Burgfeld-Schächer B.: Einführung in die Buchführung und Bilanzierung, aktuelle Auflage, Herne. • Meyer, C.: Bilanzierung nach Handels- und Steuerrecht, aktuelle Auflage, Herne. • Coenenberg, A. G.; Halle A.: Einführung in das Rechnungswesen: Grundlagen der Buchführung und Bilanzierung, aktuelle Auflage, Stuttgart. • Weitere relevante Literatur wird aufgrund ihrer Aktualität in der Vorlesung bekannt gegeben.

EUROPÄISCHE KULTURGESCHICHTE II (NUR FÜR VERTIEFUNGSRICHTUNG „KULTUR"- BIS ZUR 11. KOHORTE GALT 3.4 WP) **3.3 K**

Studiensemester 4. Semester	**Häufigkeit** 1 mal jährlich	**Dauer** 1 Semester	**Geplante Gruppengröße** Maximal 25
Lehrveranstaltung Europäische Kulturgeschichte II	**Präsenzzeit** 4 SWS	**Workload/Selbststudium** 150h /90h (einschließlich Prüfungsvorbereitung)	**ECTS** 5
Modulverantwortliche/r Prof. Dr. Ralph-Miklas Dobler	**Lehrende/r** Prof. Dr. Ralph-Miklas Dobler		
Lehrinhalte	**Im Rahmen des Moduls werden folgende Themen behandelt:** • Fundierte Kenntnis der europäischen Kulturgeschichte vom Barock bis in die digitale Gegenwart • Europäische Kulturgeschichte im globalen Vergleich • Kulturelles Erbe, UNESCO, Denkmalpflege • Aktuelle Probleme/Herausforderungen/Diskussionen europäischer Kultur und Kulturpolitik		
Kompetenzorientierte Lernziele	**Fach- und Methodenkompetenzen** Die Studierenden • entwickeln fundierte Kenntnisse in der europäischen Kulturgeschichte vom 17. bis 21. Jahrhundert. • realisieren die nachhaltigen Dimensionen der Kulturgeschichte • verfügen über fortgeschrittene Fertigkeiten zur eigenständigen Problemanalyse von Kulturgütern. • können für wissenschaftliche, kulturhistorische Fragestellungen Information gewinnen und interpretieren. • sind dazu im Stande, Forschungsmeinungen kritisch zu beurteilen. • besitzen grundlegendes Wissen über das Weltkulturerbe und wichtige außereuropäische Kulturen. • sind in der Lage anwendungsorientierte Fragen aus dem Kulturbetrieb im historischen Kontext zu diskutieren. **Kommunikative und soziale Kompetenzen** Die Studierenden • können nach Besuch der Lehrveranstaltung selbstständig recherchieren und erste wissenschaftliche Diskussionen führen. • können schlüssige Argumentationen in komplexen kulturhistorischen Zusammenhängen durchführen und Beherrschen die Fachtermini. • weißen vertiefte Fähigkeiten in wissenschaftlichen Schreibprozessen, sowie im kollegialen Austausch vor. **Selbstkompetenz** Die Studierenden • sind dazu im Stande, sich Strategien zur eigenständigen Wissensaneignung und zur Organisation individueller Lernprozesse zu erstellen. • können sich auf Neues einlassen und übernehmen Verantwortung.		
Vorkenntnisse/Teilnahmevoraussetzungen	Erfolgreiche Teilnahme am Modul Kulturgeschichte I ist empfehlenswert.		
Verwendung des Moduls	Kulturtheorie und -geschichte (FK14, B.A. Tourismus Management)		
Prüfungsform	Schriftliche Prüfung 90 min		
Lehrformen	Seminaristischer Unterricht		
Lehrmethoden	Aktivierung von Vorwissen, Brainstorming, Diskussion, Dozentenvortrag, E-Learning-Material, Gruppenarbeit, Partnerarbeit, Textanalyse.		

Literatur	Friedell, Egon (2014): Kulturgeschichte der Neuzeit, 2 Bde. München. Hengerer, Mark (2015): Ludwig XIV. Das Leben des Sonnenkönigs. München. Reinhardt, Volker und Arne Karsten (2010): Kardinäle, Künstler, Kurtisanen. Wahre Geschichten aus dem päpstlichen Rom. Darmstadt. Stollberg-Rillinger, Barbara (2011): Die Aufklärung, Europa im 18. Jahrhundert. Stuttgart. Schneiders, Werner (2014): Das Zeitalter der Aufklärung. München. Bauer, Franz J. (2019): Das ‚lange' 19. Jahrhundert. Stuttgart. Osterhammel, Jürgen (2016): Die Verwandlung der Welt, Eine Geschichte des 19. Jahrhunderts. München. Sielemann, Thekla (2003): Die Natur- und Kulturwunder Europas – Alle europäischen Natur- und Kulturstätten der UNESCO-Welterbeliste. München: Chronik-Verlag. Hubel, Achim (2011): Denkmalpflege, Geschichte – Themen – Aufgaben, Eine Einführung. Stuttgart. Freyer, Walter et al. (2008): Standortfaktor Tourismus und Wissenschaft. Herausforderungen und Chancen für Destinationen. Berlin: Schmidt Verlag. Jullien, Francois (2018): Es gibt keine kulturelle Identität. Berlin.

INTERNATIONALES KULTURMANAGEMENT (NUR FÜR VERTIEFUNGSRICHTUNG „KULTUR"- BIS ZUR 11. KOHORTE GALT 4.2 K) **3.4 K**

Studiensemester 4. Semester	**Häufigkeit** 1 mal jährlich	**Dauer** 1 Semester	**Geplante Gruppengröße** Maximal 25
Lehrveranstaltung Internationales Kulturmanagement	**Präsenzzeit** 4 SWS	**Workload/Selbststudium** 150h /90h (einschließlich Prüfungsvorbereitung)	**ECTS** 5
Modulverantwortliche/r Prof. Dr. Peter Jandok	**Lehrende/r** Robert Ernst Castellitz		
Lehrinhalte	**Im Rahmen des Moduls werden folgende Themen behandelt:** • Grundlagen der Kulturarbeit und der Kulturmärkte • Abgrenzung und Ausdifferenzierung des Kulturbetriebs • Gegenstand und Aufgaben des Kulturmanagements • Rahmenbedingungen des betrieblichen Kulturmanagements • Planungsprozess des Kulturmanagements • Gründung von Kulturbetrieben • Finanzielle Rahmenbedingungen und Grundlagen der Kulturbetriebsfinanzierung		
Kompetenzorientierte Lernziele	**Fach- und Methodenkompetenz** Die Studierenden • können die Grundbegriffe und wesentlichen Ansätze und Theorien des Kulturmanagements wiedergeben. • sind mit den Mechanismen und Rahmenbedingungen kultureller Märkte und Güter, sowie mit den Prozessen und Strategien zur Kulturbetriebsfinanzierung und –förderung vertraut. • verfügen über Grundkenntnisse zur erfolgreichen Führung eines Kulturbetriebes. • sind zur ökonomischen Betrachtung von Kunst und Kulturgütern befähigt und können kulturpolitische sowie wirtschaftliche Auswirkungen einordnen und interpretieren. • können den Kulturkonsum/-konsumenten aus volkswirtschaftlicher und gesellschaftlicher Perspektive (unter Berücksichtigung der Diversität) präzisieren. **Kommunikative und soziale Kompetenzen** Die Studierenden • sind in der Lage Themenstellungen aus dem Fachbereich verständlich darzustellen und argumentativ zu diskutieren. • sind dazu befähigt, klassische Fragestellungen mithilfe des konkreten Fachvokabulars zu bearbeiten und entsprechende Lösungsansätze zu erläutern. **Selbstkompetenz** Die Studierenden • sind nach Abschluss des Moduls in der Lage, ihre Fähigkeiten und Fertigkeiten im Kontext des Kulturmanagements zu reproduzieren. • werden zu eigenständigem Denken und Handeln ermutigt.		
Vorkenntnisse/Teilnahmevoraussetzungen	Keine		
Verwendung des Moduls	Kulturökonomie (FK14, B.A. Tourismus Management); Designstrategie (FK12, B.A. Design)		
Prüfungsform	Modularbeit		
Lehrformen	Seminaristischer Unterricht		
Lehrmethoden	Dozentenvortrag, Fallbearbeitung, Gruppenarbeiten, Praxisbeispiele, Diskussion, Übung, Problembasiertes Lernen, Multimedialer Einsatz.		

Literatur	• Bendixen, Peter (2011): Einführung in das Kulturmanagement. Wiesbaden: Springer VS. • Hausmann, Andrea (2011): Kunst und Kulturmanagement. Kompaktwissen für Studium und Praxis. Wiesbaden: Springer VS. • Heinrichs, Werner (2012): Kulturmanagement. Eine praxisorientierte Einführung. Darmstadt: WBG • Höhne, Steffen (2009): Kunst- und Kulturmanagement. Paderborn. • Gottschalk, Ingrid (2006): Kulturökonomik. Probleme, Fragestellungen und Antworten. Wiesbaden: Springer VS. • Klein, Armin (Hg.) (2008): Kompendium Kulturmanagement. Handbuch für Studium und Praxis. 2. Aufl. München: Verlag Franz Vahlen. • Heinze, Thomas (2009): Kultursponsoring, Museumsmarketing, Kulturtourismus. Ein Leitfaden für Kulturmanager. 4. Aufl. Wiesbaden: Springer VS. • Glogner-Pilz, Patrick und Patrick S. Föhl (2010): Das Kulturpublikum. Fragestellungen und Befunde der empirischen Forschung. Wiesbaden: Springer VS. • Mandel, Birgit (2013): Interkulturelles Audience Development. Zukunftsstrategien für öffentlich geförderte Kultureinrichtungen. Bielefeld: transcript Verlag.

MODULPLAN 4. SEMESTER

SPRACHMODUL III - DEUTSCH-KOMMUNIKATION, KULTUR UND KOMMUNIKATION: WISSENSCHAFT 4.1 IP

Studiensemester 3. Semester	**Häufigkeit** 1 mal jährlich (im WiSe)	**Dauer** 1 Semester	**Geplante Gruppengröße** Maximal 40
Lehrveranstaltung Deutsch-Kommunikation, Kultur und Kommunikation: Wissenschaft	**Präsenzzeit** 4 SWS	**Workload/Selbststudium** 150 h / 90 h (einschließlich Prüfungsvorbereitung)	**ECTS** 5
Modulverantwortliche/r Prof. Dr. Peter Jandok	**Lehrende/r** Prof. Dr. Peter Jandok		
Lehrinhalte	**Im Rahmen des Moduls werden folgende Themen behandelt:** • Wiederholung und Vertiefung von Phänomenen wissenschaftlicher Sprache (z.B. Partizipialattribute, spezifische Redemittel) • Wissenschaftliche Texte mit Bezug zu Wirtschaft/IPM/Wissenschaft • Formalien wissenschaftlicher Arbeiten (Zitierstil, Bibliographie, Gliederung) • Schritte bei der Erstellung einer wissenschaftlichen Arbeit (z.B. Themenfindung, Literaturrecherche, Auswahl der Forschungsmethodik) • Wiederholung Präsentationstechniken und -medien		
Kompetenzorientierte Lernziele	**Fach- und Methodenkompetenz** Die Studierenden • sind in der Lage die wesentlichen Inhalte und auch Detailinformationen aus wissenschaftlichen Texten insbesondere zum Thema Wirtschaft/IPM/Wissenschaft zu entnehmen und das Gelesene mündlich und schriftlich wiederzugeben bzw. zu diskutieren. • können Phänomene der Wissenschaftssprache erklären und in gebundenen Übungsformen sowie beim freien Schreiben produzieren. • sind in der Lage umgangssprachliche Texte so zu überarbeiten, dass sie dem Register „Wissenschaftssprache“ angemessen sind. • sind in Lage formale Fehler in wissenschaftlichen Arbeiten zu erkennen und zu verbessern, sodass die Texte den formalen Ansprüchen einer wissenschaftlichen Arbeit genügen. • können darstellen, wie beim Erstellen einer wissenschaftlichen Arbeit vorzugehen ist. **Kommunikative und soziale Kompetenz** • In Partnerarbeit und Kleingruppen arbeiten die Studierenden kooperativ und stellen Ergebnisse einander vor, um im Studien- und Berufsleben die Arbeit in multinationalen Teams effizient gestalten zu können. **Selbstkompetenz** • können zur Bearbeitung einer selbstgewählten Fragestellung (von sehr begrenzter Reichweite) Literatur sammeln und auswerten. • Durch Vor- und Nachbereitungen der Lehrveranstaltungen sowie Feedback zu ihrer Leistung kennen die Studierende ihre Stärken und Schwächen und können so auch selbständig ihr Deutsch verbessern. • können Ergebnisse eigener wissenschaftlicher Recherche gut strukturiert und klar vortragen und dabei die eigenen Standpunkte ausführlich darstellen. Sie sind zudem in der Lage den Vortrag durch den Einsatz adäquater Medien zu stützen.		

Vorkenntnisse/Teilnah-mevoraussetzungen	Erfolgreiche Teilnahme am Modul Sprachmodul II ist empfehlenswert.
Verwendung des Moduls	Vorbereitung internationaler Studierender auf Projektmanagement in einem deutschsprachigen Umfeld.
Prüfungsform	Schriftliche Prüfung 90 min + Präsentation 15-20 min oder Modularbeit
Lehrformen	Seminaristischer Unterricht
Lehrmethoden	Aktivierung des Vorwissens, Brainstorming, Diskussion, Gruppenarbeit, Lehrgespräch, Mind-Mapping, Partnerarbeit, Referat, Textanalyse, Übung
Literatur	• Buscha, A.; Matz, J.; Raven, S.; Szita, S. (2016): Entscheidungen. Deutsch als Geschäfts- und Verhandlungssprache. Für fortgeschrittene Lerner. Leipzig: Schubert Verlag • Fügert, N.; Richter, A. R. (2015): Wissenschaftssprache verstehen. Wortschatz, Grammatik, Stil, Lesestrategien. Stuttgart: Ernst Klett Sprachen GmbH • Richter, U.A; Fügert, N. (2016): Wissenschaftlich arbeiten und schreiben. Wissenschaftliche Standards und Arbeitstechniken, Wissenschaftlich formulieren, Textsorten. Stuttgart: Ernst Klett Sprachen GmbH

SPRACHMODUL III - SPANISCH-KOMMUNIKATION, KULTUR UND KOMMUNIKATION: WISSENSCHAFT 4.1 IP

Studiensemester 3. Semester	**Häufigkeit** 1 mal jährlich im WiSe	**Dauer** 1 Semester	**Geplante Gruppengröße** Maximal 25
Lehrveranstaltung Spanisch III –Kommunikation und Kultur	**Präsenzzeit** 4 SWS	**Workload/Selbststudium** 150 h / 90 h (einschließlich Prüfungsvorbereitung)	**ECTS** 5
Modulverantwortliche/r Prof. Dr. María Begoña Prieto Peral	**Lehrende/r** Karina Hernandez		
Lehrinhalte	**Im Rahmen des Moduls werden folgende Themen behandelt:** • Studien- und berufsbezogene Themen (z.B. Ausbildung, Studium, Beruf, Jobsuche, Bewerbungsschreiben, Curriculum Vitae, Bewerbungsgespräch, Arbeitsmarkt) sowie landeskundliche Aspekte (z.B. Schulen und Universitäten in Spanien und Lateinamerika, Jugendkultur, Film, Literatur) • Authentische Hör- und Videotexte zu Studium, Beruf und Kultur • Lesetexte zu landeskundlich und interkulturell relevanten Themen • Dialoge in studien- und berufsbezogenen Situationen • Grammatische Phänomene und Redemittel im funktionalen und kulturspezifischen Zusammenhang (Futur I, Konditional I, Imperativ, Konjunktiv, Relativsätze, Lexik, Syntax) • Schriftliche Produktion (Beschreibungen, Mitteilungen, Berichte, formale Briefe, Bewerbungsschreiben, Curriculum Vitae)		
Kompetenzorientierte Lernziele	**Fach- und Methodenkompetenz** Die Studierenden • sind in der Lage Texte und Hörtexte in deutlicher Standardsprache zu bekannten Themen zu verstehen und dem Textmaterial spezifische Informationen zu entnehmen und zusammenzufassen. • können sich zu Themen von allgemeinem Interesse bzw. des eigenen Lebens- und Studienumfeldes durch die Verwendung der grundlegenden Ausdrucksmittel sowie grammatischen Strukturen und eines soliden Wortschatzes schriftlich und mündlich äußern bzw. austauschen. • kennen relevante kulturelle Aspekte einiger spanischsprechender Länder im Bereich Studium und Arbeitswelt. **Kommunikative und soziale Kompetenzen** • können in ausgewählten hochschul- und berufs- und kulturspezifischen Situationen kommunizieren. • können kulturelle Gepflogenheiten der spanischen Kultur mit denen der Herkunftskultur vergleichen und sich in bekannten interkulturellen Kontexten angemessen und zielorientiert verhalten. • arbeiten in Partner- und Kleingruppen kooperativ, um im Studien- und Berufsleben kommunizieren und interagieren zu können. **Selbstkompetenz** Durch Vor- und Nachbereitungen der Lehrveranstaltungen sowie Feedback zu ihrer Leistung kennen die Studierende ihre Stärken und Schwächen und können so auch selbständig ihre Sprachkompetenz verbessern.		
Vorkenntnisse/Teilnahmevoraussetzungen	Erfolgreiche Teilnahme am Modul Sprachmodul II ist empfehlenswert.		
Verwendung des Moduls	Vorbereitung Internationaler Studierender auf Projektmanagement in einem spanischsprachigen Umfeld		
Prüfungsform	Schriftliche Prüfung 90 min + Präsentation 15-20 min oder Modularbeit		
Lehrformen	Seminaristischer Unterricht		
Lehrmethoden	Rollenspiele, Gruppenarbeit, Partnerarbeit, einfache Projektarbeit, Textanalyse, Übungen, schriftliche Produktion		
Literatur	Meta profesional B1 Spanisch für den Beruf Kursbuch mit Audio-CD. Klett Verlag		

INTERNATIONALES PROJEKTMANAGEMENT AGILITY AND ENTREPRENEURSHIP 4.3 IP

Studiensemester 4. Semester	**Häufigkeit** 1 mal jährlich (im SoSe)	**Dauer** 1 Semester	**Geplante Gruppengröße** Maximal 40
Lehrveranstaltungen Internationales Projektmanagement – Agility and Entrepreneurship	**Präsenzzeit** 4 SWS	**Workload/Selbststudium** 150h / 90h (einschließlich Prüfungsvorbereitung)	**ECTS** 5
Modulverantwortliche/r Prof. Dr. Daniel Ittstein	**Lehrende/r** Prof. Dr. Daniel Ittstein		
Lehrinhalte	**Im Rahmen des Moduls werden folgende Themen behandelt:** • Methoden und Werkzeuge des Projektmanagements (Wiederholung) • Methoden des Innovationsmanagements • Methoden und Maßnahmen bedarfsorientierter Analysen		
Kompetenzorientierte Lernziele	**Fach- und Methodenkompetenz** • Nach Besuch dieses Moduls verfügen die Studierenden über fachliche und methodische Kenntnisse, um (Social) Business Modelle in realen Situationen und Problemstellungen zu entwickeln und anzuwenden. • Sie können Methoden des Projekt- und Innovationsmanagements auf ihre Tätigkeit anwenden. Im Rahmen von Praxisprojekten, interdisziplinärer Teamarbeit und selbstgesteuertem Lernen haben sie Umsetzungskompetenzen entwickelt und erprobt. Dabei haben sie erfahren, wie sich Ideen und Problemstellungen in Innovationsprozesse einbetten lassen und Social Value generieren lässt. **Selbstkompetenz** • Sie können selbständig weiterführende Lernprozesse gestalten. Sie haben den Umgang mit den Fachterminologien und Prinzipien des Projekt- und Innovationsmanagements so weit erlernt, dass sie weiterführende Informationen / komplexere Strukturen (insbesondere auch fächerübergreifend) eigenständig erschließen und verarbeiten können. **Kommunikative und soziale Kompetenzen** • Sie können fachbezogene Positionen und Problemlösungen formulieren und argumentativ verteidigen. Im Rahmen von Diskussionen in interdisziplinären Teams erwerben die Studierenden die Fähigkeit, Standpunkte und Lösungsvorschläge zu Fragen des (Sozial-) Innovationsmanagements zu erklären und zu begründen. • Sie können sich mit Fachvertretern und Laien über Informationen, Ideen und Lösungen austauschen. Im Rahmen des Real Projects erwerben die Studierenden die Fähigkeit Laien (z.B. Kunden) und Fachvertretern (z.B. Kollegen und Vorgesetzen) fachspezifische Informationen / Sachverhalte /Beweggründe angemessen und personenorientiert zu vermitteln. • Sie können Verantwortung in einem Team übernehmen. • Die Studierenden organisieren sich effektiv in arbeitsteiligen Gruppen und arbeiten kooperativ und kollegial in interdisziplinären Teams an Problemstellungen. Sie entwickeln dabei ein Rollenverständnis im Team und übernehmen für sich und die Gruppe Verantwortung.		

	• Sie können die eigene kulturelle Prägung reflektieren und sich in interkulturellen Arbeitskontexten angemessen und zielorientiert verhalten.
Vorkenntnisse/Teilnahmevoraussetzungen	Erfolgreiche Teilnahme am Modul IPM1 - Internationales Projektmanagement (Grundlagen) ist empfehlenswert.
Verwendung des Moduls	Projektmanagement Innovationsmanagement Strategisches Innovationsmanagement
Prüfungsform	Praktische Prüfung
Lehrformen	Projektstudium
Lehrmethoden	Aktivierung des Vorwissens, Brainstorming, Diskussion, Dozentenvortrag, Gruppenarbeit, Gruppenpuzzle, Kleingruppen-Coaching, Problembasiertes Lernen, praxisbezogene Projektarbeit
Literatur	• Brenner, W.; Uebernickel, F. (Hg.) (2016): Design Thinking for Innovation. Research and Practice. 1st ed. 2016. Cham, s.l.: Springer International Publishing. • Gassmann, O.; Friesike, S. (2012): 33 Erfolgsprinzipien der Innovation. 1. Aufl. München: Carl Hanser Verlag. • Kim, W. Chan; Mauborgne, R. (2007): Blue ocean strategy. How to create uncontested market space and make the competition irrelevant. [Nachdr.]. Boston, Mass.: Harvard Business School Press. • Köster, K. (2010): International Project Management. London • Osterwalder, A.; Pigneur, Y. (2013): Business model generation. A handbook for visionaries, game changers, and challengers. 1. Aufl. Hoboken, NJ: Wiley. • Weitere Literatur wird in der Veranstaltung bekanntgegeben

PERSONALPSYCHOLOGIE 4.3 WP

Studiensemester 6. Studiensemester	**Häufigkeit** 1 mal jährlich (im SoSe)	**Dauer** 1 Semester	**Geplante Gruppengröße** Maximal 25
Lehrveranstaltung Personalpsychologie	**Präsenzzeit** 4 SWS	**Workload/Selbststudium** 150 h / 90 h (einschließlich Prüfungsvorbereitung)	**ECTS** 5
Modulverantwortliche/r Prof. Dr. Simone Kaminski	**Lehrende/r** Isabell Braumandl/ Georg Zerle		
Lehrinhalte	**Im Rahmen des Moduls werden folgende Themen behandelt:** • Einführung in die Personalpsychologie • Aufgaben und Herausforderungen der Personalpsychologie • Berufswahl und berufliche Entwicklung • Personalentwicklung / Kompetenzentwicklung • Personalmarketing und Mitarbeiterrekrutierung • Personalauswahl und Potenzialdiagnostik • Leistungsbeurteilung • Talent Management • Personalführung • Gesundheitsförderung • Möglichkeiten der Digitalisierung in der Personalpsychologie		
Kompetenzorientierte Lernziele	**Fach- und Methodenkompetenz** Die Studierenden • sind in der Lage, zentrale Forschungsgegenstände, Theorien und Anwendungsgebiete der Personalpsychologie zu erläutern. • können Instrumente und Verfahren der Personalauswahl sowie der Potenzialdiagnostik aufzeigen und bewerten. • können Vor- und Nachteile einzelner Beurteilungsverfahren darlegen. • sind imstande, den Prozess der Entwicklung, Durchführung und Evaluation von Personalentwicklungsmaßnahmen wiederzugeben. **Kommunikative und soziale Kompetenz** Die Studierenden • entwickeln und üben in Kleingruppen eine objektive Haltung bei der Darstellung von Praxisfällen und Lösungskonzepten ein. • erstellen adressatenorientiert eigene Konzeptionen, stellen diese vor und vertreten sie argumentativ. **Selbstkompetenz** • Die Studierenden reflektieren die Anforderungen an die mögliche künftige Rolle in personalpsychologischen Kontexten vorausschauend und leiten persönliche Lernschritte ab.		
Vorkenntnisse/Teilnahmevoraussetzungen	Empfohlene Voraussetzung: Absolvierung des Moduls „Arbeits- und Organisationspsychologie“		
Verwendung des Moduls	Psychologie Personalmanagement Personalpsychologie Betriebspsychologie Kommunikationspsychologie Organisations- und Personalentwicklung		
Prüfungsform	schrP 90 Min. oder ModA		
Lehrformen	Seminaristischer Unterricht		

Lehrmethoden	Aktivierung des Vorwissens, Dozentenvortrag, Brainstorming, Diskussion, Gruppenarbeit, Gruppen-Puzzle, Lehrgespräch, Mind-Mapping, Murmelgruppe, Partnerarbeit, Rollenspiele, problembasiertes Lernen, Lernfortschrittsanalyse mithilfe von Quiz und Aufgaben, Selbstreflexion, Kurzreferat, Übung (z.B. Kugellager), Lehrvideo etc.
Literatur	Cartwright, S. & Cooper, C. L. (2012). *The Oxford Handbook of Personnel Psychology*. Oxford: University Press. Kauffeld, S. (2019). *Arbeits-, Organisations- und Personalpsychologie für Bachelor* (3. Aufl.). Berlin: Springer. Schuler, H. (2014). *Psychologische Personalauswahl. Eignungsdiagnostik für Personalentscheidungen und Berufsberatung* (4. Aufl.). Göttingen: Hogrefe. Schuler, H. & Kanning, U. P. (2014). *Lehrbuch der Personalpsychologie* (3. Aufl.). Göttingen: Hogrefe. Sonntag. Kh. (2016). *Personalentwicklung in Organisationen: Psychologische Grundlagen, Methoden und Strategien* (4. Aufl.). Göttingen: Hogrefe. Treier, M. (2019). *Wirtschaftspsychologische Grundlagen für Personalmanagement: Fach- und Lehrbuch zur modernen Personalarbeit.* Berlin: Springer.

DATENERHEBUNG & STATISTIK 4.4 WP

Studiensemester 4. Studiensemester	**Häufigkeit** 1 mal jährlich (im SoSe)	**Dauer** 1 Semester	**Geplante Gruppengröße** Maximal 25
Lehrveranstaltung Datenerhebung & Statistik mit begleitendem Tutorium	**Präsenzzeit** 4 SWS	**Workload/Selbststudium** 150 h / 90 h (einschließlich Prüfungsvorbereitung)	**ECTS** 5
Modulverantwortliche/r Prof. Dr. Simone Kaminski	**Lehrende/r** Sascha Filimon		
Lehrinhalte	**Im Rahmen des Moduls werden folgende Themen behandelt:** • Grundlagen quantitativer Verfahren der Erhebung und Auswertung von Daten im Rahmen der empirischen Sozialforschung • Grundlagen der deskriptiven Statistik und Inferenzstatistik • Datenanalyse mithilfe eines Statistikprogramms (z.B. IBM SPSS Statistics) •		
Kompetenzorientierte Lernziele	**Fach- und Methodenkompetenz** Die Studierenden • kennen die Grundlagen quantitativer Datenerhebung und -analyse sowie die Grundlagen der deskriptiven Statistik und Inferenzstatistik. • sind in der Lage, vorliegende und selbst erhobene Daten mithilfe ausgewählter statistischer Verfahren auszuwerten, darzustellen, zu erklären und zu interpretieren. • sind in der Lage, quantitative Daten mithilfe einer Statistiksoftware (z.B. IBM SPSS Statistics) sinnvoll und zielgerichtet auszuwerten. **Kommunikative und soziale Kompetenz** • Im Rahmen von Kleingruppenarbeiten können die Studierenden Lösungsvorschläge zu fachspezifischen Problemstellungen erarbeiten und diese in kurzen Präsentationen darstellen und erläutern. **Selbstkompetenz** • Die Studierenden haben den Umgang mit einem Statistikprogramm so weit erlernt, dass sie eigenständig vorliegende oder selbst erhobene quantitative Daten sinnvoll auswerten, darstellen und interpretieren können.		
Vorkenntnisse/Teilnahmevoraussetzungen	keine		
Verwendung des Moduls	Psychologie Soziologie Sozialforschung		
Prüfungsform	schrP 90 Min. oder ModA		
Lehrformen	Seminaristischer Unterricht		
Lehrmethoden	Aktivierung von Vorwissen, Brainstorming, Diskussion, Dozentenvortrag, E- Learning Material, Gruppenarbeit, Lehrgespräch, Mind-Mapping, Murmelgruppe, Partnerarbeit, problembasiertes Lernen, Lernfortschrittsanalyse mithilfe von Quiz und Aufgaben, Selbstreflexion, Übung		
Literatur	Bühl, A. (2018). *Einführung in die moderne Datenanalyse ab SPSS 25* (3. Aufl.). Hallbergmoos: Pearson. Bühner, M. (2021). *Einführung in die Test- und Fragebogenkonstruktion* (4. Aufl.). Hallbergmoos: Pearson.		

	Bühner, M. & Ziegler, M. (2017). *Statistik für Psychologen und Sozialwissenschaftler* (2. Aufl.). Hallbergmoos: Pearson. Döring, N. & Bortz, J. (2016). *Forschungsmethoden und Evaluation für Human- und Sozialwissenschaftler* (5. Aufl.). Berlin: Springer. Sedlmeier, P. & Renkewitz, F. (2018). *Forschungsmethoden und Statistik. Für Psychologen und Sozialwissenschaftler* (3. Aufl.). Hallbergmoos: Pearson.

WIRTSCHAFTSPRIVATRECHT 4.3 UF

Studiensemester 4. Semester	**Häufigkeit** 1 mal jährlich (im SoSe)	**Dauer** 1 Semester	**Geplante Gruppengröße** Maximal 40
Lehrveranstaltungen Wirtschaftsprivatrecht	**Präsenzzeit** 4 SWS	**Workload/Selbststudium** 150h / 90 h	**ECTS** 5
Modulverantwortliche/r Prof. Dr.Ingrid Huber-Jahn, Prof. Dr. Steffen Steinicke	**Lehrende/r** Dr. Michaela Braun		
Lehrinhalte	**Im Rahmen des Moduls werden folgende Themen behandelt:** **BGB, Allgemeiner Teil, §§ 1- 240 BGB** • Grundbegriffe und Grundprinzipien des Bürgerlichen Rechts • Handlungs- und Rechtsfähigkeit • Rechtsobjekte und Rechtssubjekte • Willenserklärungen, Realakte, Rechtsgeschäfte • Stellvertretung **BGB, Schuldrecht, §§ 241 – 853 BGB** • Schuldverhältnisse im Allgemeinen und Besonderen • Leistungsstörungsrecht • Allgemeine Geschäftsbedingungen • Deliktsrecht **Ausgesuchte Fragestellungen aus dem Sachenrecht, §§ 854-1296 BGB** • Eigentum und gutgläubiger Erwerb • Eigentumserwerb		
Kompetenzorientierte Lernziele	**Nach Absolvierung des Moduls sind die Studierenden in der Lage:** • Fachkompetenz: Juristische Fragestellungen aus den Grundlagen des Bürgerlichen Rechts im betriebswirtschaftlichen Kontext zu erarbeiten. • Erste Rechtsfälle zu beurteilen. • Die Systematik des BGB zu erkennen, um Problemlösungen für eine Vielzahl von Fällen zu erarbeiten. • Die vermittelten Kenntnisse und Fähigkeiten anhand praxisrelevanter Übungen und Fällen zu überprüfen. • Methodenkompetenz: Erste praktische Fallprobleme zusammen mit den anderen Studienteilnehmern zu erörtern und zu beurteilen. • Selbstkompetenz: Persönliche Eigenschaften wie Integrität, Objektivität, Unabhängigkeit und die Bewertung von Entscheidungen unter ethischen Aspekten –durch Gruppendiskussionen– zu entwickeln.		
Vorkenntnisse/Teilnah-mevoraussetzungen	Keine		
Verwendung des Moduls	Bachelorstudiengang „Betriebswirtschaftslehre und Unternehmensführung“ sowie thematisch verwandte Bachelorstudiengänge		
Prüfungsform	Schriftliche Prüfung (60 – 120 min.)		
Lehrformen	Seminaristischer Unterricht: Fallbearbeitung; Gruppenarbeiten; Praxisbeispiele; Diskussion und Moderation; Übungsaufgaben; Multimedialer Einsatz; Coaching; ggf. Online-Lehre		
Lernmethoden	Fallbearbeitung; Gruppenarbeiten; Praxisbeispiele; Diskussion und Moderation; Übungsaufgaben; Multimedialer Einsatz		
Literatur	• Führich, E.: Wirtschaftsprivatrecht: Bürgerliches Recht, Handelsrecht, Gesellschaftsrecht, aktuelle Auflage, München. • Köhler, M.: BGB Allgemeiner Teil, aktuelle Auflage, München. • Weitere relevante Literatur wird aufgrund ihrer Aktualität in der Vorlesung bekannt gegeben.		

GRUNDLAGEN DER KOSTEN- UND LEISTUNGSRECHNUNG / CONTROLLING 4.4 UF

Studiensemester 4. Semester	**Häufigkeit** 1 mal jährlich (im SoSe)	**Dauer** 1 Semester	**Geplante Gruppengröße** Maximal 40
Lehrveranstaltung Grundlagen der Kosten- und Leistungsrechnung, Controlling	**Präsenzzeit** 4 SWS	**Workload/Selbststudium** 150 h /90 h	**ECTS** 5
Modulverantwortliche/r Prof. Dr. Ingrid Huber-Jahn, Prof. Dr. Steffen Steinicke	**Lehrende/r** Prof. Dr. Christoph Ertl		
Lehrinhalte	**Im Rahmen des Moduls werden folgende Themen behandelt:** • Abgrenzung internes und externes Rechnungswesen • Erfassung, Systematisierung, Bewertung, Abgrenzung, Verrechnung der Kosten • Aufgabe und Zweck der kalkulatorischen Kosten • Gestaltung, Durchführung, Auswertung einer Kostenstellenrechnung • Verrechnung von Kosten interner und externer Leistungen innerhalb des Unternehmens • Gestaltung, Aufbau einer Kostenträgerrechnung • Aufbau, Anwendungsbereiche der Vollkosten- und Teilkostenrechnung • Ein- und mehrstufige Deckungsbeitragsrechnung • Deckungsbeitragsoptimale Produktionsprogrammplanung • Angebotskalkulationen und Besonderheiten bei kleinen und mittleren Unternehmen • Fallstudie zur Angebotskalkulation, Controlling, betriebswirtschaftliche Auswertungen		
Kompetenzorientierte Lernziele	**Nach Absolvierung des Moduls sind die Studierenden in der Lage:** • Fachkompetenz: Die Gestaltungselemente der Kosten- und Leistungsrechnung als Teilbereiche des betrieblichen Rechnungswesens und des betrieblichen Informations- und Controllingsystems zu untersuchen. • Verursachungsgerechte Kostenzuordnungen zu verstehen. • Angebotskalkulationen anzufertigen. • Die vermittelten Kenntnisse und Fähigkeiten in die eigene betriebliche Praxis, z.B. durch Kennzahlenanalyse, zu transferieren. • Controlling als ein zentrales Managementinstrumentarium zu begreifen. • Methodenkompetenz: Das Wissen zur Vertiefung auf praxisrelevante Übungen, konkrete Fälle und Spezialfragen anzuwenden.		
Vorkenntnisse/Teilnahmevoraussetzungen	Keine		
Verwendung des Moduls	Bachelorstudiengang „Betriebswirtschaftslehre und Unternehmensführung“ sowie thematisch verwandte Bachelorstudiengänge		
Prüfungsform	Schriftliche Prüfung (60 – 120 min.)		
Lehrformen	Seminaristischer Unterricht: Fallbearbeitung; Gruppenarbeiten; Praxisbeispiele; Diskussion und Moderation; Übungsaufgaben; Multimedialer Einsatz; Coaching; ggf. Online-Lehre		
Lehrmethoden	Fallbearbeitung; Gruppenarbeiten; Praxisbeispiele; Diskussion und Moderation; Übungsaufgaben; Multimedialer Einsatz		
Literatur	• Olfert, K.: Kostenrechnung, aktuelle Auflage, Herne. • Däumer, K.-D.; Grabe J.: Kostenrechnung 1-3, aktuellste Auflage, Herne. • Weitere relevante Literatur wird aufgrund ihrer Aktualität in der Vorlesung bekannt gegeben.		

KULTUR: THEORIEN UND METHODEN (NUR FÜR VERTIEFUNGSRICHTUNG „KULTUR"- BIS ZUR 11. KOHORTE GALT 5.1 K) **4.3 K**

Studiensemester 5. Semester	**Häufigkeit** 1 mal jährlich	**Dauer** 1 Semester	**Geplante Gruppengröße** Maximal 25
Lehrveranstaltung Kultur: Theorien und Methoden	**Präsenzzeit** 4 SWS	**Workload/Selbststudium** 150h /90h (einschließlich Prüfungsvorbereitung)	**ECTS** 5
Modulverantwortliche/r Prof. Dr. Silke Järvenpää	**Lehrende/r** Prof. Dr. Silke Järvenpää		
Lehrinhalte	**Im Rahmen des Moduls werden folgende Themen behandelt:** • In diesem Modul werden die theoretischen Hintergründe des sogenannten erweiterten Kulturbegriffs anschaulich und konkret sowie in ihrer historischen Entwicklung beleuchtet: Die Palette reicht von „klassischen" theoretischen Ansätzen bis zu jüngeren Beiträgen aus den Cultural Studies, der Praxistheorie oder der reflexiven Anthropologie. • Touristische Kulturattraktoren sind geronnene Geschichte inkl. der Geistes- und Kunstgeschichte. Zu ihrem Verständnis braucht es ein gewisses Überblickswissen zu den geistigen Entwicklungen der letzten Jahrtausende, wobei der Schwerpunkt auf West- und Mitteleuropa gelegt wird. Mithilfe ausgewählter philosophischer Originaltexte und entsprechender Sekundärliteratur wird versucht, die verschiedenen Kulturbegriffe und verschiedene geistige Systeme zu verstehen. Die Studierenden sollen in diesem Teilmodul fremde Geisteswelten für sich entdecken und auf die Argumentationen und Ziele der geisteswissenschaftlichen Experten, die sich häufig rund um die Attraktoren finden, verstehen und mit ihnen kommunizieren können. • Im Mittelpunkt steht zunächst die Lektüre griffiger theoretischer Texte - original und für Studierende aufbereitet - aus den Cultural Studies. Cultural Studies fungiert hier als Oberbegriff und beinhaltet z.B. die Cultural Studies der Birmingham Schule, die Amerikanistik, die Postkolonialismus-Forschung, die Xenologie, etc. Nach der Konfrontation mit Auszügen aus der Forschungsliteratur werden die Theorien, Modelle und Methoden auf Kriterien, Vorgehensweisen und Kategorien reduziert. Schließlich werden sie auf ‚Fälle' angewendet, mit denen sich Studierende einem besseren Verständnis der jeweiligen Kultur(en) nähert.		
Kompetenzorientierte Lernziele	**Fach- und Methodenkompetenz** Die Studierenden • beschreiben in diesem Modul fremde Geisteswelten und stellen Argumentationen und Ziele geistes- und gesellschaftswissenschaftlicher Expertise dar (diese finden sich häufig im Umfeld der Attraktoren); • ordnen Überblickswissen zu den geistigen Entwicklungen der letzten Jahrtausende ein, wobei der Schwerpunkt auf West- und Mitteleuropa liegt. Mithilfe ausgewählter (ideen-)historischer Quellen sowie Forschungsliteratur eignen sie sich die Grundzüge der Kulturgeschichte an (diachrone Kulturwissenschaft); • unterscheiden verschiedene Richtungen der Cultural Studies (Oberbegriff: siehe Lehrinhalte), verstehen ihre Kerngedanken, und vergleichen sie miteinander (synchrone Kulturwissenschaft); • wenden einige der Ideen der Cultural Studies an, indem sie didaktisch vorbereitete Fälle bearbeiten; • unterziehen in Grundzügen die besprochenen Theorien einer kritischen Lesart;		

	• realisieren den Stoff des Moduls als ‚Werkzeugkasten', aus dem sie sich jederzeit bedienen können, wenn sie ihr Verständnis von Kultur(en) ohne Anleitung vergrößern wollen. **Kommunikative und soziale Kompetenzen** Die Studierenden • bauen ihr Lexikon aus (grundlegende Kenntnisse der kulturwissenschaftlichen Fachsprache) und experimentieren damit; • verfügen über ein erweitertes argumentatives Repertoire (auf der Basis kulturwissenschaftlicher Wahrnehmungsraster) und wenden es an; • nehmen im geschützten Raum an Simulationen fachwissenschaftlicher Diskurse teil; • sehen sich nach erfolgreichem Absolvieren des Moduls zunehmend in der Lage, mit Fachleuten zu kommunizieren. **Selbstkompetenz** Die Studierenden • erkennen, dass Theorie das Hinterfragen von grundsätzlichen Annahmen und Postulaten ist und das Zunichtemachen dessen, was man dachte zu wissen; • halten Methodenvielfalt in den Geisteswissenschaften besser aus; • widerstehen zunehmend dem Drang, Komplexität reduzieren zu wollen.
Vorkenntnisse/Teilnah-mevoraussetzungen	keine
Verwendung des Moduls	Kulturwissenschaften (FK11, B.A. Management Sozialer Innovationen); Kulturtheorie und -geschichte (FK14, B.A. Tourismus Management)
Prüfungsform	Modularbeit oder schriftliche Prüfung
Lehrformen	Seminaristischer Unterricht
Lehrmethoden	Präsentationen, Diskussionen, Analysen von einfachen Fallbeispielen, eigenständige Recherchen und Interviews.
Literatur	• Becker, Timo (2013): Management mit Kultur. Die wachsende Rolle von Kunst und Kultur in der Managementausbildung. Wiesbaden: Springer VS. • Burzan, Nicole (2005): Quantitative Methoden der Kulturwissenschaften. Stuttgart: UTB. • Dresen, Antje und Florian Freitag (Hrsg.) (2017): Crossing. Über Inszenierungen kultureller Differenzen und Identitäten. Bielefeld: Transcript Verlag. • Hepp, Andreas / Krotz, Friedrich / Lingenberg, Swantje / Wimmer, Jeffrey (Hrsg.) (2015): Handbuch Cultural Studies und Medienanalyse. Wiesbaden: Springer VS. • Hoppe, Bernhard M. (2019): Kultur in der demokratischen Gesellschaft. Praxis Kulturmanagement. Wiesbaden: Springer VS. • Maase, Kaspar (2019): Populärkulturforschung. Eine Einführung. Bielefeld: Transcript Verlag. • Moebius, Stephan und Dirk Quadflieg (Hrsg) (2011): Kultur. Theorien der Gegenwart. 2., erweiterte und aktualisierte Auflage. Wiesbaden: VS Verlag. • Peeters, Bert / Mullan, Kerry / Sadow, Lauren (Hrsg.) (2020): Studies in Ethnopragmatics, Cultural Semantics, and Intercultural Communication. Wiesbaden: Springer VS. • Pröbstle, Yvonne (2014): Kulturtouristen. Eine Typologie. Wiesbaden: Springer VS.

KULTURVERMITTLUNG (NUR FÜR VERTIEFUNGSRICHTUNG „KULTUR" - BIS ZUR 11. KOHORTE GALT 5.2 K)
4.4 K

Studiensemester 5. Semester	**Häufigkeit** 1 mal jährlich	**Dauer** 1 Semester	**Geplante Gruppengröße** Maximal 25
Lehrveranstaltung Kulturvermittlung	**Präsenzzeit** 4 SWS	**Workload/Selbststudium** 150 h / 90 h (einschließlich Prüfungsvorbereitung)	**ECTS** 5
Modulverantwortliche/r Prof. Dr. Peter Jandok	**Lehrende/r** Robert Ernst Castellitz		
Lehrinhalte	**Im Rahmen des Moduls werden folgende Themen behandelt:** • Grundlagen der Markentheorie anhand von Praxisbeispielen aus dem Kultursektor • Grundbegriffe wie Markenwert, Markenstrategie, Markenführung und Markenkommunikation (inkl. Neue Medien) werden erklärt und an Praxisbeispielen erarbeitet und vertieft • Kultur & Tourismus • Vermittlung von Fachwissen für die Entwicklung von Spielplänen und Programmen unter Berücksichtigung von künstlerischen, wirtschaftlichen und sonstigen Rahmenbedingungen • Einführung in die Tools und Methoden für die Programm- und Spielplangestaltung in unterschiedlichen Branchen anhand von Praxisbeispielen • Ansätze und Instrumente zur Vermittlung von künstlerischen Inhalten an spezifische Zielgruppen (unter Berücksichtigung der Diversität, Migrationshintergrund) inkl. der Segmentierung von Besucherstrukturen wie auch pädagogischer Vermittlungsmodelle • Überblick von Besucherentwicklungen und Trends in unterschiedlichen Kulturbranchen anhand von ausgewählten Praxisbeispielen		
Kompetenzorientierte Lernziele	**Fach- und Methodenkompetenz** Die Studierenden • sind nach absolvieren des Moduls in der Lage, einen Spielplan bzw. ein künstlerisches Programm unter Anwendung der Grundlagen der Kulturvermittlung zu organisieren und zu realisieren. • sind dazu qualifiziert, eine Kulturmarke strategisch zu entwickeln und darzustellen. **Kommunikative und soziale Kompetenz** Die Studierenden • können fachbezogene Problemlösungen formulieren und argumentieren. Durch Praxisbeispiele sind die Studierenden in der Lage, künstlerische Inhalte an spezifische Zielgruppen zu präsentieren. • sind dazu befähigt, Verantwortung in einem Team zu übernehmen. • beweisen sich effektiv in arbeitsteiligen Gruppen und arbeiten kooperativ und kollegial an Problemstellungen im Kontext Kulturvermittlung. **Selbstkompetenz** Die Studierenden • können ihre eigenen Fähigkeiten reflektieren und zielorientiert künstlerische Inhalte entwickeln.		
Vorkenntnisse/Teilnahmevoraussetzungen	Keine		
Verwendung des Moduls	Kulturwissenschaften Brand Management Kulturmarketing Kommunikationswissenschaften		

Prüfungsform	Modularbeit
Lehrformen	Seminaristischer Unterricht
Lehrmethoden	Diskussion, E-Learning-Material, Fallanalyse, Gruppenarbeit, Selbstreflektion, Textanalyse.
Literatur	• Mandel, Birgit (2002): Lust auf Kultur – Karrierewege in das Berufsfeld Kulturvermittlung. Nürnberg: BW Bildung u. Wissen. • Mandel, Birgit (2008): Audience Development. Kulturmanagement. Kulturelle Bildung. Konzeptionen und Handlungsfelder der Kulturvermittlung. München: kopaed. • Hamer, Gunhild (Hrsg.) (2014): Wechselwirkungen. Kulturvermittlung und ihre Effekte. München: kopaed. • Hausmann, Andrea und Linda Frenzel (Hrsg.) (2014): Kunstvermittlung 2.0. Neue Medien und ihre Potenziale. Wiesbaden: Springer. • Hoffmann, Hilmar (1979): Kultur für alle. Perspektiven und Modelle. Frankfurt/M.: Fischer. • Mörsch, Carmen (2009): Am Kreuzpunkt von vier Diskursen: Die documenta 12 Vermittlung zwischen Affirmation, Reproduktion, Dekonstruktion und Transformation. In: Dies. (Hrsg.): Kunstvermittlung (9-33). Zürich/Berlin: diaphanes.

MODULPLAN 5. SEMESTER

WIRTSCHAFTSENGLISCH I 5.1 IP

Studiensemester 5. Semester	**Häufigkeit** 1 mal jährlich (im WiSe)	**Dauer** 1 Semester	**Geplante Gruppengröße** Maximal 40
Lehrveranstaltungen Sprachmodul V – Wirtschaftsenglisch I	**Präsenzzeit** 4 SWS	**Workload/Selbststudium** 150h / 90h (einschließlich Prüfungsvorbereitung)	**ECTS** 5
Modulverantwortliche/r Prof. Dr. Silke Järvenpää	**Lehrende/r** Nicholas Sinn		
Lehrinhalte	**Das Modul vermittelt:** • Interne und externe mündliche Kommunikation in Unternehmen und Verwaltung, beispielweise das Führen von Telefonaten und das aktive Teilnehmen an Meetings in der englischen Sprache. • Grammatik und Wortschatz im Kontext Wirtschaftsenglisch • Lesen und Verstehen von wirtschaftlichen Texten • Wirtschaftliche Themen wie marketing, crisis management, risk management, communication, and finance etc. • Schreiben von Texten im wirtschaftlichen Kontext, wie z.B. Emails, Protokolle, etc.		
Kompetenzorientierte Lernziele	**Fach- und Methodenkompetenz** • Nach dem Besuch dieses Moduls sind die Studierenden in der Lage, komplexe Sachverhalte im wirtschaftlichen Kontext in der englischen Sprache zu verstehen. • Zudem können Teilnehmer sich schriftlich, unter Berücksichtigung kultureller Unterschiede, in Emails und Protokollen korrekt und erfolgreich ausdrücken. • Auch können sie erworbene Kenntnisse mündlich souverän anwenden, z.B. in Meetings oder Telefonaten. **Kommunikative und soziale Kompetenz** • Die Studierenden können die behandelten Inhalte (unter anderem in Bürokommunikation wie E-Mail-Korrespondenzen, das Schreiben von Protokoll, das Führen von Telefonaten und die aktive Teilnahme an Meetings) gut strukturiert und klar zusammenfassen und ihre Meinung dazu äußern. • Sie können alltägliche kulturelle Gepflogenheiten der englischsprachigen Kultur mit denen der Herkunftskultur vergleichen. • Sie arbeiten in Partner- und Kleingruppen kooperativ und stellen sich so gewonnene Ergebnisse vor, um im Studien- und Berufsleben die Arbeit in multinationalen Teams effizient gestalten zu können. **Selbstkompetenz** • Sie bearbeiten Problemstellungen weitgehend eigenständig, können sich aber auch in den Übungseinheiten in kleineren Gruppen über die zu behandelnden Problemstellungen austauschen.		
Vorkenntnisse/Teilnahmevoraussetzungen	Abgeschlossenes B2-Niveau ist empfehlenswert.		
Verwendung des Moduls	Vorbereitung der Studierenden auf schriftliche und mündliche Kommunikation im Bereich Projektmanagement in einem internationalen Umfeld.		
Prüfungsform	Schriftliche Prüfung 90 min + Präsentation 15-20 min oder Modularbeit		
Lehrformen	Seminaristischer Unterricht		
Lehrmethoden	Aktivierung des Vorwissens, Brainstorming, Diskussion, E-Learning-Material, Gruppenarbeit, Mind-Mapping, Partnerarbeit, Planspiel, Referat, Textanalyse, Übung, etc.		
Literatur	• Cotton, D.; Falvey, D.; Kent, S. (2011): Market Leader Upper Intermediate (3rd edition). Pearson • Zusätzliches Material aus wirtschaftlichen Zeitungsartikeln, Zeitschriften, Lehrbüchern, und dem Internet.		

POLITIKMANAGEMENT UND DESSEN RAHMENBEDINGUNGEN 5.2 IP

Studiensemester 5. Semester	**Häufigkeit** 1 mal jährlich (im WiSe)	**Dauer** 1 Semester	**Geplante Gruppengröße** Maximal 25
Lehrveranstaltungen 1. Politische Systeme 2. Politikmanagement	**Präsenzzeit** 2 SWS 2 SWS	**Workload/Selbststudium** 150h / 90h (einschließlich Prüfungsvorbereitung)	**ECTS** 5
Modulverantwortliche/r Prof. Dr. Andreas M. Wüst	**Lehrende/r** Prof. Dr. Andreas M. Wüst, N.N.		
Lehrinhalte	**Im Rahmen des Moduls werden folgende Themen behandelt:** • Rahmenbedingungen politischen Handelns: Verfassungen und Verträge (1.1) • Kompetenzen verschiedener politischer Ebenen (1.2) • Institutionen und politische Prozesse (1.3) • Regieren und Verwalten im Mehrebenensystem (1.4) • Politisches Management in Theorie und Praxis (2.1) • Aktive Begleitung eines politischen Entscheidungs- oder Umsetzungsprozesses (2.2)		
Kompetenzorientierte Lernziele	**Fach- und Methodenkompetenz** • Die Studierenden erlangen Grundkenntnisse zum politischen System Deutschlands (Bund, Land, Kommune) und der EU, insbesondere in den Feldern: Verfassungen und Verträge, politische Institutionen, Entscheidungs- und Verwaltungsprozesse. • Nach Besuch dieses Moduls sind sie in der Lage, sich im politischen Mehrebenensystem zu orientieren und politische Prozesse zu verstehen. • Sie erlangen theoretisches Wissen und Praxiserfahrungen hinsichtlich politischem Management. **Kommunikative und soziale Kompetenzen** • Studierende werden zur aktiven Teilnahme an politisch-administrativen Diskursen befähigt. • Die Studierenden können einen politisch-administrativen Prozess aktiv begleiten und dabei mehr und weniger erfolgversprechende Strategien und Handlungen sowie praktische Hindernisse kennenlernen. • Auf der Basis ihres erworbenen Hintergrundwissens und von Praxiserfahrungen können Studierende hilfreiche Schlüsse für das Projektmanagement mit öffentlichen Institutionen ziehen. **Selbstkompetenz** Studierende haben den Umgang mit politischen Strukturen und Prozessen und politischem Management so weit erlernt, dass sie in der Lage sind, entsprechenden Herausforderungen im beruflichen Alltag erfolgreich zu begegnen.		
Vorkenntnisse/Teilnah-mevoraussetzungen	Keine		
Verwendung des Moduls	---		
Prüfungsformen	Verpflichtendes Referat sowie Schriftliche Prüfung (60 min) Modularbeit		

Lehrformen	Seminaristischer Unterricht
Lehrmethoden	Vorlesung Seminar
Literatur	• Bernauer, Thomas et al. (2025): Einführung in die Politikwissenschaft, Baden-Baden: Nomos (6. Auflage). • Bogumil, Jörg/Lars Holtkamp (2023): Kommunalpolitik und Kommunalverwaltung, Bonn: bpb (2. Auflage). • Cini, Michelle/Nieves Pérez-Solórzano Borragán (2025): European Union Politics: Oxford (8. Auflage). • Grotz, Florian/Wolfgang Schroeder (2025): Das politische System der Bundesrepublik Deutschland, Baden-Baden: Nomos (2. Auflage). • Marschall, Stefan (2026): Das politische System Deutschlands, München: UKV (6. Auflage).

MARKT- UND WERBEPSYCHOLOGIE 5.3 WP

Studiensemester 7. Studiensemester	**Häufigkeit** 1 mal jährlich (im WiSe)	**Dauer** 1 Semester	**Geplante Gruppengröße** Maximal 25
Lehrveranstaltung Markt- und Werbepsychologie	**Präsenzzeit** 4 SWS	**Workload/Selbststudium** 150 h / 90 h (einschließlich Prüfungsvorbereitung)	**ECTS** 5
Modulverantwortliche/r Prof. Dr. Simone Kaminski	**Lehrende/r** Frank Voggenreiter/ Brid Karacan		
Lehrinhalte	**Im Rahmen des Moduls werden folgende Themen behandelt:** • Einführung in die Markt-, Werbe- und Konsumentenpsychologie • Werbung und Kaufen • Psychologische Determinanten: Wahrnehmung, Emotionen, Motivation, Lernen/Gedächtnis, Urteilsbildung, Handlungssteuerung • Umweltdeterminanten: physische und soziale Umwelt der Konsumenten, Medienumwelt • Prinzipien und (sozial-)psychologische Grundlagen der Kaufentscheidung • Werbepsychologie, Inhalte und Gestaltung von Werbung • Marktpsychologie zur Evaluierung absatzpolitischer Instrumente (Produktgestaltung, Preispolitik, Werbung/Kommunikation, Vertrieb) • Messung der Werbewirkung und Methoden der (psychologischen) Marktforschung • Finanzpsychologie (Geld- Preis- und Steuerpsychologie, Anlegerverhalten, Sparen und Verschuldung)		
Kompetenzorientierte Lernziele	**Fach- und Methodenkompetenz** Die Studierenden • verfügen über Basiswissen hinsichtlich marktpsychologischer Fragestellungen. • haben sowohl methodische als auch thematische Kenntnisse auf dem Gebiet der Markt- und Konsumentenforschung und verstehen die Bedeutung der Schnittstelle zwischen dem psychologischen Grundlagenwissen und dem Anwendungsbereich der psychologischen Marktforschung. • sind in der Lage, die Wirkung von Marketingmaßnahmen auf Konsumenten einzuschätzen und diese vergleichend und kritisch zu reflektieren. • können Werbung analysieren und alternative Kommunikationsstrategien in der Werbung vorschlagen. • hinterfragen Forschungsmethodik und Ethik im Marketing kritisch. **Kommunikative und soziale Kompetenz** Die Studierenden • beurteilen Konsumentenentscheidungen aus psychologischer Perspektive und vertreten ihre Analysen argumentativ. • entwickeln und üben in Kleingruppen eine objektive Haltung bei der Darstellung von Praxisfällen und Lösungskonzepten ein. **Selbstkompetenz** Die Studierenden • reflektieren ihr eigenes Konsumverhalten und sind in der Lage, dessen Steuerung durch marketingpolitische Maßnahmen besser zu verstehen.		

	• sind in der Lage, Werbung, Produktverpackungen und Shop- und Website-Gestaltungen unter psychologischen Aspekten zu analysieren und Empfehlungen zu Optimierungen zu geben.
Vorkenntnisse/Teilnahmevoraussetzungen	keine
Verwendung des Moduls	Psychologie Wirtschafts- und Werbepsychologie Medien- und Werbepsychologie Konsumentenpsychologie und Marktforschung Kommunikationspsychologie
Prüfungsform	schrP 90 Min.
Lehrformen	Seminaristischer Unterricht
Lehrmethoden	Aktivierung des Vorwissens, Dozentenvortrag, Brainstorming, Diskussion, Gruppenarbeit, Gruppen-Puzzle, Lehrgespräch, Mind-Mapping, Murmelgruppe, Partnerarbeit, problembasiertes Lernen, Lernfortschrittsanalyse mithilfe von Quiz und Aufgaben, Selbstreflexion, Kurzreferat, Übung (z.B. Kugellager), Lehrvideo etc.
Literatur	Felser, G. (2015). *Werbe- und Konsumentenpsychologie* (4. Aufl.). Berlin: Springer. Fichter, C. (2018). *Wirtschaftspsychologie für Bachelor*. Berlin: Springer. Kroeber-Riel, W. & Gröppel-Klein, A. (2019). *Konsumentenverhalten* (11. Auflage). München: Vahlen. Mittelstaedt, M. (2020). *Konsumentenpsychologie und Konsumentenverhalten: Marketingpsychologie - Kunden verstehen und lesen.* Norderstedt: Books on Demand. Moser, K. (2015). *Wirtschaftspsychologie* (2. Aufl.). Berlin: Springer Neumann, P. (2013a). *Handbuch der Markt- und Werbepsychologie*. Bern: Hans-Huber. Neumann, P. (2013b). *Handbuch der psychologischen Marktforschung*. Bern: Hans-Huber. Raab, G., Unger, A. & Unger, F. (2022). *Marktpsychologie: Grundlagen und Anwendung* (5. Aufl.). Wiesbaden: Springer Gabler.

FÜHRUNGSPSYCHOLOGIE UND INTERNATIONAL LEADERSHIP 5.4 WP

Studiensemester 7. Studiensemester	**Häufigkeit** 1 mal jährlich (im WiSe)	**Dauer** 1 Semester	**Geplante Gruppengröße** Maximal 25
Lehrveranstaltung Führungspsychologie und international Leadership	**Präsenzzeit** 4 SWS	**Workload/Selbststudium** 150 h / 90 h (einschließlich Prüfungsvorbereitung)	**ECTS** 5
Modulverantwortliche/r Prof. Dr. Simone Kaminski	**Lehrende/r** Isabell Braumandl/ Georg Zerle		
Lehrinhalte	**Im Rahmen des Moduls werden folgende Themen behandelt:** • Einführung in die Führungspsychologie • Grundlagen der Führung und Selbstführung • Theoretische Ansätze der Führung • Mitarbeiterführung (Kommunikation, Interaktion, Führungsinstrumente, Anreizsysteme, Motivation, Konfliktmanagement) • Mitarbeiterbeurteilung • Neue Entwicklungen der Führungsforschung (u.a. Systemische Führung, Positive Leadership und Mindful Leadership) • Führungskompetenzen und Persönlichkeit der Führungskraft • Führungskräfteentwicklung • Teamführung • Führen in virtuellen Organisationen • Führen von internationalen Teams • Handeln als Unternehmer*in		
Kompetenzorientierte Lernziele	**Fach- und Methodenkompetenz** Die Studierenden • kennen die Grundlagen der Führung und Selbstführung. • sind in der Lage, verschiedene theoretische Rahmenwerke und wichtige Ergebnisse der Führungsforschung zu verstehen und zu analysieren. • können das erworbene Wissen auf typische Führungssituationen und spezifische Herausforderungen anwenden. • können aktuelle Führungstrends verstehen und analysieren. **Kommunikative und soziale Kompetenz** • Die Studierenden sind in der Lage, in Gruppen und Teams Fallbeispiele und Praxisfälle aus dem Führungskontext zu analysieren, Lösungskonzepte zu erarbeiten, diese adressatenorientiert darzustellen und argumentativ zu vertreten. **Selbstkompetenz** Die Studierenden • reflektieren die Anforderungen an die mögliche künftige Rolle als Führungskraft vorausschauend und leiten persönliche Lernschritte ab. • sind in der Lage, eigenes Verhalten kritisch zu hinterfragen und Techniken der Selbstführung anzuwenden.		
Vorkenntnisse/Teilnahmevoraussetzungen	keine		
Verwendung des Moduls	Psychologie Kommunikationspsychologie Wirtschafts- und Organisationspsychologie		
Prüfungsform	ModA		
Lehrformen	Seminaristischer Unterricht		

Lehrmethoden	Aktivierung des Vorwissens, Dozentenvortrag, Brainstorming, Diskussion, Gruppenarbeit, Gruppen-Puzzle, Lehrgespräch, Mind-Mapping, Murmelgruppe, Partnerarbeit, problembasiertes Lernen, Fallbeispiele, Lernfortschrittsanalyse mithilfe von Quiz und Aufgaben, Selbstreflexion, Kurzreferat, Übung (z.B. Kugellager), Lehrvideo etc.
Literatur	Felfe, J. (2015). *Trends der psychologischen Führungsforschung: Neue Konzepte, Methoden und Erkenntnisse*. Göttingen: Hogrefe. Felfe, J. & van Dick, R. (2016). *Handbuch Mitarbeiterführung: Wirtschaftspsychologisches Praxiswissen für Fach- und Führungskräfte.* Berlin: Springer. Haslam, S. A., Reicher, S. D. & Platow, M. J. (2020). *The New Psychology of Leadership: Identity, Influence and Power* (2nd Ed.). New York: Routlegde. Lippmann, E., Pfister, A. & Jörg, U. (2019). *Handbuch Angewandte Psychologie für Führungskräfte. Führungskompetenz und Führungswissen* (5. Aufl.). Berlin: Springer.

WIRTSCHAFTS- UND FINANZMATHEMATIK 5.3 UF

Studiensemester 7. Semester	**Häufigkeit** 1 mal jährlich (Im WiSe)	**Dauer** 1 Semester	**Geplante Gruppengröße** Maximal 40
Lehrveranstaltung Wirtschafts- und Finanzmathematik	**Präsenzzeit** 4 SWS	**Workload/Selbststudium** 150 h / 90 h	**ECTS** 5
Modulverantwortliche/r Prof. Dr. Ingrid Huber-Jahn, Prof. Dr. Steffen Steinicke	**Lehrende/r** Prof. Dr. Röpcke/ Rita Augustin		
Lehrinhalte	**Im Rahmen des Moduls werden folgende Themen behandelt:** • Wirtschaftsmathematik - Lineare Algebra: Lineare Gleichungssysteme, Matrizen und Determinanten, Ökonomische Anwendungen. - Analysis und Optimierung von Funktionen in einer und in mehreren Variablen, Grundlagen der Differentialrechnung und Integralrechnung, Anwendung auf ökonomische Funktionen. • Finanzmathematik - Grundlagen der Finanzmathematik - Zinsrechnung - Zahlungsströme - Rentenrechnung - Tilgungsrechnung - Investitionsrechnung		
Kompetenzorientierte Lernziele	**Nach Absolvierung des Moduls sind die Studierenden in der Lage:** • Fachwissen: Die grundlegenden für die BWL relevanten mathematischen und finanzmathematischen Techniken zu erarbeiten und zu beherrschen. • Methodenwissen: Im Berufsleben anfallende Situationen unter quantitativen Aspekten eigenständig zu bewerten und zu analysieren. • Wichtige Berechnungsweisen in Funktionsgebieten der BWL wie z.B. Finanzierung und Investition treffsicher anzuwenden. • Betriebliche Entscheidungen, z.B. Investitionsentscheidungen, auch durch quantitative Methoden abzusichern. • Eigenständig anspruchsvolle Aufgabenstellungen zu lösen und durch Peer Instructionverfahren anderen bei der Lösungssuche behilflich zu sein.		
Vorkenntnisse/Teilnah-mevoraussetzungen	Keine		
Verwendung des Moduls	Bachelorstudiengang „Betriebswirtschaftslehre und Unternehmensführung“ sowie thematisch verwandte Bachelorstudiengänge		
Prüfungsform	Schriftliche Arbeit (Erlaubte Hilfsmittel: Open Book, Taschenrechner)		
Lehrformen	Seminaristischer Unterricht: Gruppenarbeiten; Praxisbeispiele; Diskussion und Moderation; Übungsaufgaben; Multimedialer Einsatz; Coaching; ggf. Online-Lehre		
Lehrmethoden	Gruppenarbeiten; Praxisbeispiele; Diskussion und Moderation; Übungsaufgaben; Multimedialer Einsatz		
Literatur	• Röpcke, H.; Wessler, M.: Wirtschaftsmathematik: Methoden – Beispiele – Anwendungen, aktuelle Auflage, München. • Weitere relevante Literatur wird aufgrund ihrer Aktualität in der Vorlesung bekannt gegeben.		

GRUNDLAGEN DER UNTERNEHMENSORGANISATION 5.4 UF

Studiensemester 5. Semester	**Häufigkeit** 1 mal jährlich (im WiSe)	**Dauer** 1 Semester	**Geplante Gruppengröße** Maximal 40
Lehrveranstaltung Grundlagen der Unternehmensorganisation	**Präsenzzeit** 4 SWS	**Workload/Selbststudium** 150 h / 90 h	**ECTS** 5
Modulverantwortliche/r Prof. Dr. Ingrid Huber-Jahn, Prof. Dr. Steffen Steinicke	**Lehrende/r** Prof. Dr. Steffen Steinicke		
Lehrinhalte	**Im Rahmen des Moduls werden folgende Themen behandelt** Betriebswirte tragen in besonderer Weise die Verantwortung für die erfolgreiche Umsetzung von Unternehmens-/Bereichsstrategien, für die Entwicklung von marktgerechten Unternehmens-/Bereichsstrukturen, die Gestaltung einer Unternehmens-/Gemeinschaftskultur und die Optimierung der Unternehmens-/Bereichsprozesse. Um die angehenden Betriebswirte in das unternehmerische Denken und Handeln einzuführen, sollen in dieser Veranstaltung die *Grundlagen des Managements von Unternehmen* vermittelt werden: (1) **Unternehmen organisieren sich nach Strukturen (structure)** (2) **Unternehmen organisieren sich nach Kulturen (culture)** (3) **Unternehmen organisieren sich nach Strategien (strategy)** (4) **Unternehmen organisieren sich nach Prozessen (systems & policies)** **EINFÜHRUNG: UNTERNEHMEN ORGANISIEREN SICH NACH WERTEN** Studierende erlernen, dass Unternehmen sich je nach einem „Werte-System“ unterschiedlich/ ähnlich organisieren ▪ Die „Werte-Organisation & das Werte-System“ von Unternehmen **(1) UNTERNEHMEN ORGANISIEREN SICH NACH STRUKTUREN** Studierende erlernen, welche Bausteine eine „Aufbauorganisation / Struktur“ umfasst, wie sich Unternehmen klassisch als Linienorganisation, aber hoch effizienzoptimierend als Netzwerkorganisation strukturieren und welche Bedeutung die Projektorganisation – über Gruppen und/oder Teams organisierend – heutzutage in Unternehmen einnimmt. ▪ „Zum Wandel der Organisationsmodelle: Von der Linienorganisation zu „Organisationaler Ambidextrie“ **(2) UNTERNEHMEN ORGANISIEREN SICH NACH KULTUREN** Studierende erlernen, was unter Kultur zu verstehen ist und welche Funktionen „Kultur“ in Unternehmen übernimmt! ▪ „Unternehmenskultur: Starke versus schwache Kulturausprägungen im Vergleich“ **(3) UNTERNEHMEN ORGANISIEREN SICH NACH STRATEGIEN** Studierende erlernen, was unter Strategie zu verstehen ist, wie sich Unternehmen entlang von Strategien organisieren, hier dargestellt am Beispiel einer Innovations-/Wachstumsstrategie. ▪ Beispiel: „Organisationale Ambidextrie“, um Effizienz (Stabilität) und Flexibilität (Innovation) zu optimieren		

	▪ Organisation von Innovationsstrategien über „Reorganisation, Organisationsentwicklung, Lernende Organisation“ **(4) UNTERNEHMEN ORGANISIEREN SICH NACH PROZESSEN** Studierende erlernen, was unter Geschäftsprozessen / Prozessen zu verstehen ist, welche Instrumente in Unternehmen in Einsatz kommen und wie Beispiele in Unternehmen für das „Management von Geschäftsprozessen“ aussehen. ▪ Geschäftsprozessmanagement – warum? ▪ Gestaltung und Organisation von Prozessen ▪ Geschäftsprozessmodellierung ▪ Prozessstandardisierung und –modelle ▪ Planung und Steuerung von Geschäftsprozessen ▪ Prozessmanagement mit betriebswirtschaftlicher Standardsoftware ▪ Reifemodelle ▪ Wie führt man Geschäftsprozessmanagement ein?
Kompetenzorientierte Lernziele	**Nach Absolvierung des Moduls sind die Studierenden in der Lage:** • Fachkompetenz: Die Rolle und Bedeutung der Organisationsgestaltung und Prozesssteuerung als Managementaufgabe zu werten. • Unterschiedliche Wirkungsweisen von organisationalen Maßnahmen für den Unternehmenserfolg zu beurteilen. • Die Bedeutung von Organisationskulturen einzuschätzen und den Einfluss von Kultur als „Erfolgs- oder Misserfolgsfaktor für Unternehmen“ zu interpretieren. • Strategien und deren Organisation im Unternehmen zu evaluieren. • Aufbau, Steuerungen und Veränderungen der Prozesse in Unternehmen zu analysieren. • Methodenkompetenz: Die passende Unternehmensorganisation anhand konkreter Beispiele aus dem Berufsalltag zu entwerfen.
Vorkenntnisse/Teilnah-mevoraussetzungen	Keine
Verwendung des Moduls	Bachelorstudiengang „Betriebswirtschaftslehre und Unternehmensführung“ sowie thematisch verwandte Bachelorstudiengänge
Prüfungsform	Schriftliche Prüfung (mind. 90min)
Lehrformen	Seminaristischer Unterricht: Fallbearbeitung; Praxisbeispiele; Diskussion und Moderation; Übungs-aufgaben; Multimedialer Einsatz; Coaching; ggf. Online-Lehre
Lehrmethoden	Fallbearbeitung; Gruppenarbeiten; Praxisbeispiele; Diskussion und Moderation; Übungsaufgaben; Multimedialer Einsatz
Literatur	• Habelt W.; Sonnabend, M.: Führung – Wohin führst du? Wie Führungskräfte ihre Unternehmenswerte optimieren, vergüten und bilanzieren, aktuelle Auflage, Oldenbourg. • Gareth, R. J.; Bouncken R. B.: Organisation: Theorie, Design und Wandel, aktuelle Auflage, London. • Weitere relevante Literatur wird aufgrund ihrer Aktualität in der Vorlesung bekannt gegeben.

INTERNATIONALES KULTURMARKETING (NUR FÜR VERTIEFUNGSRICHTUNG „KULTUR" - BIS ZUR 11. KOHORTE GALT 6.1 K) **5.3 K**

Studiensemester 6. Semester	**Häufigkeit** 1 mal jährlich	**Dauer** 1 Semester	**Geplante Gruppengröße** Maximal 25
Lehrveranstaltung Internationales Kulturmarketing	**Präsenzzeit** 4 SWS	**Workload/Selbststudium** 150h / 90h (einschließlich Prüfungsvorbereitung)	**ECTS** 5
Modulverantwortliche/r Prof. Dr. Peter Jandok	**Lehrende/r** Holger Kurtz		
Lehrinhalte	**Im Rahmen des Moduls werden folgende Themen behandelt:** • Einführung des Kulturmarketings in Theorie und Praxis: Begriff, Merkmale und Ziele, Grundbegriffe des Planungsprozesses im Kulturmarketing • Kulturmarketing: Produkt/Marke, Marktforschung und Konsumverhalten, Marketingstrategien, Vermittlung und Koordinationsarbeit • Grundlagen Online-Marketing und Vertrieb • Kulturmarketing: Finanzen und Preispolitik • Grundlagen interner und externer Kommunikation • Presse- und Öffentlichkeitsarbeit		
Kompetenzorientierte Lernziele	**Fach- und Methodenkompetenz** Die Studierenden • können die Grundbegriffe und wesentlichen Ansätze und Theorien des Kulturmarketings wiedergeben und erläutern. • sind nach absolvieren des Moduls in der Lage, kulturelle Inhalte und Produkte mit Erfolg zu vermarkten und zu kommunizieren. • Sind in der Lage ein künstlerisches Projekt / Produkt unter Anwendung der Marketing-Grundlagen zu organisieren und kultursensibel zu vermarkten. **Kommunikative und soziale Kompetenzen** Sie Studierenden • entwickeln durch die Vermittlung des Lehrinhalts Fachwissen und Techniken im Kontext der Marketingkommunikation • sind dazu befähigt durch Partner- und Gruppenarbeitsphasen kommunikative und soziale Kompetenzen zu entwickeln und anzuwenden **Selbstkompetenz** Die Studierenden • sind nach Abschluss des Moduls in der Lage, ihre Fähigkeiten und Wissen im Kontext des Kulturmarketings eigenständig wiederzugeben • können zielorientiert kulturelle Marketingstrategien entwickeln und umsetzen		
Vorkenntnisse/Teilnahme-voraussetzungen	Keine		
Verwendung des Moduls	Sozialwissenschaftliche Studiengänge kulturwissenschaftliche Studiengänge Wirtschaftliche Studiengänge		
Prüfungsform	Schriftliche Prüfung 90 min oder Modularbeit		
Lehrformen	Seminaristischer Unterricht		
Lehrmethoden	Vortrag, Diskussion, Gruppenarbeit, Simulation, Lektüre		

Literatur	• Pöllmann, Lorenz (2021). Kulturmarketing: Grundlagen, Konzepte, Instrumente. (2. Auflage). Wiesbaden: Springer Gabler Verlag • Colbert, François (2007): Marketing Culture and the Arts. Québec: HEC Montréal • Schwarz, Nadine (2013): Kunst- und Kulturmarketing. Analyse der Marketingsituation einer Kulturinstitution und Erarbeitung strategischer Möglichkeiten am Beispiel eines soziokulturellen Zentrums. VDM Verlag • Hausmann, Andrea und Linda Frenzel (Hrsg.) (2014): Kunstvermittlung 2.0. Neue Medien und ihre Potenziale. Wiesbaden: Springer Verlag • Mandel, Birgit (2009). PR für Kunst und Kultur. Handbuch für Theorie und Praxis. Transcript Verlag • Klein, Armin (2008). Besucherbindung im Kulturbetrieb. VS Verlag für Sozialwissenschaften • Holst, Christian (2021). Digitale Kulturkommunikation. Grundlagen, Strategien und praktische Umsetzung. Wiesbaden: Springer Verlag • Terlutter, Ralf (2000). Lebensstilorientiertes Kulturmarketing. Besucherorientierung bei Ausstellungen und Museen. Deutscher Universitätsverlag

KULTUR UND FINANZEN (NUR FÜR VERTIEFUNGSRICHTUNG „KULTUR" - BIS ZUR 11. KOHORTE GALT 6.2 K)
5.4 K

Studiensemester 6. Semester	**Häufigkeit** 1 mal jährlich	**Dauer** 1 Semester	**Geplante Gruppengröße** Maximal 25
Lehrveranstaltung Kultur und Finanzen	**Präsenzzeit** 4 SWS	**Workload/Selbststudium** 150h / 90h (einschließlich Prüfungsvorbereitung)	**ECTS** 5
Modulverantwortliche/r Prof. Dr. Peter Jandok	**Lehrende/r** Jerome Lenzen		
Lehrinhalte	**Im Rahmen des Moduls werden folgende Themen behandelt:** • Grundlagen der Kalkulation und des Controllings von Kulturprojekten • Überblick über die Geschichte der Kulturfinanzierung und die maßgeblichen Instrumente der öffentlichen und privaten Kulturförderung. Ein internationaler Vergleich zeigt Ansatzpunkte und Lösungsstrategien anderer Länder im Bereich der Kulturfinanzierung auf. • Vermittelt werden Kenntnisse der Träger sowie der maßgeblichen Instrumente der öffentlichen Kulturfinanzierung in Deutschland, Kenntnisse über die Möglichkeiten der Eigenfinanzierung von Kulturinstitutionen, der privaten Kulturfinanzierung sowie Modelle der Mischformen öffentlicher und privater Kulturfinanzierung. • Vertiefung von Methoden und Instrumenten des Sponsorings, des Fundraisings, Privater Stiftungen und Freundeskreise anhand praktischer Übungen und Expertenbeiträgen.		
Kompetenzorientierte Lernziele	**Fach- und Methodenkompetenz** Die Studierenden • sind in der Lage, die Grundlagen der Kalkulation und des Controllings von Kulturprojekten zu beschreiben. • können die öffentliche Kulturfinanzierung durch Bund, Länder und Kommunen in Deutschland von den verschiedenen Formen der privaten Kulturfinanzierung (Sponsoring, Fundraising, Private Stiftungen) unterscheiden. Die Abgrenzung stellt sich inhaltlich wie auch rechtlich und steuerlich dar, wobei sich vor allem in der praktischen Umsetzung vielfältige Überschneidungen ergeben. • können nach Absolvieren des Moduls die wesentlichen Instrumente der öffentlichen und privaten Kulturfinanzierung in Deutschland bestimmen. • sind dazu fähig, Finanzierungsquellen abhängig von der Zielsetzung, der Rechtsform und der Trägerschaft darzulegen. • können Strategien und Konzepte für die erfolgreiche Finanzierung von Kulturprojekten, -institutionen und -unternehmungen untersuchen und analysieren. • sind dazu befähigt, anhand von einzelnen Fallbeispielen ein Finanzkonzept für ein fiktives Kulturprojekt aufzustellen. **Kommunikative und soziale Kompetenzen** Die Studierenden • eigenen sich in Gruppenarbeitsphasen selbstverantwortlich eigenes Wissen an und bereiten es für KommilitonInnen in Präsentationen auf. **Selbstkompetenz** Die Studierenden • werden sich der Komplexität des Themas „Kultur und Finanzierung" bewusst. • können die Realisierbarkeit eigener Kulturprojekte mit Fokus auf die Möglichkeiten der Finanzierung sowie das Controlling abschätzen.		
Vorkenntnisse/Teilnah-	Keine		

mevoraussetzungen	
Verwendung des Moduls	Sozialwissenschaftliche Studiengänge kulturwissenschaftliche Studiengänge Wirtschaftliche Studiengänge
Prüfungsform	Modularbeit oder schriftliche Prüfung
Lehrformen	Seminaristischer Unterricht
Lehrmethoden	Lektüre, Vortrag, Diskussion, Fallbeispiele in Einzel- und Gruppenarbeit.
Literatur	• Betz, Gregor, u.a. (2011): Urbane Events. Wiesbaden. • Dey, Günther (2017): Rechnungswesen in Kulturbetrieben. Ein Leitfaden. Wiesbaden: Springer VS. • Gerlach-March, Rita und Lorenz Pöllmann (2019): Kulturfinanzierung. Wiesbaden: Springer VS. • Kulturpolitik und Kulturfinanzierung in der Bundesrepublik Deutschland sowie in anderen europäischen Ländern: www.culturalpolicies.net > country profiles. • Schößler, Tom (2019): Preispolitik im Kulturbetrieb. Eintrittspreise erfolgreich gestalten. Wiesbaden: Springer VS.

MODULPLAN 6. SEMESTER

WIRTSCHAFTSENGLISCH II 6.1 IP

Studiensemester 6. Semester	**Häufigkeit** 1 mal jährlich (im SoSe)	**Dauer** 1 Semester	**Geplante Gruppengröße** Maximal 40
Lehrveranstaltungen Sprachmodul VI – Wirtschaftsenglisch II	**Präsenzzeit** 4 SWS	**Workload/Selbststudium** 150h / 90h (einschließlich Prüfungsvorbereitung)	**ECTS** 5
Modulverantwortliche/r Prof. Dr. Silke Järvenpää	**Lehrende/r** Nicholas Sinn		
Lehrinhalte	**Das Modul vermittelt:** • Interne und externe mündliche Kommunikation in Unternehmen und Verwaltung, beispielweise Präsentation, Verhandlung und Vorstellungsgespräch in der englischen Sprache. • Grammatik und Wortschatz im Kontext Wirtschaftsenglisch • Lesen und Verstehen von wirtschaftlichen Texten • Wirtschaftliche Themen wie marketing, crisis management, risk management, communication, and finance etc. • Schreiben von Texten im wirtschaftlichen Kontext, wie z.B. Business Report, Bewerbung und Cover Letter		
Kompetenzorientierte Lernziele	Business English II stellt eine Weiterführung des Business English I dar. **Fach- und Methodenkompetenz** • Nach dem Besuch dieses Moduls sind die Studierenden in der Lage, komplexe Sachverhalte im wirtschaftlichen Kontext in der englischen Sprache zu verstehen. • Zudem können sie sich schriftlich, unter Berücksichtigung kultureller Unterschiede, in Business Report korrekt und erfolgreich ausdrücken. • Auch im Bereich der Bewerbung können Teilnehmer problemlos schriftliche Unterlagen auf Englisch verfassen. • Sie können souverän und gezielt auf Englisch Themen präsentieren und mit anderen verhandeln. **Kommunikative und soziale Kompetenzen** • Die Studierenden können die behandelten Inhalte (auch in Business Report, Bewerbungen, Präsentationen, Verhandlungen und Vorstellungsgesprächen) gut strukturiert und klar zusammenfassen und ihre Meinung dazu äußern. • Sie können alltägliche kulturelle Gepflogenheiten der englisch-sprachigen Kultur mit denen der Herkunftskultur vergleichen. • Sie arbeiten in Partner- und Kleingruppen kooperativ und stellen sich so gewonnene Ergebnisse vor, um im Studien- und Berufsleben die Arbeit in multinationalen Teams effizient gestalten zu können. **Selbstkompetenz** • Sie bearbeiten Problemstellungen weitgehend eigenständig, können sich aber auch in den Übungseinheiten in kleineren Gruppen über die zu behandelnden Problemstellungen austauschen.		
Vorkenntnisse/Teilnahmevoraussetzungen	Erfolgreiche Teilnahme am Modul Wirtschaftsenglisch I ist empfehlenswert.		
Verwendung des Moduls	Vorbereitung der Studierenden auf schriftliche und mündliche Kommunikation im Bereich Projektmanagement in einem internationalen Umfeld.		
Prüfungsform	Schriftliche Prüfung 90 min + Präsentation 15-20 min oder Modularbeit		
Lehrformen	Seminaristischer Unterricht		
Lehrmethoden	Aktivierung des Vorwissens, Brainstorming, Diskussion, E-Learning-Material, Gruppenarbeit, Mind-Mapping, Partnerarbeit, Planspiel, Referat, Textanalyse, Übung, etc.		
Literatur	Cotton, D., Falvey, D.; Kent, S. (2011): Market Leader Upper Intermediate (3rd edition). Pearson Zusätzliches Material aus wirtschaftlichen Zeitungsartikeln, Zeitschriften, Lehrbüchern, und dem Internet.		

INTERNATIONALES PROJEKTMANAGEMENT MEGAPROJECTS 6.2 IP

Studiensemester 8. Semester	**Häufigkeit** 1 mal jährlich (im SoSe)	**Dauer** 1 Semester	**Geplante Gruppengröße** Maximal 40
Lehrveranstaltung Internationales Projektmanagement IV: (Fallstudie/Projektarbeit)	**Präsenzzeit** 4 SWS	**Workload/Selbststudium** 150h /90h (einschließlich Prüfungsvorbereitung)	**ECTS** 5
Modulverantwortliche/r Prof. Dr. Daniel Ittstein	**Lehrende/r** Dipl.-Ing Christian Sturm		
Lehrinhalte	**Themenkomplexe** • Vorstellung des Themas Großprojekte / Hochrisikoprojekte • fachliche und zeitliche Strukturierung von Projekten • Management von Projektrisiken und Projektcontrolling • interne und externe Kommunikation von Projekten • klassische, agile und Lean-Methoden des Projektmanagements • Hybride Formen des Projektmanagements • Kontinuierliche Anpassung und Optimierung eines Projektes **Projektarbeit** • Vorstellung einer komplexen Projektaufgabe mit ca. 60 MA • Analyse des Projektumfelds und der Rahmenbedingungen • Strukturierung des Projektteams • Auswahl, Anpassung und Umsetzung geeigneter Methoden • Führung des Teams gemäß den vorgegebenen Mgmt.-Modellen • Definition und Umsetzung eines Projektcontrollings • Implementierung und Umsetzung einer internen und externen Kommunikation • Reflexion der Erkenntnisse für die eigene Projektarbeit • Sicherstellung einer grundgesetzkonformen sowie respektvoll und konstruktiv agierenden Projektorganisation		
Kompetenzorientierte Lernziele	**Fach- und Methodenkompetenz** • In der realitätsnahen Fallstudie / Projektarbeit wenden die Studierenden das gelernte Wissen aus Grundlagen & Methoden internationaler Projektführung innerhalb Ihrer jeweiligen Projektrolle an • Sie können eigenständig projektrelevante (Umfeld-) Informationen, sammeln, bewerten und interpretieren • Sie können gefundene Aussagen auf Richtigkeit überprüfen, die Plausibilität einer Schlussfolgerung überprüfen und zwischen verschiedenen Alternativen entscheiden. • Sie können die erlernten Methoden des Internationalen Projektmanagements für ein gegebenes Projektumfeld gezielt auswählen • Sie können die gewählten Methoden effizient und effektiv im Team einführen und anwenden. • Sie haben stets das Projektziel und –zweck im Fokus und können diese bei Bedarf anpassen **Kommunikative und soziale Kompetenzen** • Sie können in einem Team eine respektvolle und konstruktive Arbeitsatmosphäre aktiv schaffen und Vorbildrolle einnehmen		

	• Sie wenden in Projektkrisen ein zielgerichtetes und zugleich respektvolles Konfliktmanagement an. • Sie können in einem Team eine respektvolle und konstruktive Arbeitsatmosphäre aktiv schaffen und Vorbildrolle einnehmen. • Sie können zielgerichtet die Kommunikation ggü. dem Management führen (Präsentationen, schriftliche und mündliche Kommunikation) • Sie können Verantwortung für ein Projektteam übernehmen und dieser gerecht werden. • Sie können mit heterogenen und interkulturellen Teams umgehen und sind fähig sowohl zu integrieren als auch klare Leitplanken zu setzen und deren Akzeptanz zu erarbeiten. **Selbstkompetenz** • Sie können selbständig weiterführende Lernprozesse gestalten. Sie können sich autodidaktisch weiterführende Informationen / komplexere Strukturen auch fächerübergreifend) eigenständig erschließen und verarbeiten. Sie können sich verschiedene Projektmanagementmethoden eigenständig erschließen und zielgerichtet anwenden. • Sie beherrschen Projektterminologien in Englisch, die sie zum selbständigen Weiterlernen befähigen.
Vorkenntnisse/Teilnah-mevoraussetzungen	Praktische Prüfung ist erforderlich
Verwendung des Moduls	Projektmanagement Bauprojektmanagement Kommunikationspsychologie
Prüfungsform	Modularbeit und praktische Prüfung oder Modularbeit
Lehrformen	Projektstudium
Lehrmethoden	Aktivierung des Vorwissens, Kreativitätstechniken, Diskussion, Gruppenarbeit, Coaching, Selbst- und Gruppenreflexion, Partnerarbeit, Problembasiertes Lernen, praxisbezogene Projektarbeit.
Literatur	• Duarte, D. L.; Snyder, N. T. (2006): Mastering virtual teams. Strategies, tools, and techniques that succeed. 3rd ed. San Francisco, Calif.: Jossey-Bass • Gellert, M.; Nowak, C. (2014): Teamarbeit, Teamentwicklung, Teamberatung. Ein Praxisbuch für die Arbeit in und mit Teams. 5. unveränd. Aufl. Meezen: Limmer • Köster, K. (2010): International Project Management. London • Weitere Literatur wird im Seminar bekannt gegeben

PSYCHOLOGISCHE DIAGNOSTIK 6.3 WP

Studiensemester 6. Studiensemester	**Häufigkeit** 1 mal jährlich (im SoSe)	**Dauer** 1 Semester	**Geplante Gruppengröße** Maximal 25
Lehrveranstaltung Psychologische Diagnostik	**Präsenzzeit** 4 SWS	**Workload/Selbststudium** 150 h / 90 h (einschließlich Prüfungsvorbereitung)	**ECTS** 5
Modulverantwortliche/r Prof. Dr. Simone Kaminski	**Lehrende/r** N.N.		
Lehrinhalte	**Im Rahmen des Moduls werden folgende Themen behandelt:** • Einführung in die Diagnostik • Gütekriterien diagnostischer Instrumente • Der diagnostische Prozess und diagnostische Methoden • Diagnostische Urteile und Entscheidungen • Evaluation diagnostischer Vorgehensweisen • Ethische Aspekte • Überblick zur Leistungs- und Eignungsdiagnostik im wirtschaftspsychologischen Kontext		
Kompetenzorientierte Lernziele	**Fach- und Methodenkompetenz** Die Studierenden • sind in der Lage, die Grundlagen der psychologischen Diagnostik zu skizzieren. • können die Bedeutung von Gütekriterien diagnostischer Verfahren aufzeigen. • sind imstande, den diagnostischen Prozess von der Klärung der Fragestellung bis hin zur Evaluation aufzuzeigen. • können die Vor- und Nachteile unterschiedlicher diagnostischer Methoden abgewogen darstellen. **Kommunikative und soziale Kompetenz** • Studierende sind in der Lage, eigene Vorschläge für Problemlösungen für praxisorientierte diagnostische Fragestellungen argumentativ zu vertreten, diese nach einem Feedback weiterzuentwickeln und in Gruppendiskussionen einen optimierten Konsens zu finden. **Selbstkompetenz** Die Studierenden • können Messinstrumente entsprechend einer konkreten wirtschaftspsychologischen Fragestellung eigenständig auswählen, anwenden, auswerten und interpretieren. • sind in der Lage, aus der Selbsterfahrung mit diagnostischen Instrumenten Impulse für die eigene persönlichkeitsorientierte Weiterentwicklung abzuleiten.		
Vorkenntnisse/Teilnahmevoraussetzungen	Empfohlene Voraussetzung: Absolvierung der Module „Einführung in die Psychologie“, „Datenerhebung und Statistik“		
Verwendung des Moduls	Psychologie Angewandte Psychologie Ethik		
Prüfungsform	schrP 90 Min. oder ModA		
Lehrformen	Seminaristischer Unterricht		
Lehrmethoden	Aktivierung des Vorwissens, Dozentenvortrag, Brainstorming, Diskussion, Gruppenarbeit, Gruppen-Puzzle, Lehrgespräch, Mind-Mapping, Murmelgruppe, Partnerarbeit, problembasiertes Lernen,		

	Lernfortschrittsanalyse mithilfe von Quiz und Aufgaben, Selbstreflexion, Kurzreferat, Übung (z.B. Kugellager), Lehrvideo etc.
Literatur	Kubinger, K. D. (2019). *Psychologische Diagnostik: Theorie und Praxis psychologischen Diagnostizierens* (3. Aufl.). Göttingen: Hogrefe. Schmidt Atzert, L., Krumm, S. & Amelang, M. (2022). *Psychologische Diagnostik* (6. Aufl.). Berlin: Springer. Stemmler, G. & Margraf-Stiksrud, J. (2015). *Lehrbuch Psychologische Diagnostik.* Bern: Hans Huber. Rezensionen zu Testverfahren (https://www.bdp-verband.de/publikationen/testrezensionen)

CHANGE MANAGEMENT 6.4 WP

Studiensemester 8. Studiensemester	**Häufigkeit** 1 mal jährlich (im SoSe)	**Dauer** 1 Semester	**Geplante Gruppengröße** Maximal 25
Lehrveranstaltung Change Management	**Präsenzzeit** 4 SWS	**Workload/Selbststudium** 150 h / 90 h (einschließlich Prüfungsvorbereitung)	**ECTS** 5
Modulverantwortliche/r Prof. Dr. Simone Kaminski	**Lehrende/r** N.N.		
Lehrinhalte	**Im Rahmen des Moduls werden folgende Themen behandelt:** • Einführung in das Change Management/die Organisationsentwicklung • Auslöser und Ursachen für Veränderungen und Wandel • Grundlagen der Organisationsentwicklung (Modelle und Theorien) • Methoden und Instrumente der Organisationsentwicklung • Hemmnisse des Wandels und Ursachen gescheiterten Unternehmenswandels • Erfolgsfaktoren der Organisationsentwicklung • Instrumente der Organisationsanalyse • Evaluation von Change Management-Prozessen • Beteiligungs- und Kommunikationsprozesse zur Unterstützung von Change-Prozessen • Die Rolle der Organisationskultur bei Veränderungsvorhaben		
Kompetenzorientierte Lernziele	**Fach- und Methodenkompetenz** Die Studierenden • entwickeln vor dem Hintergrund unterschiedlicher organisationstheoretischer Zugänge ein vertieftes Verständnis für die Veränderbarkeit von Organisationen und den zugehörigen Beratungsprozessen. • sind in der Lage, Changeprojekte zu konzipieren, Rahmenbedingungen zu analysieren und Instrumente des Change Managements anzuwenden. **Kommunikative und soziale Kompetenz** Die Studierenden • sind in der Lage, in Kleingruppen Fallbeispielen und Aufgaben zu bearbeiten sowie die Ergebnisse der Gruppenarbeiten im Plenum zu präsentieren. • können Change Management-Tools auf die eigene Teamarbeit anwenden. **Selbstkompetenz** • Die Studierenden sind in der Lage, ihre eigene professionelle Rolle als Teil des Handlungssystems Organisation zu reflektieren, Veränderungsprojekte einzuschätzen sowie ihr praktisches Handeln darauf abzustimmen.		
Vorkenntnisse/Teilnahmevoraussetzungen	Empfohlene Voraussetzung: Absolvierung der Module „Personalpsychologie“, „Arbeits- & Organisationspsychologie“ und „Führungspsychologie/ Leadership“		
Verwendung des Moduls	Psychologie Organisationspsychologie Kommunikationspsychologie		
Prüfungsform	schrP 90 Min. oder ModA		
Lehrformen	Seminaristischer Unterricht		

Lehrmethoden	Aktivierung des Vorwissens, Dozentenvortrag, Brainstorming, Diskussion, Gruppenarbeit, Gruppen-Puzzle, Lehrgespräch, Mind-Mapping, Murmelgruppe, Partnerarbeit, problembasiertes Lernen, Fallbeispiele, Lernfortschrittsanalyse mithilfe von Quiz und Aufgaben, Selbstreflexion, Kurzreferat, Übung (z.B. Kugellager), Lehrvideo etc.
Literatur	Hehn, S. v., Cornelissen, N. I. & Braun, C. (2021). *Kulturwandel in Organisationen. Ein Baukasten für angewandte Psychologie im Change-Management* (2. Aufl.). Berlin: Springer Lang, M. & Wagner, R. (2020). *Das Change Management Workbook. Veränderungen im Unternehmen erfolgreich gestalten*. München: Carl Hanser Verlag. Lauer, T. (2019). *Change Management: Grundlagen und Erfolgsfaktoren* (3. Aufl.). Berlin: Springer Gabler. Schiersmann, C. & Thiel, H.-U. (2018). *Organisationsentwicklung. Prinzipien und Strategien von Veränderungsprozessen* (5. Aufl.). Wiesbaden. Vahs, D. & Weiand, A. (2020). *Workbook Change Management: Methoden und Techniken* (3. Aufl.). Stuttgart: Schäffer-Poeschel Werther, S. & Jacobs, C. (2014). *Organisationsentwicklung – Freude am Change*. Berlin: Springer.

GRUNDLAGEN DES MARKETINGS 6.3 UF

Studiensemester 8. Semester	**Häufigkeit** 1 mal jährlich (im SoSe)	**Dauer** 1 Semester	**Geplante Gruppengröße** Maximal 40
Lehrveranstaltung Grundlagen des Marketings	**Präsenzzeit** 4 SWS	**Workload/Selbststudium** 150 h / 90 h	**ECTS** 5
Modulverantwortliche/r Prof. Stefan E. Busch	**Lehrende/r** Hyeun-mi Lee/ Frank Matthias		
Lehrinhalte	**Im Rahmen des Moduls werden folgende Themen behandelt:** <u>Erster Teil: Grundsätzliches zum Verständnis des Marketing-Management</u> 1. Marketing als Führungskonzept 2. Merkmale des Marketing <u>Zweiter Teil: Analyse von Marketingchancen</u> 3. Informationsbeschaffung 4. Käuferverhalten <u>Dritter Teil: Planung von Marketing-Strategien</u> 5. Segmentierung 6. Strategische Positionierung 7. Marketing-Ziele und -Strategien <u>Vierter Teil: Strategierealisierung im Marketing</u> 8. Operative Marketingplanung: Marketing-Mix (4 P) 9. Marketing Organisation und Marketing Controlling Fallstudie mit Praxisbezug		
Kompetenzorientierte Lernziele	**Nach Absolvierung des Moduls sind die Studierenden in der Lage:** • Fachkompetenz: Die theoretischen Grundlagen des Marketings zu erarbeiten und in die Praxis zu transferieren. • Ausgehend von dem Ansatz der Marketingkonzeption die Spezifika von Marketingzielen, -strategien und dem Marketingmix für einzelne Branchen und Unternehmensgrößen zu erarbeiten. • Theoretische und praktische Fragestellungen über die Grundlagen des Marketings zu erklären. • Methodenkompetenz: Marketing-Fallstudien auszuarbeiten und kleinere praktische Marketing-Problemstellungen eigenständig zu lösen.		
Vorkenntnisse/Teilnahmevoraussetzungen	Keine		
Verwendung des Moduls	Bachelorstudiengang „Betriebswirtschaftslehre und Unternehmensführung“ sowie thematisch verwandte Bachelorstudiengänge		
Prüfungsform	Schriftliche Prüfung (60 – 120 min.) oder Case-Präsentation		
Lehrformen	Seminaristischer Unterricht: Fallbearbeitung; Gruppenarbeiten; Praxisbeispiele; Diskussion und Moderation; Übungsaufgaben; Multimedialer Einsatz; Coaching; ggf. Online-Lehre		
Lehrmethoden	Fallbearbeitung; Gruppenarbeiten; Praxisbeispiele; Diskussion und Moderation; Übungsaufgaben; Multimedialer Einsatz, Gastvorträge		
Literatur	• Kotler, P./Keller, K./Opresnik, M.: Marketing-Management, aktuelle Auflage, Hallbergmoos		

	• Walsh, G./Deseniss, A./ Kilian, T.: Marketing. Eine Einführung auf der Grundlage von Case Stu-dies, aktuelle Auflage, Heidelberg Weitere relevante Literatur wird aufgrund ihrer Aktualität in der Vorlesung bekannt gegeben

VERTIEFUNG VOLKSWIRTSCHAFTLICHER FRAGESTELLUNGEN: MAKROÖKONOMIE UND WIRTSCHAFTSPOLITIK 6.4 UF

Studiensemester 6. Semester	**Häufigkeit** 1 mal jährlich (im SoSe)	**Dauer** 1 Semester	**Geplante Gruppengröße** Maximal 40
Lehrveranstaltung Vertiefung volkswirtschaftlicher Fragestellungen: Makroökonomie und Wirtschaftspolitik	**Präsenzzeit** 4 SWS	**Workload/Selbststudium** 150 h / 90 h	**ECTS** 5
Modulverantwortliche/r Prof. Dr. Ingrid Huber-Jahn, Prof. Dr. Steffen Steinicke	**Lehrende/r** Prof. Dr. Stefan Hohberger		
Lehrinhalte	**Im Rahmen des Moduls werden folgende Themen behandelt:** • Grundlagen der Makroökonomik - Perspektiven der Makroökonomik, Entscheidungsträger der Wirtschaftspolitik, makroökonomische Schlüsselvariablen, volkswirtschaftliche Gesamtrechnung, Wirtschaftskreislauf, Ursachen von Inflation, strukturelle Arbeitslosigkeit - Phasen der Konjunktur - Monetärer Sektor - Neukeynesianisches Basismodell für die Lehre - Determinanten des Devisenmarkts • Wirtschaftspolitik - Entscheidungsträger der Wirtschaftspolitik, wirtschaftspolitische Ziele, Konzeptionen, Strategien und Grenzen - Geldpolitik der Europäischen Zentralbank, Ziele der Geldpolitik, geldpolitische Strategie und Instrumente, Vorteile von Preisstabilität, Steuerung des Geldangebotsprozesses, Wirkung von monetären Impulsen - Bedeutung fiskalpolitischer Maßnahmen im Rahmen der Stabilisierungspolitik, Konzeption, Steuerungsgrößen und Umsetzung, Auswirkung von Wirkungsverzögerungen - Währungspolitik, Wechselkursregime, flexible versus fixe Wechselkurse, Devisenmarktinterventionen - Umweltpolitik, Bedeutung und Wirkung umweltpolitischer Instrumente		
Kompetenzorientierte Lernziele	**Nach Absolvierung des Moduls sind die Studierenden in der Lage:** • Fachkompetenz: Grundlegende makroökonomische Zusammenhänge und Prozessabläufe zu entwickeln. • Möglichkeiten und Grenzen wirtschaftspolitischer Steuerung zu unterscheiden. • Methodenkompetenz: Effekte von wirtschaftspolitischen Entscheidungen, die im Rahmen der Prozesspolitik getroffen werden, zu analysieren und zu beurteilen.		

	• Wirkungszusammenhänge realer staatlicher bzw. institutioneller (z.B. EZB) Maßnahmen zu erkennen und in ersten Erkenntnisschritten zu beurteilen. • Mögliche zukünftige volkswirtschaftliche Problemstellungen und deren Auswirkungen auf betriebliche Prozesse abschätzen zu lernen.
Vorkenntnisse/Teilnahme-voraussetzungen	Keine
Verwendung des Moduls	Bachelorstudiengang „Betriebswirtschaftslehre und Unternehmensführung“ sowie thematisch verwandte Bachelorstudiengänge
Prüfungsform	Schriftliche Prüfung (60 – 120 min.)
Lehrformen	Seminaristischer Unterricht: Fallbearbeitung; Gruppenarbeiten; Praxisbeispiele; Diskussion und Moderation; Übungsaufgaben; Multimedialer Einsatz, Gastvorträge; Coaching; ggf. Online-Lehre
Lehrmethoden	Fallbearbeitung; Gruppenarbeiten; Praxisbeispiele; Diskussion und Moderation; Übungsaufgaben; Multimedialer Einsatz, Gastvorträge
Literatur	• Blanchard, O.; Illing, G.: Makroökonomie, aktuelle Auflage, London. • Brunner, S.; Kehrle, K.: Volkswirtschaftslehre, aktuelle Auflage, München. • Weitere relevante Literatur wird aufgrund ihrer Aktualität in der Vorlesung bekannt gegeben.

KULTUR UND INTERNATIONALES RECHT (NUR FÜR VERTIEFUNGSRICHTUNG „KULTUR" - BIS ZUR 11. KOHORTE GALT 7.1 K) **6.3 K**

Studiensemester 7. Semester	**Häufigkeit** 1 mal jährlich	**Dauer** 1 Semester	**Geplante Gruppengröße** Maximal 25
Lehrveranstaltung Kultur und internationales Recht	**Präsenzzeit** 4 SWS	**Workload/Selbststudium** 150 h / 90 h	**ECTS** 5
Modulverantwortliche/r Prof. Dr. Peter Jandok	**Lehrende/r** Jan Christopher Kalbhenn		
Lehrinhalte	**Im Rahmen des Moduls werden folgende Themen behandelt:** • Medien- und Urheberrecht • Versammlungsstättenrecht • Marken- und Wettbewerbsrecht • Künstlersozialversicherungsrecht • Theater- und Orchesterrecht • Rechtliche Bezüge der privaten Kulturfinanzierung • Umsatzsteuerrecht im Kulturbetrieb		
Kompetenzorientierte Lernziele	**Fach- und Methodenkompetenz** Die Studierenden • können die relevanten rechtlichen Grundlagen der genannten Lehrinhalte für Aufgaben- und Fragestellungen aus dem Bereich des Kulturmanagements darlegen; das Urheberrecht nimmt hier eine herausragende Bedeutung ein. • sind in der Lage, Vor- und Nachteile bestimmter Gestaltungen von Künstler- und Dienstleisterverträgen gegenüberzustellen. • können durch die Bearbeitung zunehmend komplexer Fallbeispiele Übertragungsmöglichkeiten auf unterschiedliche Branchen der Kultur-, Kunst- und Kreativwirtschaft ableiten. • sind dazu befähigt, eine Checkliste für unterschiedliche Kulturevents aufzustellen: Was ist bei der Organisation eines Filmfestivals, einer intern. Konzerttournee usw. aus rechtlicher Perspektive zu beachten? **Kommunikative und soziale Kompetenzen** Die Studierenden können durch (mediengestützte) Gruppenpräsentationen und die vorbereitenden Arbeiten ihre kommunikativen und sozialen Kompetenzen optimieren. **Selbstkompetenz** Die Studierenden sind in der Lage, durch die Auseinandersetzung mit dem Künstlersozialversicherungsrecht und dem Umsatzsteuerrecht die Möglichkeit einer individuellen Ausgründung im Bereich des Cultural Entrepreneurship in Angriff zu nehmen.		
Vorkenntnisse/Teilnahmevoraussetzungen	Keine		
Verwendung des Moduls	Wirtschaftliche Grundlagen des Designs (FK12, B.A. Design)		
Prüfungsform	Schriftliche Prüfung 90 min		
Lehrformen	Seminaristischer Unterricht		
Lehrmethoden	Dozenteninput durch Vorträge, Diskussionen, Einzel-, Partner- und Gruppenarbeitsphasen, Bearbeitung von Fallstudien/Case Studies.		
Literatur	• Ebling, Klaus und Winfried Bullinger (2019): Recht der Kunst. München: C.H. Beck. • KUR. Kunst und Recht. Journal für Kunstrecht, Urheberrecht und Kulturpolitik. • Nix, Christoph (2019): Theaterrecht: Handbuch für Theatermacher. Berlin: Theater der Zeit.		

	• Waetke, Thomas (2018): Grundzüge des Eventrechts. 7. Auflage. Verlag Thomas Waetke.

KULTUR UND DIGITALISIERUNG (NUR FÜR VERTIEFUNGSRICHTUNG „KULTUR" - BIS ZUR 11. KOHORTE GALT 7.2 K) **6.4 K**

Studiensemester 7. Semester	**Häufigkeit** 1 mal jährlich	**Dauer** 1 Semester	**Geplante Gruppengröße** Maximal 25
Lehrveranstaltung Kultur und Digitalisierung	**Präsenzzeit** 4 SWS	**Workload/Selbststudium** 150 h / 90 h	**ECTS** 5
Modulverantwortliche/r Prof. Dr. Ralph-Miklas Dobler	**Lehrende/r** Prof. Dr. Ralph-Miklas Dobler		
Lehrinhalte	**Im Rahmen des Moduls werden folgenden Themen behandelt:** **Digitale Kultur & Gesellschaft** • Mediengeschichte und Technik • Geschichte, Theorie und Praxis digitaler Medien • Kultureller Wandel durch Soziale Netzwerke • Kulturelles Gedächtnis in der digitalen Gesellschaft • Zeitliche Dimensionen der Digitalisierung **Digitale Kulturarbeit** • Produktion und Distribution • Marketing, Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, Werbung • Kuratieren, Vermitteln und Archivieren		
Kompetenzorientierte Lernziel	**Fach und Methodenkompetenzen** Die Studierenden • sind in der Lage, eine eigenständige, wissenschaftliche Position im Diskursfeld Kultur und Digitalisierung darzulegen. • können die digitale Transformation unter einer kulturellen und gesellschaftlichen Perspektive beschreiben. • werden dazu befähigt, die kultur- und gesellschaftsverändernden Funktionen des Digitalisierungsprozesses zu analysieren und diese zukunftsorientiert zu optimieren. • können aktuelle digitale Medientechnologien im Arbeitsfeld Kultur erläutern. **Kommunikative und soziale Kompetenzen** Die Studierenden • sind im Stande, Diskussionen über die Einsatzmöglichkeiten und Grenzen digitaler Anwendungen in der heutigen Kulturarbeit zu führen. • können erlerntes Wissen kontext- und kultursensibel in unterschiedliche Kommunikationssituationen einbringen. **Selbstkompetenz** Die Studierenden • können theoriegeleitet ein besseres Wissen und Verständnis in Bezug auf die Bedeutung der Digitalisierung im kulturellen Bereich nachweisen. • besitzen Kenntnisse und Methoden um den eigenen Lernprozess zu reflektieren und zu steuern.		
Vorkenntnisse/Teilnahmevoraussetzungen	Keine		
Verwendung des Moduls	Sozialwissenschaftliche Studiengänge Kulturwissenschaftliche Studiengänge Wirtschaftliche Studiengänge		
Prüfungsform	Modularbeit oder schriftliche Prüfung		
Lehrformen	Seminaristischer Unterricht		

Lehrmethoden	Vorträge, Gruppen- und Plenumsdiskussion, komplexe Simulationen und Auszüge von Planspielen/Fallstudien, E-Learning-Material.
Literatur	• Becker, Jörg (2013): Die Digitalisierung von Medien und Kultur. Wiesbaden: Springer Fachmedien. • Zimmermann, Olaf und Theo Geißler (2010): Digitalisierung: Kunst und Kultur 2.0. Berlin. • Armin Nassehi (2019): Theorie der digitalen Gesellschaft. München. • Von Helmolt, Katharina und Daniel Ittstein (Hg.) (2018): Digitalisierung und (Inter-)Kulturalität. Formen, Wirkung und Wandel von Kultur in der digitalisierten Welt. Stuttgart. • Felix Stalder (2016): Kultur der Digitalität. Berlin. • José van Dijck (2013): The culture of connectivity. A Critical History of Social Media. Oxford. • Reutner, Ursula (2012): Von der digitalen zur interkulturellen Revolution. Baden-Baden. • Colbert, François (2007): Marketing Culture and the Arts. Québec: HEC Montréal

MODULPLAN 7. SEMESTER

VERTRAGSRECHT IM INTERNATIONALEN PROJEKTMANAGEMENT 7.1 IP

Studiensemester 5. Semester	**Häufigkeit** 1 mal jährlich (im WiSe)	**Dauer** 1 Semester	**Geplante Gruppengröße** Maximal 25
Lehrveranstaltung Vertragsrecht im internationalen Projektmanagement	**Präsenzzeit** 4 SWS	**Workload/Selbststudium** 150h / 90 h (einschließlich Prüfungsvorbereitung)	**ECTS** 5
Modulverantwortliche/r Prof. Dr. Peter Jandok	**Lehrende/r** Dr. Elmar Wins-Seemann		
Lehrinhalte	Das Modul Vertragsrecht vermittelt die grundlegenden Kenntnisse zum internationalen Vertragsrecht, zu den Vertragstypen, zum Vertragsinhalt, der Gestaltung und Durchführung von grenzüberschreitenden Verträgen. **Im Rahmen des Moduls werden folgende Themen behandelt:** • Überblick über das internationale Vertragsrecht • Anbahnungsverträge (etwa NDA, MoU, LoI) • Internationaler Warenkauf und internationaler Anlagenvertrag • Leistung, Leistungsstörungen und Beendigung von internationalen Verträgen • UN-Kaufrecht • INCOTERMS • Sicherheiten und Compliance • Internationales Privatrecht • Schiedsverfahren		
Kompetenzorientierte Lernziele	Die Grundlagen des Vertragsrechts werden den Studierenden in einem internationalen Kontext auf Basis des deutschen Rechts dargestellt. Die Studierenden **Fach- und Methodenkompetenz** • kennen die Grundstrukturen und Probleme des internationalen Vertragsrechts, • sind in der Lage, die wesentlichen Fragestellungen in einem internationalen Vertragswerk zu erkennen, zu analysieren und einer Lösung zuzuführen. **Kommunikative und soziale Kompetenz** • können sich mit Fachvertretern und Projektbeteiligten über Themen und Lösungen in einem internationalen Vertragswerk austauschen. • können die eigene kontinentaleuropäische Rechtsprägung reflektieren und sich in anderen Rechtskreisen angemessen und zielorientiert verhalten. **Selbstkompetenz** • haben wesentlichen Fragenstellungen des internationalen Vertragsrechts so weit erlernt, dass sie weiterführende Informationen und komplexere Strukturen eigenständig erschließen, erarbeiten und umsetzen können.		
Vorkenntnisse/Teilnahmevoraussetzungen	Keine		
Verwendung des Moduls	Rechtswissenschaftliche Studiengänge Wirtschaftsrechtliche Studiengänge Personalmanagement		
Prüfungsform	Schriftliche Prüfung 90 Min		
Lehrformen	Seminaristischer Unterricht		

Lehrmethoden	Dozentenvortrag; Analyse Musterverträge und Fallbearbeitung in Einzel- und Gruppenarbeit; Praxisbeispiele; Diskussion; Multimedialer Einsatz
Literatur	• Gildeggen/Willburger, Internationale Handelsgeschäfte: Das Recht des grenzüberschreitenden Handels, 5. Auflage München 2018 • Güllemann, Dirk, Internationales Vertragsrecht: Internationales Privatrecht, UN-Kaufrecht und Internationales Zivilverfahrensrecht, 3. Auflage München 2018 • Junker/Kamanabrou, Vertragsgestaltung, 4. Auflage München 2014

INTERNATIONALE WIRTSCHAFTSBEZIEHUNGEN 7.2 IP

Studiensemester 2. Semester	**Häufigkeit** 1 mal jährlich (im SoSe)	**Dauer** 1 Semester	**Geplante Gruppengröße** Maximal 40
Lehrveranstaltung Internationale Wirtschaftsbeziehungen	**Präsenzzeit** 4 SWS	**Workload/Selbststudium** 150h / 90h (einschließlich Prüfungsvorbereitung)	**ECTS** 5
Modulverantwortliche/r Prof. Dr. Daniel Ittstein	**Lehrende/r** Prof. Dr. Michael Clauss		
Lehrinhalte	**Im Rahmen des Moduls werden folgende Themen behandelt:** • Der Welthandel im Überblick • Reale Außenwirtschaftstheorie • Monetäre Außenwirtschaftstheorie • Wechselkurstheorie • Global Leistungsbilanzungleichgewichte • Zolltheorie • Internationaler Konjunkturzusammenhang		
Kompetenzorientierte Lernziele	**Fach- und Methodenkompetenz** • Nach Besuch dieses Moduls sind die Studierenden in der Lage, Grundlagen der Außenwirtschaftstheorie zu skizzieren und erklären zu können. Sie werden dadurch in die Lage versetzt, ökonomische Integrationsprozesse zu verstehen und die Auswirkung von Handelsliberalisierung auf Wohlfahrt und Einkommensverteilung einschätzen zu können. • Zudem sollen die Studierenden Einsichten in die Handelspolitik erlangen, um das politische Instrumentarium zum Abbau von Protektionismus zu verstehen. • Sie können außenwirtschaftliche Theorien auf außenwirtschaftliche Zusammenhänge anwenden und argumentativ begründen. **Kommunikative und soziale Kompetenzen** • Sie können außenwirtschaftliche Positionen und Problemlösungen formulieren und argumentativ verteidigen. Im Rahmen von Diskussionen und Präsentationen erwerben die Studierenden die Fähigkeit Standpunkte und Lösungsvorschläge zu Fragen der Außenwirtschaft schriftlich und mündlich zu erklären und zu begründen. • Sie können Verantwortung in einem Team übernehmen. Die Studierenden organisieren sich effektiv in arbeitsteiligen Gruppen und arbeiten kooperativ und kollegial an außenwirtschaftlichen Problemstellungen. • Sie entwickeln dabei ein Rollenverständnis im Team und übernehmen für sich und die Gruppe Verantwortung.		

	Selbstkompetenz • Sie können den außenwirtschaftlichen Diskurs eigenständig erschließen.
Vorkenntnisse/Teilnahmevoraussetzungen	Erfolgreiche Teilnahme am Modul Grundlagen der Volkswirtschaftslehre und Wirtschaftspolitik im internationalen Vergleich ist empfehlenswert.
Verwendung des Moduls	Wirtschaftswissenschaften International Business International Management
Prüfungsform	Schriftliche Prüfung 90 min
Lehrformen	Seminaristischer Unterricht
Lehrmethoden	Aktivierung des Vorwissens, Brainstorming, Diskussion, Dozentenvortrag, Fallanalyse, Gruppenarbeit, Gruppenpuzzle, Kleingruppen-Coaching, Lehrgespräch, Mind-Mapping, Partnerarbeit, Problembasiertes Lernen, Referat, Selbstreflektion, Textanalyse, Übung
Literatur	Basisliteratur: • Krugman, P.; Obstfeld, M.; Meltiz, M. (2015): Internationale Wirtschaft. Theorie und Politik der Außenwirtschaft. 10., aktualisierte Auflage. München. • Petersen, T. (2013): Fit für die Prüfung: Außenwirtschaft. Lernbuch. Konstanz, München: UVK-Verl.-Ges; UVK Lucius • Piketty, T. (2015): Das Kapital im 21. Jahrhundert. 7. Aufl. München: Beck • Weitere Literatur wird im Seminar bekannt gegeben • Zentral für den Unterricht ist die regelmäßige Lektüre von außenwirtschaftlichen Themen in Tageszeitungen und Fachzeitschriften wie: Handelsblatt, Frankfurter Allgemeine Zeitung, DIE ZEIT, The Economist, Financial Times, Wall Street Journal, WISU

INTERKULTURELLE KOOPERATION 7.3 IP

Studiensemester 5. Semester	**Häufigkeit** 1 mal jährlich (im SoSe)	**Dauer** 1 Semester	**Geplante Gruppengröße** Maximal 40
Lehrveranstaltung Interkulturelle Kooperation	**Präsenzzeit** 4 SWS	**Workload/Selbststudium** 150h / 90h (einschließlich Prüfungsvorbereitung)	**ECTS** 5
Modulverantwortliche/r Prof. Dr. Katharina von Helmolt	**Lehrende/r** Ursula Bekel / Dr. Lena Kroeker		
Lehrinhalte	Das Modul vermittelt Wissen und Kompetenzen für die Kooperation unter den Bedingungen kultureller Diversität, bezogen auf: • Projektmanagement mit China im NGO-Bereich (Modulteil 2). • Entwicklungs- und internationale Zusammenarbeit (EZA/IZA) mit Sub-sahara Afrika sowie Non-Governmental Organizations (NGOs) in Afrika (Modulteil 2). **Im Rahmen des Moduls werden folgende Themen behandelt:** Modulteil 1 (Schwerpunkt China), Ulla Bekel • Politische, administrative, rechtliche und institutionelle Rahmenbedingungen für die Arbeit von Non-Governmental-/Nonprofit Organizations (NGO/NPO) in China • NGO-Landschaft in China • Interkulturelles Projektmanagement unter restriktiven Bedingungen • Zusammenarbeit mit chinesischen NPO im Rahmen der Belt and Road Initiative (BRI) Modulteil 2 (Schwerpunkt Afrika), Antoine Gnofame • Interkulturelles Projektmanagement in Sub-sahara Afrika • Politische, wirtschaftliche und rechtliche Rahmenbedingungen der EZA/IZA in der Region • Themen & Akteure der EZA/IZA wie z.B. Europa, China und Indien • NGOs in Afrika mit Beispielen von Botswana, Äthiopien und Südafrika • Kulturspezifische Arbeitsroutinen, Problemlösungsmuster, Führungsstile am Beispiel Südafrika		
Kompetenzorientierte Lernziele	**Nach Absolvierung des Moduls sind die Studierenden in der Lage:** • die Diversität des afrikanischen Kontinents, die Besonderheit der Beziehungen zu Europa, die Rolle Chinas und deren NGOs und die politischen, wirtschaftlichen und rechtlichen Kontexte der Region Sub-sahara Afrika zu erläutern. • Fragen zur politischen und institutionellen „Landkarte“ der Volksrepublik China sowie zu kulturspezifischen und systemimmanenten Besonderheiten der Projektarbeit in und mit China zu beantworten. • ihr Wissen kontext- und kultursensibel in unterschiedlichen Organisations- und Kommunikationskulturen einzubringen. • Herausforderungen interkultureller Zusammenarbeit theoretisch zu beschreiben und auf die Analyse realer Kooperationssituationen anzuwenden.		
Vorkenntnisse/Teilnah-mevoraussetzungen	Erfolgreiche Teilnahme am Modul Interkulturelle Kommunikation ist empfehlenswert.		
Verwendung des Moduls	Sozialwissenschaften Kulturwissenschaften		

	Kommunikationswissenschaften Interkulturelles Management
Prüfungsform	Modularbeit
Lehrformen	Seminaristischer Unterricht
Lehrmethoden	Dozentenvortrag, Textanalyse, Diskussion, Fallanalyse, Gruppenarbeit, Selbstreflexion
Literatur	Modulteil 1 (Schwerpunkt China) • Heilmann, Sebastian (Hrsg.): Das politische System der Volksrepublik China, 3., aktualisierte Auflage, Berlin: Springer 2016. • Fischer, Doris und Müller-Hofstede, Christoph (Hrsg.): Länderbericht China, Bonn: Bundeszentrale für politische Bildung 2014. • Shieh, Shawn: The Chinese State and Overseas NGOs: From Regulatory Ambiguity to the Overseas NGO Law. In: Dennis R. Young (Hrsg.): Nonprofit Policy Forum 9, Heft 1 (Mai 2018), S. 1-10, verfügbar unter https://www.degruyter.com/document/doi/10.1515/npf-2017-0034/html (Abruf 02.12.21) • Lang, Bertram und Holbig, Heike: Europäische NROs in China: Schwierige Abwägungen und Chancen der Zusammenarbeit. GIGA Focus, Asien, Nummer 6, Dezember 2018. • International Civil Society Centre: Scanning the Horizon, Sector Guide Nr. 1, November 2019 (China Sector Guide), verfügbar unter https://icscentre.org/wp-content/uploads/2019/11/StH-Sector-Guide-China-November-2019.pdf (Abruf 02.12.2021). • Zur Belt and Road Initiative siehe z. B. https://www.asienhaus.de/china/aktivitaeten-und-projektarbeit/belt-and-road-initiative/ oder https://merics.org/de/tracker/die-vermessung-der-belt-and-road-initiative-eine-bestandsaufnahme (Abruf 02.12.2021) • Hofstede, Geert; Hofstede, Gert Jan; Minkov, Michael: Lokales Denken, globales Handeln. Interkulturelle Zusammenarbeit und globales Management. 6., vollständig überarbeitete und aktualisierte Auflage. München: dtv Beck Wirtschaftsberater 2017. Modulteil 2 (Schwerpunkt Afrika) • Beziehungen zwischen der EU und Afrika - http://www.europarl.europa.eu/factsheets/de/sheet/180/africa • Afrika und Europa - Neue Partnerschaft für Entwicklung, Frieden und Zukunft • Entwicklung und Staat in Schwarzafrika. Die ambivalente Rolle der Entwicklungshilfe - https://www.ibim.de/ZurPerson/Die%20ambivalente%20Rolle.pdf • Süßes Gift (Film), Peter Heller • China und Afrika - Strategische Partnerschaft oder Neokolonialismus?, 2008, Torben Hinz (Autor) • Chinesische und westliche Entwicklungshilfe in Afrika im Vergleich, 2013, Stefan Lorenz (Autor) • Indiens Afrikapolitik, SWP-Studie, Mai 2019 - https://www.swp-berlin.org/publikation/indiens-afrikapolitik/ • Determinants of Project Success in NGOs: The Case of PACT Ethiopia, Research, January 2017 • Managing Non-Governmental Organizations in Botswana, Paper, January 2007 • If You Don’t Count, You Don’t Count: Monitoring and Evaluation in South African NGOs, Research, May 2012 • Doku135_KEZA _ Kommunale Entwicklungszusammenarbeit _ Deutscher Städtebund Gemeindebund • When-Cultures-Collide, Richard Lewis • Interkulturelles Management, 2012, Eckart Koch (Autor)

WISSENSCHAFTLICHES ARBEITEN 7.4 IP

Studiensemester 4. Semester	**Häufigkeit** 1 mal jährlich (im SoSe)	**Dauer** **1 Semester**	**Geplante Gruppengröße** Maximal 40
Lehrveranstaltung Wissenschaftliches Arbeiten	**Präsenzzeit** 4SWS	**Workload/Selbststudium** 150h / 90h (einschließlich Prüfungsvorbereitung)	**ECTS** 5
Modulverantwortliche/r Prof. Dr. Peter Jandok	**Lehrende/r** Prof. Dr. Peter Jandok		
Lehrinhalte	**Im Rahmen des Moduls werden folgende Themen behandelt:** • Themenwahl, - eingrenzung, Formulierung von Forschungsfragen; • Literaturrecherche, -erschließung, -aufarbeitung, Zitierverfahren; • Verfassen eines Abstracts und einer Einleitung; • Gliederung wissenschaftlicher Arbeiten; • Neue deutsche Rechtschreibung; • Textsortenanalyse: Eigenschaften mündlicher und schriftlicher Textsorten		
Kompetenzorientierte Lernziele	**Fach- und Methodenkompetenz** • Die Studierenden kennen formelle Kriterien zur Erstellung wissenschaftlicher Arbeiten und wenden sie bei der Erstellung selbst an • Sie sind in der Lage ein wissenschaftliches Thema auszuwählen, es einzugrenzen und eine wissenschaftliche Frage zu formulieren • Sie analysieren schriftliche Texte bezüglich ihrer Wissenschaftlichkeit und bewerten sie aufgrund von Kriterien **Kommunikative und soziale Kompetenz** • Die Studierenden präsentieren Forschungsergebnisse in neuer Ordnung bezüglich ihrer Forschungsfrage • Sie geben einander Feedback zu Präsentationen in unterschiedlicher Form • Sie gehen mit Lob und Kritik um **Selbstkompetenz** • Die Studierenden reflektieren und bewerten den Prozess ihres wissenschaftlichen Arbeitens – und den ihrer Kommilitonen • Sie übertragen diesen Prozess auf Aufgaben aus ihrem Arbeitsalltag		
Vorkenntnisse/Teilnahmevoraussetzungen	Deutschsprachkenntnisse auf C1- Niveau sind empfehlenswert.		
Verwendung des Moduls	---		
Prüfungsform	Modularbeit		
Lehrformen	Seminar/Workshop		
Lehrmethoden	Aktivierung des Vorwissens, Dozentenvortrag, Brainstorming, Referat, Diskussion, E-Learning-Material, Beispielanalyse von Seminararbeiten und wissenschaftlichen Arbeiten, Gruppenarbeit, Textanalyse, Mind-Mapping, Kleingruppen- und individuelles Coaching, Lehrgespräch, Partnerarbeit, forschungsbezogene Projektarbeit, Selbstreflektion.		
Literatur	• Balzert, H.; Schröder, M.; Schäfer, C. (2011): Wissenschaftliches Arbeiten. Ethik, Inhalt & Form wiss. Arbeiten, Handwerkszeug, Quellen, Projektmanagement, Präsentation, 2. Auflage, Herdecke, Witten: W3L-Verlag • Esselborn-Krumbiegel, H. (2014): Von der Idee zum Text. Eine Anleitung zum wissenschaftlichen Schreiben. 4. Auflage, Paderborn: Ferdinand Schöningh • Esselborn-Krumbiegel, H. (2016): Richtig wissenschaftliche schreiben. 4. Auflage, Paderborn: Ferdinand Schöningh • Stickel-Wolff, C.; Wolf, J. (2013): Wissenschaftliches Arbeiten und Lerntechniken. Erfolgreich studieren – gewusst wie!. Wiesbaden: Springer Gabler • Wir empfehlen Ihnen hier Basisliteratur für dieses Modul anzugeben.		

MODULPLAN 8. SEMESTER

ARBEITSRECHT 8.1 IP

Studiensemester 6. Semester	**Häufigkeit** 1 mal jährlich (im WiSe)	**Dauer** 1 Semester	**Geplante Gruppengröße** Maximal 40
Lehrveranstaltung Arbeitsrecht	**Präsenzzeit** 4SWS	**Workload/Selbststudium** 150 h / 90 h (einschließlich Prüfungsvorbereitung)	**ECTS** 5
Modulverantwortliche/r Prof. Dr. Peter Jandok	**Lehrende/r** Dr. Jutta Cantauw, Dr. Isabel Nazari Golpayegani		
Lehrinhalte	**Im Rahmen des Moduls werden folgende Themen behandelt:** • Überblick: Rechtsquellen des deutschen und internationalen Arbeitsrechts, deutsches Arbeitsrecht im internationalen Vergleich • Individualarbeitsrecht (Begründung, Durchführung und Beendung von Arbeitsverhältnissen) • Kollektivarbeitsrecht (Betriebsverfassung, Grundzüge des Tarifrechts und der Unternehmensmitbestimmung) • Grundzüge der gesetzlichen Sozialversicherung, des Ablaufs von Gerichtsprozessen und Rechtsmittelverfahren, des Arbeitssicherheitsrechts • Vertiefung zu speziellen Fragen des internationalen Projektmanagements, z.B. Befristung, Entsendung, Arbeitszeitrecht und „Arbeitsrecht 4.0“ (virtuelle Teams), Scheinselbständigkeit		
Kompetenzorientierte Lernziele	**Fach- und Methodenkompetenz** Die Studierenden • kennen Rechtsquellen und Begrifflichkeiten des deutschen und internationalen Arbeitsrechts • haben sich einen Überblick über den rechtlichen Rahmen der Gestaltung von Arbeitsbeziehungen in Deutschland verschafft • verstehen die Prinzipien des Arbeitsrechts, können aus der Arbeitgeberperspektive Auswirkungen erklären und Risiken identifizieren • können Antworten auf fallbezogene Fragestellungen zu Rechten und Pflichten von Arbeitnehmern bzw. Arbeitgebern erarbeiten **Kommunikative und soziale Kompetenz** Die Studierenden • kennen wichtige arbeitsrechtlichen Fachbegriffe auf Deutsch und englisch • können im Ansatz juristisch analysieren und argumentieren • lernen die unterschiedlichen Perspektiven auf arbeitsrechtliche Fragestellungen und Verhandlungssituationen in Rollenspielen kennen • sind sich der kommunikativen Ausgangsbedingungen für die Gestaltung von Arbeitsbeziehungen bewusst **Selbstkompetenz** Die Studierenden • lernen den selbstbewussten Umgang mit arbeitsrechtlichen Fragestellungen • eignen sich eine analytische Herangehensweise an rechtliche Problemstellungen an.		
Vorkenntnisse/Teilnahmevoraussetzungen	Keine		
Verwendung des Moduls	Rechtswissenschaftliche Studiengänge Wirtschaftsrechtliche Studiengänge Personalmanagement		
Prüfungsform	Schriftliche Prüfung 90 min		
Lehrformen	Seminaristischer Unterricht		

Lehrmethoden	Dozentenvortrag, Arbeit mit Gesetzestexten und Fachliteratur, Diskussionen und Rollenspiele, Fallbearbeitung und Übungen, Besuch des Arbeitsgerichts München
Literatur	• „Arbeitsgesetze“ Beck-Texte im dtv, aktuelle Ausgabe • Oliver Haag, „Arbeitsrecht für Dummies“, WILEY-VCH Verlag, 4. Aufl. (2019), Pflichtlektüre! • Abbo Junker, „Grundkurs Arbeitsrecht“, Verlag C. H. Beck, 17. Aufl. (2018)

INTERNATIONALE BILDUNGSARBEIT (NUR FÜR VERTIEFUNGSRICHTUNG „KULTUR") 8.1 K

Studiensemester 8. Semester	**Häufigkeit** 1 mal jährlich	**Dauer** 1 Semester	**Geplante Gruppengröße** Maximal 25
Lehrveranstaltung Internationale Bildungsarbeit	**Präsenzzeit** 4 SWS	**Workload/Selbststudium** 150h / 90h (einschließlich Prüfungsvorbereitung)	**ECTS** 5
Modulverantwortliche/r N.N.	**Lehrende/r** N.N.		
Lehrinhalte	**Im Rahmen des Moduls werden folgende Themen behandelt:** • Institutionelle und außerinstitutionelle Verankerung kultureller Bildungsarbeit • Problemstellungen, Ziele und Funktionen von kultureller Bildungsarbeit • Zusammenhang zwischen kultureller und politischer Bildungsarbeit • Konzepte und Ansätze kultureller Bildungsarbeit für alle Altersgruppen • Hauptakteure nationaler kultureller Bildungsarbeit und der Auswärtigen Kultur- und Bildungspolitik • Inhalte zur Kulturpolitik in der BRD • Digitale und analoge Formate kultureller Bildungsarbeit • Strategien, Prozesse und konkrete Vorgehensweisen bei der Beantragung von Projekten auf den Ebenen EU, Bund (BRD), Land, Kommune, Stiftungen		
Kompetenzorientierte Lernziele	**Fach- und Methodenkompetenz** Die Studierenden • können die Hauptakteure (Institutionen, Organisationen, Stiftungen …) der kulturellen Bildungsarbeit und der AKBP definieren. • sind in der Lage, die Ziele und Instrumente unterschiedlicher Institutionen der kulturellen Bildung zu beschreiben und zu vergleichen. • können Konzepte kultureller Bildung für unterschiedliche Altersgruppen (von Kleinkindern bis zu Senioren) analysieren. • sind dazu befähigt, die Schule als besonderen Ort der kulturellen Bildung zu identifizieren und entwerfen selbst Konzepte zur Förderung von z.B. benachteiligten SchülerInnen. • sind im Stande, anwendungsbezogene Case-Studies zu lösen und arbeiten an Planspielen zur kulturellen Bildungsarbeit mit, welche sie eigenständig, kritisch beurteilen und optimieren können. • können (Groß)Projekte der AKBP unterschiedlicher Träger beispielhaft untersuchen, diskutieren und perfektionieren. • sind in der Lage, Prozesse für die Einreichung von Projektanträgen auf unterschiedlichen politischen Ebenen (EU, Bund, Land, Kommune, Stiftung) zu entwickeln. • können Konzepte zur außerinstitutionellen kulturellen Bildungsarbeit entwerfen.		

	Kommunikative und soziale Kompetenzen Die Studierenden • entwickeln in Partner- und Gruppenarbeitsphasen, sowie bei Interaktionen mit Vertreter:innen von Einrichtungen der kulturellen Bildungsarbeit, kommunikative und soziale Kompetenzen. • optimieren die Wirkung ihrer kommunikativen und sozialen Kompetenzen in Präsentations- und Moderationsphasen. **Selbstkompetenz** Die Studierenden • erkennen mögliche persönliche, professionelle Entwicklungschancen im Tätigkeitsfeld der kulturellen Bildungsarbeit.
Vorkenntnisse/Teilnahmevoraussetzungen	Keine
Verwendung des Moduls	Sozialwissenschaftliche Studiengänge Kulturwissenschaftliche Studiengänge
Prüfungsform	Modularbeit
Lehrformen	Seminaristischer Unterricht
Lehrmethoden	Wissenschaftlicher Vortrag, Gruppen- und Plenumsdiskussion, komplexe Simulationen und Auszüge von Planspielen/Case Studies/Projektarbeiten.
Literatur	• Aktas, Ulas und Thomas Gläßer (Hrsg.) (2019): Kulturelle Bildung in der Schule. Kulturelle Schulentwicklung, Selbstbestimmung im Unterricht und Inklusion. Weinheim, Basel: Beltz Juventa. • Brennet, Andreas/Brönnecke, Katharina/Roßkopf,Claudia(Hrsg.) (2020): Auftrag Kunst. Zur politischen Dimension der kultuerellen Bildung. München (Schriftenreihe Kulturelle Bildung) • Bundesregierung (2018): 22. Bericht der Bundesregierung zur Auswärtigen Kultur- und Bildungspolitik für das Jahr 2018. Europa stärken Freiräume schützen, Innovationen fördern. • Bundeszentrale für politische Bildung: Dossier politische und kulturelle Bildung(www.bpb.de/gesellschaft/bildung/kulturelle-bildung/59934/politische-und-kulturelle-bildung) • Eckey, Julia (2012): Der kulturpolitische Entscheidungsprozess in Deutschland. Riga: AV Akademikerverlag • Hafeneger, Benno (Hrsg.) (2013). Handbuch außerschulische Jugendbildung. Schwalbach, 2. ergänzte und erweiterte Auflage • Rat für Kulturelle Bildung e.V. (2019): Alles immer smart. Kulturelle Bildung, Digitalisierung, Schule. Essen. • Schemmel, Annette und Paul Huf (2017): Praxishandbuch. Kulturelle Bildung mit unbegleiteten minderjährigen Geflüchteten. Weinheim, Basel: Beltz Juventa. • Steigerwald, Claudia (2019): Kulturelle Bildung als politisches Programm. Zur Entstehung eines Trends in der Kulturförderung. Bielefeld: Transcript Verlag. • Weiß, Gabriele (Hrsg.) (2017): Kulturelle Bildung – Bildende Kultur. Schnittmenge von Bildung, Architektur und Kunst. Bielefeld: Transcript Verlag.

INTERNATIONALES PROJEKTMANAGEMENT - TRENDS 8.2 IP

Studiensemester 8. Semester	**Häufigkeit** 1 mal jährlich	**Dauer** 1 Semester	**Geplante Gruppengröße** Maximal 30
Lehrveranstaltung Internationales Projektmanagement - Trends	**Präsenzzeit** 4 SWS	**Workload/Selbststudium** 150 h / 90 h (einschließlich Prüfungsvorbereitung)	**ECTS** 5
Modulverantwortliche/r Prof. Dr. Daniel Ittstein	**Lehrende/r** Prof. Dr. Daniel Ittstein		
Lehrinhalte	Im Rahmen des Moduls werden folgende Themen behandelt: Der Kern dieses Moduls liegt in der Auseinandersetzung mit hochaktuellen Trends im internationalen Projektmanagement. Aufgrund der dynamischen Entwicklung in diesem Feld ist die folgende Auflistung als exemplarisch zu verstehen und wird kontinuierlich an neue Entwicklungen angepasst. • Globale Trends und Rahmenbedingungen o Auswirkungen von VUCA/BANI auf internationale Projekte o Rolle von Projektmanagement in Transformationsprozessen • Technologische Entwicklungen o Künstliche Intelligenz, Big Data und Automatisierung im Projektmanagement o Blockchain-Anwendungen und digitale Plattformen o Neue Technologien wie Quantencomputing (Überblick und Potenziale) • Methodische Trends o Agile und hybride Projektmanagementansätze o Design Thinking, Lean Startup und OKR o Management virtueller und international verteilter Teams • Branchenspezifische Entwicklungen o Post-Merger-Integration und Transformationsprojekte o Nachhaltigkeits- und ESG-Projekte o Digitale Geschäftsmodelle und Plattformökonomien • Kompetenzen und Rollenbilder o Projektmanagement als Change- und Leadership-Aufgabe o Interkulturelles Management und Future Skills o Umgang mit Unsicherheit und Komplexität • Innovations- und Gründungsorientierung o Entwicklung neuer Geschäftsmodelle o Validierung von Ideen (z. B. MVPs) o Grundlagen von Entrepreneurship und Pitching • Praxis und Transfer o Fallstudien, Simulationen und Praxisprojekte o Entwicklung eigener innovativer Projekt- oder Geschäftsideen		
Kompetenzorientierte Lernziele	**Fach- und Methodenkompetenz** • Analyse und kritische Bewertung aktueller Trends im internationalen Projektmanagement sowie deren Relevanz für unterschiedliche Branchen und Projektkontexte • Auswahl und Anwendung geeigneter (klassischer, agiler und hybrider) Methoden unter Berücksichtigung komplexer, internationaler Rahmenbedingungen • Reflexion und Nutzung neuer Technologien (z. B. KI, Datenanalysen) zur Unterstützung von Projektentscheidungen • Entwicklung und Bewertung innovativer Geschäftsmodelle auf Basis aktueller Markt- und Technologietrends		

	• Transfer von theoretischem Wissen auf praxisnahe Fragestellungen und komplexe Projektszenarien **Kommunikative und soziale Kompetenz** • Professionelle Kommunikation in internationalen und interkulturellen Projektkontexten • Moderation und Steuerung von (virtuellen) Teams und Stakeholderprozessen • Präsentation und überzeugende Darstellung von Projektideen und Geschäftsmodellen (z. B. Pitching) • Konstruktiver Umgang mit Konflikten, Unsicherheiten und unterschiedlichen Interessenlagen • Förderung von Kollaboration und Wissensaustausch in dynamischen Projektumfeldern **Selbstkompetenz** • Eigenständige Einarbeitung in neue Trends und Technologien sowie kritische Reflexion von Entwicklungen • Fähigkeit zum Umgang mit Unsicherheit, Komplexität und sich schnell verändernden Anforderungen • Entwicklung einer reflektierten beruflichen Rolle im internationalen Projektmanagement • Stärkung von Innovationsfähigkeit, Kreativität und unternehmerischem Denken • Selbstorganisation und zielorientiertes Arbeiten in anspruchsvollen, offenen Problemstellungen
Vorkenntnisse/Teilnahmevoraussetzungen	• Fundierte Kenntnisse im klassischen, agilen und hybriden Projektmanagement aus vorherigen Modulen • Erfahrung im Umgang mit internationalen Projektkontexten sowie grundlegende interkulturelle Kompetenzen • Vertrautheit mit betriebswirtschaftlichen Grundlagen, insbesondere in den Bereichen Strategie, Innovation und Organisation • Erste praktische Erfahrungen in der Anwendung von Projektmanagementmethoden (z. B. durch Fallstudien, Projekte oder Berufstätigkeit) • Offenheit, Eigeninitiative und Bereitschaft, sich eigenständig in neue Themenfelder, Technologien und Trends einzuarbeiten • Interesse an innovativen Entwicklungen sowie Freude am experimentellen und interdisziplinären Arbeiten
Verwendung des Moduls	Projektmanagement
Prüfungsform	Praktische Prüfung
Lehrformen	Die Lehrformen in diesem Modul sind bewusst breit und flexibel angelegt, um der Dynamik aktueller Trends im internationalen Projektmanagement gerecht zu werden. Neben einer kompakten theoretischen Fundierung steht insbesondere die projektbasierte und praxisnahe Anwendung im Vordergrund. • Kombination aus kurzen, impulsbasierten Lehrveranstaltungen und vertiefendem Selbststudium • Projektbasiertes Lernen als zentrales Element (Bearbeitung realer oder realitätsnaher Problemstellungen in Teams) • Team- und Gruppenarbeit, ggf. auch in virtuellen und internationalen Settings • Einbindung von Praxispartnern (z. B. durch Fallstudien, Gastvorträge oder Projektaufträge) • Begleitendes Coaching durch den Dozierenden sowie regelmäßige Feedback- und Reflexionsformate

	• Präsentation und Diskussion von Ergebnissen im Plenum (z. B. in Form von Pitch-Formaten)
Lehrmethoden	Die eingesetzten Lehrmethoden zielen darauf ab, eigenständiges, forschendes und anwendungsorientiertes Lernen zu fördern sowie die Studierenden zur aktiven Auseinandersetzung mit neuen Themenfeldern zu befähigen. • Problem-Based Learning durch die Arbeit an offenen, komplexen Fragestellungen • Einsatz von Design und Systems Thinking und kreativen Problemlösungsmethoden • Anwendung agiler Arbeitsweisen (z. B. iterative Entwicklung, Reviews, Retrospektiven) • Nutzung von Fallstudien zur Analyse realer internationaler Projekte • Prototyping und Entwicklung von Minimal Viable Products (MVPs) zur Validierung von Ideen • Pitch- und Präsentationstechniken zur adressatengerechten Kommunikation von Ergebnissen • Reflexionsmethoden zur Förderung von Lernprozessen und persönlicher Entwicklung • Forschendes Lernen durch eigenständige Erarbeitung und Bewertung aktueller Trends und Technologien
Literatur	Da es sich bei den behandelten Inhalten um ein hochdynamisches und sich stetig weiterentwickelndes Themenfeld handelt, wird die jeweils aktuelle und ergänzende Literatur zu Beginn des Kurses bekanntgegeben und im Verlauf des Semesters bei Bedarf angepasst. Die nachfolgende Auswahl stellt eine grundlegende, thematisch einschlägige Orientierung dar. • Aken, J.E. van, Berends, H. & Van der Bij, H. (2012): *Problem Solving in Organizations: A Methodological Handbook for Business and Management Students*. Cambridge: Cambridge University Press. • Brown, T. (2009): *Change by Design: How Design Thinking Creates New Alternatives for Business and Society*. New York: Harper Business. • Liedtka, J. (2018): *Why Design Thinking Works*. Harvard Business Review, 96(5), pp. 72–79. • Osterwalder, A. & Pigneur, Y. (2010): *Business Model Generation*. Hoboken: John Wiley & Sons. • Osterwalder, A., Pigneur, Y., Bernarda, G. & Smith, A. (2014): *Value Proposition Design*. Hoboken: John Wiley & Sons. • Ries, E. (2011): *The Lean Startup*. New York: Crown Business. • Schoemaker, P.J.H. (1995): *Scenario Planning: A Tool for Strategic Thinking*. Sloan Management Review, 36(2), pp. 25–40. • Wilkinson, A. & Kupers, R. (2013): *Living in the Futures*. Harvard Business Review, 91(5), pp. 118–127. • Sterman, J.D. (2000): *Business Dynamics: Systems Thinking and Modeling for a Complex World*. Boston: Irwin/McGraw-Hill. • Meadows, D.H. (2008): *Thinking in Systems: A Primer*. White River Junction: Chelsea Green Publishing. • Snowden, D.J. & Boone, M.E. (2007): *A Leader's Framework for Decision Making*. Harvard Business Review, 85(11), pp. 68–76.

	• Kerzner, H. (2022): *Project Management: A Systems Approach to Planning, Scheduling, and Controlling*. 13th ed. Hoboken: John Wiley & Sons. • PMI (Project Management Institute) (2021): *A Guide to the Project Management Body of Knowledge (PMBOK® Guide)*. 7th ed. Newtown Square, PA: PMI. • Ramalingam, B. (2013): *Aid on the Edge of Chaos: Rethinking International Cooperation in a Complex World*. Oxford: Oxford University Press. • Rohrbeck, R. & Kum, M.E. (2018): *Corporate Foresight and Its Impact on Firm Performance: A Longitudinal Analysis*. Technological Forecasting and Social Change, 129, pp. 105–116. Diese Literatur deckt zentrale Perspektiven wie Trends und Zukunftsforschung, Szenariotechnik, Design Thinking, Systems Thinking sowie innovative Ansätze im Projekt- und Innovationsmanagement ab und bietet damit eine fundierte Grundlage für die im Modul behandelten Inhalte.

KULTUR- UND LÄNDERSTUDIEN 8.3 IP

Studiensemester 8. Semester	**Häufigkeit** 1 mal jährlich (im SoSe)	**Dauer** 1 Semester	**Geplante Gruppengröße** Maximal 40
Lehrveranstaltung Kultur- und Länderstudien	**Präsenzzeit** 4 SWS	**Workload/Selbststudium** 150h / 90h (einschließlich Prüfungsvorbereitung)	**ECTS** 6
Modulverantwortliche/r Prof. Dr. Maria Begoña Prieto Peral	**Lehrende/r** Prof. Dr. Maria Begoña Prieto Peral, Frau Mariem Rouatbi		
Lehrinhalte	**Im Rahmen des Moduls werden folgende Themen behandelt:** Modulteil 1 (Schwerpunkt Spanien + Lateinamerika) • Grundwissen: Politik, Medien, Kultur, Gesellschaft und Wirtschaft • Geschichte: Beziehungen zu Europa • Teilaspekte(n) regionaler Ethnographien, Auseinandersetzung mit aktuellen Transformationsprozessen autochthoner Lebenswelten und deren Einbettung in theoretische Ansätze zu Hybridisierung, Transkulturalität, Nationalismus, Ethnizität/Identität und Geschichtsdeutung, gesellschaftlicher Wandel (Werte, Traditionen, Symbole) im europäischen Vergleich • Probleme und Chancen der interkulturellen Zusammenarbeit bezogen auf den regionalen Schwerpunkt. Modulteil 2 (Schwerpunkt Italien) • Aufmerksamkeit auf sichtbare Aspekte der italienischen Kultur (z.B. Gesten) und nicht sichtbaren Aspekten (z.B. kulturelle Normen) • Italienische kulturelle Werte werden vertieft: u.a. Familie, „bella figura“, Lebensqualität (qualita‘ di vita) und geschichtliche Hintergründe • Italienische Kulturstandards und –dimensionen, sowie Partikularismus, Indirekte Kommunikation und Umgang mit Zeit, runden das Bild des italienischen Kulturraums ab. • Praxisbeispielen aus dem beruflichen Leben in Unternehmen		
Kompetenzorientierte Lernziele	**Fach- und Methodenkompetenz** In diesem Modul sollen Studierende in die Grundlagen der Kultur- und Landesstudien von europäischen und außereuropäischen Kulturräumen eingeführt werden. Dabei geht es am Beispiel des Fachgebietes gleichzeitig um das Einüben von Formen wissenschaftlichen Arbeitens. Lernziele: • Nach Besuch dieses Moduls können die Studierenden fundierte Kenntnisse wichtiger gesellschaftlicher, kultureller und historischer Aspekte verschiedene Kulturräume im europäischen und außereuropäischen Vergleich wiedergeben. Die Sensibilisierung für die Kultur eines anderen Landes wird geschärft. • Sie können Verbesserung der Chancen für eine erfolgreiche interkulturelle Zusammenarbeit und Interaktion angeben und darstellen. Ebenso können die Studierenden nationale und regionale Formen der Politik- und Gesellschaftsorganisation mit ihren spezifischen Institutionen, Regeln und Denkmustern beschreiben und zuordnen. • Die Studierenden können methodische Grundkenntnisse der kulturwissenschaftlichen Arbeit beschreiben und anwenden. • Nach Besuch der Lehrveranstaltung sind die Studierenden in der Lage, Grundlagenwissen der Landes- und Kulturstudien bestimmter Kulturräume aus Fachliteratur zu definieren und darzustellen und die		

	gelernten Modelle und Theorien auf neue Themenstellungen vergleichbarer Komplexität anzuwenden. **Selbstkompetenz** Die Studierenden • können sich theoriegeleitet ein besseres Wissen und Verständnis fremder Kulturen aneignen. • können die erworbenen Kenntnisse und Methoden anwenden, um ihren eigenen interkulturellen Lernprozess zu reflektieren und zu bestimmen. • sind in der Lage, differenziert zu Diskussionen beizutragen. **Kommunikative und soziale Kompetenzen** Die Studierenden • erwerben im Rahmen von Diskussionen, Präsentationen und Hausarbeiten die Fähigkeit Standpunkte und Lösungsvorschläge zu Fragen der Kultur- und Landesstudien zu erklären und zu begründen. • können die eigene kulturelle Prägung reflektieren und sich in interkulturellen Arbeitskontexten angemessen und zielorientiert verhalten. • Können u.a. kollektive Befindlichkeiten in Texten erkennen
Vorkenntnisse/Teilnah-mevoraussetzungen	Sehr gute Deutschkenntnisse, Bereitschaft zur regelmäßigen Teilnahme und Beteiligung an den handlungsorientierten Aufgaben
Verwendung des Moduls	Sozialwissenschaftliche Studiengänge Kulturwissenschaftliche Studiengänge Geografie Sozial- und Bevölkerungsgeografie
Prüfungsform	Modularbeit oder schriftliche Prüfung
Lehrformen	Seminaristischer Unterricht
Lehrmethoden	DozentInnenvortrag, Gruppenarbeit, Kurzpräsentation, Text-, Film- und Fallanalyse, kritische Diskursanalyse, Selbstreflexion.
Literatur	Modulteil 1: • Pletsch, A.; Dongus, H.; Uterwedde, H.: Frankreich. Geographie, Geschichte, Wirtschaft, Politik. 2. Auflage • Bernecker, Walther L., Dirscherl, K. (Hrsg.): Spanien heute. Politik, Wirtschaft, Kultur. Frankfurt am Main 2004 • Bernecker, Walther L.: Spanien-Handbuch. Geschichte und Gegenwart. Tübingen 2006 • Lateinamerika: Ökonomische, soziale und politische Probleme im Zeitalter der Globalisierung. Hamburg 2000, 138 Seiten, (Beiträge zur Lateinamerika-Forschung, Band 6) • Merkel, W.; Puhle, H. J.; Croissant, A.; Eicher, C.; Thiery, P.: Defekte Demokratie, Bd. 1: Theorie, Opladen: Leske und Budrich • Thiery, P. (2006): Lateinamerika, in: Wolfgang Merkel/ Hans-Jürgen Puhle/ Aurel Croissant/ Peter Thiery: Defekte Demokratie, Bd. 2: Regionalanalysen, Wiesbaden: Verlag für Sozialwissenschaften, S. 21-161. Modulteil 2: • Luigi Barzini, Europeans, 1984, Penguin Books • Luigi Barzini, Gli Italiani – Virtu‘ e vizi di un popolo, 1964, BUR Ed. • Roberto Benigni – Il mio Dante, 2008, Einaudi Ed. • Linda Falcone –If they are roses, the italian way with words, 2008, The Florentine Press • David Gilmour – The pursuit of Italy, A history of a land, ist regions and their peoples, 2012, Ed. Pengiun History • Robert House, Paul Hanges, Mansour Javidan, Peter Dorfman, Vipin Gupta – Culture, Leadership and Organizations, The GLOBE Study of 62 Societies, 2004, Sage Publications

	• Eva Neudecker, Andreas Siegl, Alexander Thomas - Beruflich in Italien, Trainingsprogramm für Manager, Fach- und Fuehrungskrafte, 2007, Ed. Vandenhoeck & Ruprecht • Susan Schneider, Jean-Louis Barsoux - Managing Across Cultures, 1997, INSEAD, Ed. Prentice Hall • Sylvia Schroll-Machl – "Beruflich in Babylon", 2015, Ed. Vandenhoeck & Ruprecht • Beppe Severgnini, Italians, 2008, Rizzoli.

ALLGEMEINWISSENSCHAFTEN 8.4 IP

Studiensemester 8. Semester	**Häufigkeit** Jedes Semester	**Dauer** 1 Semester	**Geplante Gruppengröße** Maximal 30
Lehrveranstaltungen Zwei Lehrveranstaltungen des allgemeinwissenschaftlichen Lehrangebots der Fakultät 13	**Präsenzzeit** 2 SWS 2 SWS	**Workload/Selbststudium** 120h / 60h	**ECTS** 4
Modulverantwortliche/r Variiert je nach ausgewähltem Modul, siehe AW-Katalog der FK 13	**Lehrende/r** Variiert je nach ausgewähltem Modul, siehe AW-Katalog der FK 13		
Lehrinhalte	Unterschiedlich, je nach AW-Fach		
Kompetenzorientierte Lernziele	Unterschiedlich, je nach AW-Fach		
Vorkenntnisse/Teilnahmevoraussetzungen	Keine		
Verwendung des Moduls	Fakultätsübergreifend zur Erweiterung des persönlichkeitsbildenden Allgemeinwissens der Studierenden		
Prüfungsform	Unterschiedlich, je nach AW-Fach.		
Lehrformen	Unterschiedlich, je nach AW-Fach.		
Lehrmethoden	Unterschiedlich, je nach AW-Fach.		
Literatur	Unterschiedlich, je nach AW-Fach.		

MODULPLAN PRAXISPHASE 1

PRAXISPHASE I 9.1

Studiensemester 9. Semester	**Häufigkeit** 1 mal jährlich (im WiSe)	**Dauer** 10 Wochen a 5 Tage	**Geplante Gruppengröße** ---
Lehrveranstaltung ---	**Präsenzzeit** ---	**Workload/Selbststudium** 300h	**ECTS** 10
Modulverantwortliche/r Prof. Dr. Peter Jandok	**Lehrende/r** ---		
Lehrinhalte	**Im Rahmen der Praxisphase 1 sollen folgende Themen vermittelt werden:** • Projektinitiierung • Projektplanung • Projektdurchführung		
Kompetenzorientierte Lernziele	**Fach- und Methodenkompetenz** Die Studierenden • kennen und wenden Methoden zum Projektentwurf, zur -strukturierung, -planung und -durchführung an; • bestimmen den Projektumfang und gliedern ihn in einzelne Schritte auf; • erstellen eine Projekt-Charta; • entwickeln zeitliche Ablaufpläne; • kalkulieren und beurteilen Ressourcen (Budget, Team, Infrastruktur). **Kommunikative und soziale Kompetenz** Die Studierenden • definieren und beschreiben zu lösende Probleme; • wählen aus, welche Themen im Projekt (nicht) bearbeitet werden (Scoping) • definieren realistische Projekt(zwischen)ziele; • kommunizieren und motivieren Projektteams; • kontrollieren und beurteilen die Abarbeitung der Teilschritte; • optimieren die Kommunikation mit Stakeholdern bei der Initiierung, Planung und Durchführung. **Selbstkompetenz** Die Studierenden • entwickeln ein Zeitmanagement; • treiben eigeninitiativ, kontinuierlich und flexibel Projektziele voran; • setzen sich im Sinne des Projekts auch gegen Widerstände im Projektteam durch.		
Vorkenntnisse/Teilnahmevoraussetzungen	Keine		
Verwendung des Moduls	---		
Prüfungsform	Modularbeit		
Lehrformen	---		
Lehrmethoden	---		
Literatur	---		

PRAXISSEMINAR I 9.2 IP

Studiensemester 9. Semester	**Häufigkeit** 1 mal jährlich (im WiSe)	**Dauer** 1 Semester	**Geplante Gruppengröße** Maximal 40
Lehrveranstaltung Praxisseminar I	**Präsenzzeit** 4 SWS	**Workload/Selbststudium** 150h / 90h (einschließlich Prüfungsvorbereitung)	**ECTS** 5
Modulverantwortliche/r Prof. Dr. Peter Jandok	**Lehrende/r** Ferro Lopes		
Lehrinhalte	Das Modul Praxisseminar 1 fokussiert auf die Reflexion praktischer Erfahrungen im Arbeitsalltag des internationalen Projektmanagements. Hierbei knüpft es an die Themen der Praxisphase 1 an und behandelt schwerpunktmäßig das Einstellungs- und Entwicklungsinstrument des Assessment Centers (AC), da v.a. in der Projektinitiierung und -planung Personalentscheidungen von großer Bedeutung sind. • Aufbau und Nutzen des AC • Einführung in die Entwicklung eines AC • Typische Aufgaben und Lösungen in einem AC • Übliche Feedbackverfahren im Arbeitsalltag • Rolle von Selbstreflexion für mitarbeiterorientiertes und ethisches Handeln		
Kompetenzorientierte Lernziele	**Fach- und Methodenkompetenz** Die Studierenden • kennen die theoretischen Hintergründe, Ziele und typischen Übungen eines AC; • verstehen den Nutzen und bearbeiten praxisrelevante Aufgaben eines AC; • können den Aussagegehalt von AC-Ergebnissen bestimmen und beurteilen. **Kommunikative und soziale Kompetenz** Die Studierenden • kennen übliche Feedbackverfahren und wenden sie angemessen an; • testen und beurteilen systematisch Kommunikations- und Interaktionssituationen von Kommilitonen und geben konstruktive und transparente Rückmeldungen; • präsentieren und begründen Arbeitsschritte in praktischen Arbeitskontexten. **Selbstkompetenz** Die Studierenden • reflektieren eigenes und fremdes (Interaktions)Verhalten in allgemeinen beruflichen Kontexten und in AC-Verfahren; • entwickeln ein Verständnis für ethisches Handeln im internationalen Projektmanagement.		
Vorkenntnisse/Teilnahmevoraussetzungen	Keine		
Verwendung des Moduls	---		
Prüfungsform	Modularbeit oder Präsentation oder Praktische Prüfung		
Lehrformen	Seminar		
Lehrmethoden	Diskussion, Dozentenvortrag, Experiment, Fallanalyse, Gruppenarbeit, Kleingruppen-Coaching, Mind-Mapping, Partnerarbeit, Simulation, praktische Vorführung, Selbstreflektion		
Literatur	Obermann, C. (2013): Assessment Center. Entwicklung, Durchführung, Trends. Mit originalen AC-Übungen. 5., vollständig überarbeitete und erweiterte Auflage. Wiesbaden: Springer		

MODULPLAN PRAXISPHASE 2

PRAXISPHASE II 10.1

Studiensemester 10. Semester	**Häufigkeit** 1 mal jährlich (im SoSe)	**Dauer** 10 Wochen a 5 Tage	**Geplante Gruppengröße** ---
Lehrveranstaltung ---	**Präsenzzeit** ---	**Workload/Selbststudium** 300h	**ECTS** 10
Modulverantwortliche/r Prof. Dr. Peter Jandok	**Lehrende/r** ---		
Lehrinhalte	**Im Rahmen der Praxisphase 2 sollen folgende Themen vermittelt werden:** • Projektbeendigung und –evaluation • Projektmanagement in internationalen Kontexten		
Kompetenzorientierte Lernziele	**Fach- und Methodenkompetenz** Die Studierenden • kennen und wenden übliche Methoden der Projektbeendigung und -evaluation an; • wissen um kulturbedingte Interaktions- und Verhaltensdifferenzen, können diese analysieren und Mitarbeitern verdeutlichen; • sind mit üblichen statistischen Auswertungsverfahren vertraut und können die Aussagekraft von Statistiken selbst beurteilen. **Kommunikative und soziale Kompetenz** Die Studierenden • präsentieren, bewerten und prüfen Projektergebnissen entsprechend der Zielgruppe (Stakeholder, intern-extern, Vorgesetzte, Mitarbeiter/-innen); • kommunizieren angemessen in internationalen Teams und über Sprachengrenzen hinweg. • motivieren und evaluieren das Projektteam kulturell angemessen **Selbstkompetenz** Die Studierenden • reflektieren über ihre Rolle im Projektteam		
Vorkenntnisse/Teilnahmevoraussetzungen	Keine		
Verwendung des Moduls	---		
Prüfungsform	Modularbeit		
Lehrformen	---		
Lehrmethoden	---		
Literatur	---		

PRAXISSEMINAR II 10.2 IP

Studiensemester 10. Semester	**Häufigkeit** 1 mal jährlich (im SoSe)	**Dauer** 1 Semester	**Geplante Gruppengröße** Maximal 40
Lehrveranstaltung Praxisseminar II	**Präsenzzeit** 4 SWS	**Workload/Selbststudium** 150h / 90h (einschließlich Prüfungsvorbereitung)	**ECTS** 5
Modulverantwortliche/r Prof. Dr. Peter Jandok	**Lehrende/r** Prof. Dr. Simone Kaminski und Prof. Dr. Andreas Wüst		
Lehrinhalte	Das Modul Praxisseminar 2 fokussiert auf empirisch-methodisches Arbeiten v.a. zu Evaluationszwecken in Arbeits- und Studienkontexten. Hierbei knüpft es an die Themen der Praxisphase 2 an. Thematische Schwerpunkte sind: • Erweiterte Grundlagen der quantitativen und qualitativen Verfahren empirischer Datenerhebung, -auswertung, -interpretation und -darstellung • Empirische Sozialforschung in interkulturellen Kontexten		
Kompetenzorientierte Lernziele	**Fach- und Methodenkompetenz** Die Studierenden • haben fundiertes Wissen über quantitative und qualitative Verfahren der empirischen Sozialforschung und können es auf eigenes Datenmaterial übertragen; • können Daten aus unterschiedlichen Quellen (Fragebogen, Interviews, Text-/Dokumenten-analysen) kritisch auswerten, kultursensibel interpretieren und adressatenspezifisch darstellen; • haben sich Grundlagen von SPSS angeeignet. **Kommunikative und soziale Kompetenz** Die Studierenden • gehen mit Datenmaterial verantwortungsvoll und ethisch um; • eruieren für eine empirische Fragestellung relevante Kooperationspartner und schätzen ihre Bedeutung richtig ein; • initiieren Kooperationen zu Arbeits- und Forschungszwecken. **Selbstkompetenz** Die Studierenden • bringen ethisches Handeln kulturreflektiert in internationalen Teams als Thema ein.		
Vorkenntnisse/Teilnahmevoraussetzungen	Keine		
Verwendung des Moduls	---		
Prüfungsform	Modularbeit		
Lehrformen	Seminar		
Lehrmethoden	Aktivierung des Vorwissens, Brainstorming, Diskussion, Dozentenvortrag, Fallanalyse, Gruppenarbeit, Gruppenpuzzle, Kleingruppen-Coaching, Lehrgespräch, Mind-Mapping, Partnerarbeit, Problembasiertes Lernen, Referat, Selbstreflektion, Übung, etc.		
Literatur	• Cappai, G. (Hrsg.) (2008): Forschen unter Bedingungen kultureller Fremdheit. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften • Döring, N.; Bortz, J. (2016): Forschungsmethoden und Evaluation in den Sozial- und Humanwissenschaften. 5. vollständig überarbeitete, aktualisierte u. erweiterte Auflage. Berlin, Heidelberg: Springer-Verlag.		

MODULPLAN 11. SEMESTER

PSYCHOLOGISCHE GESPRÄCHS- UND BERATUNGSKOMPETENZ FÜR INTERKULTURELLE ARBEITSKONTEXTE
11.1 WP

Studiensemester 11. Studiensemester	**Häufigkeit** 1 mal jährlich (im WiSe)	**Dauer** 1 Semester	**Geplante Gruppengröße** Maximal 25
Lehrveranstaltung Psychologische Gesprächs- & Beratungskompetenz für interkulturelle Arbeitskontexte	**Präsenzzeit** 4 SWS	**Workload/Selbststudium** 150 h / 90 h (einschließlich Prüfungsvorbereitung)	**ECTS** 5

Modulverantwortliche/r Prof. Dr. Simone Kaminski	**Lehrende/r** N.N.
Lehrinhalte	**Im Rahmen des Moduls werden folgende Themen behandelt:** • Grundlagen der Kommunikation • Kommunikationsmodelle • Techniken der Gesprächsführung • Arten von Gesprächen (z.B. Konfliktgespräch, Beratungsgespräch, Feedbackgespräch) • Besonderheiten der Gesprächsführung in der Beratung • Unterschiedliche Beratungsansätze • Verhandeln und Überzeugen • Moderation von Gruppen und Teams sowie Teamberatung
Kompetenzorientierte Lernziele	**Fach- und Methodenkompetenz** Die Studierenden • kennen die Grundlagen der Kommunikation sowie verschiedene Kommunikationsmodelle und sind in der Lage, diese auf Praxisbeispiele anzuwenden. • wissen um verschiedene Arten von Gesprächen. • können Gespräche entsprechend den situativen Gegebenheiten vorbereiten und sind in der Lage, Gespräche strukturiert, themen- sowie zielorientiert und wertschätzend zu führen. • kennen unterschiedliche Beratungsansätze, können diese voneinander abgrenzen und deren Einsatz in der Praxis begleiten. • kennen die Instrumente von Moderation und beraterischer Gesprächsführung und können diese professionell anwenden. **Kommunikative und soziale Kompetenz** • Die Studierenden sind in der Lage, kompetent in einer diversen Gruppe zu agieren, Gespräche bewusst und konstruktiv zu führen, Konflikte zu bearbeiten sowie Beratungssituationen mit einer lösungsorientierten Haltung zu gestalten. **Selbstkompetenz** Die Studierenden • sind in der Lage, eigenes kommunikatives Verhalten zu reflektieren und an die Anforderungen verschiedener Gesprächssituationen anzupassen. • reflektieren die Anforderungen an die mögliche künftige Rolle als Berater*in vorausschauend und leiten persönliche Lernschritte ab.
Vorkenntnisse/Teilnahmevoraussetzungen	keine
Verwendung des Moduls	Psychologie Kommunikationspsychologie Pädagogische Psychologie
Prüfungsform	Praktische Prüfung

Lehrformen	Seminaristischer Unterricht
Lehrmethoden	Aktivierung des Vorwissens, Dozentenvortrag, Brainstorming, Diskussion, Gruppenarbeit, Gruppen-Puzzle, Lehrgespräch, Mind-Mapping, Murmelgruppe, Partnerarbeit, problembasiertes Lernen, Fallbeispiele, Rollenspiele, Lernfortschrittsanalyse mithilfe von Quiz und Aufgaben, Selbstreflexion, Kurzreferat, Übung (z.B. Kugellager), Lehrvideo etc.
Literatur	Behrmann, M. (2013). *Verhandeln und Überzeugen. Mit Arbeitsmaterialien und Fallbeispielen*. Göttingen: Hogrefe. Culley, S. (2002). *Der Prozess der Beratung. Lehrbuch kommunikativer Fertigkeiten*. Weinheim: Beltz. Grolimund, F. (2017). *Psychologische Beratung und Coaching: Lehr- und Praxisbuch für Einsteiger* (2. Aufl.). Bern: Hogrefe Kraft, H. (2016). *Rhetorik und Gesprächsführung*. Stuttgart: Kohlhammer Patrzek, A. (2021). *Systemisches Fragen. Professionelle Fragekompetenz für Führungskräfte, Berater und Coaches* (3. Aufl.). Wiesbaden: Springer Gabler. Röhner, J. & Schütz, A. (2020). *Psychologie der Kommunikation* (3. Aufl.). Wiesbaden: Springer. Weigl, T. & Mikutta, J. (2019). *Motivierende Gesprächsführung. Eine Einführung*. Wiesbaden: Springer.

FÜHREN DURCH ÜBERZEUGEN: PERSONALWIRTSCHAFTLICHE VERHANDLUNGSFÜHRUNG, WIRTSCHAFTSETHIK, COMPLIANCE, CSR, MEGATRENDS, NACHHALTIGKEIT 11.1 UF

Studiensemester 11. Semester	**Häufigkeit** 1 mal jährlich	**Dauer** 1 Semester	**Geplante Gruppengröße** Maximal 25
Lehrveranstaltung Seminar: Führen durch Überzeugen	**Präsenzzeit** 4 SWS/ 60 hz	**Workload/Selbststudium** 150h / 90h (einschließlich Prüfungsvorbereitung)	**ECTS** 5
Modulverantwortliche/r Prof. Dr. Steffen Steinicke Prof. Dr. Hammer	**Lehrende/r** Prof. Dr. Steinicke		
Lehrinhalte	**Verhandeln:** • Einführung • Wer verhandelt? • Was wird verhandelt? • Wie wird verhandelt? **Präsentieren:** • Einführung • Story: Was wird präsentiert? • Design: Wie wird präsentiert? • Delivery: Wer präsentiert? • Improvement: Wie kommt alles zusammen?		
Kompetenzorientierte Lernziele	Die Studierenden erkennen und beurteilen konfliktäre Situationen im täglichen Umgang mit anderen Menschen und können diese durch gezielte Anwendung von Verhandlungstechniken lösen. Die Teilnehmer lernen innovative Methoden und Instrumente zur Vorbereitung, zum Design und zum Vortragen von Präsentationen mit dem Ziel, das Publikum zum Nachdenken oder zum Handeln zu bewegen.		
Vorkenntnisse/Teilnahmevoraussetzungen	Keine		
Verwendung des Moduls	Bachelorstudiengang „Betriebswirtschaftslehre und Unternehmensführung“ sowie thematisch verwandte Bachelorstudiengänge Pflichtmodul für das Hochschulzertifikat „Management der Unternehmensnachfolge“ Wahlmodul für das Hochschulzertifikat „Modernes Service Management“ Wahlmodul für das Hochschulzertifikat „Nachhaltiges Management“		
Prüfungsform	Modularbeit		
Lehrformen	Seminar: Fallbearbeitung; Gruppenarbeiten; Praxisbeispiele; Diskussion und Moderation; Übungsaufgaben; Multimedialer Einsatz; Gastvorträge; Coaching; ggf. Online-Lehre		
Lehrmethoden	Übungsaufgaben, Gruppenarbeiten		
Literatur	• Reynolds, Garr: Presentation Zen: Simple Ideas on Presentation Design and Delivery, 2nd ed., 2012 • Duarte, Nancy: Slide:ology: The Art and Science of Presentation Design, 2008 • Duarte, Nancy: Resonate: Present Visual Stories that Transform Audiences, 2010 • Bazerman, Max, H.; Neale, Margaret A.: Negotiating Rationally, 1992, Reprint • Raiffa, Howard: Negotiation Analysis - The Science and Art of Collaborative Decision Making, 2002 • Thompson, Leigh L.: The Mind and Heart of the Negotiator, 4th ed., 2009 • Ury, W.: Getting Past No – Negotiating in Difficult Situations, 3rd. Ed., 2007		

	• Fisher, R.; Ury, W.: Getting to Yes – Negotiating an Agreement without giving in, 2nd ed., 2003 • Merrill, David W.: Personal Styles & Effective Performance, 1981, Reprint Weitere relevante Literatur wird aufgrund ihrer Aktualität in der Vorlesung bekannt gegeben.

KULTURPROJEKT 11.1 K

Studiensemester 11. Semester	**Häufigkeit** 1 mal jährlich	**Dauer** 1 Semester	**Geplante Gruppengröße** Maximal 25
Lehrveranstaltung Kulturprojekt	**Präsenzzeit** 4 SWS	**Workload/Selbststudium** 150h /90h (einschließlich Prüfungsvorbereitung)	**ECTS** 5
Modulverantwortliche/r Dr. Christina Weber	**Lehrende/r** N.N.		
Lehrinhalte	Im Rahmen des Moduls sollen die Studierenden ihr praktisches Know-How im kulturellen Projektmanagement vertiefen. Zu diesem Zweck wird ein lokales oder regionales Kulturprojekt innovativ geplant, organisiert, durchgeführt und ausgewertet. Im Bereich Cultural Entrepreneurship kann auch ein eigenes Kulturprojekt erschaffen oder in Zusammenarbeit neu aufgesetzt werden. **Das Spektrum der Vorlesung umfasst folgende Themen:** • Strukturen, Leitziele und Potentiale kultureller Einrichtungen, Initiativen und Gruppierungen • Cultural Entrepreneurship in bestehenden Organisationen/ Startups • Veranstaltungsmanagement/Innovationsmanagement • Kooperation, Co-Creation und Leitung • Öffentlichkeitsarbeit/Projektmanagement • Evaluationsansätze für Cultural Entrepreneurship • Ausgewählte Konzepte von kultureller Bildung und Kreativität • Ausgewählte Theorien und Ansätze kulturpädagogischer Bildung • Theorien und Ansätze von Cultural Entrepreneurship • Theorien und Ansätze von kulturellem Projektmanagement • Kulturelle Partizipation in Kulturprojekten		
Kompetenzorientierte Lernziele	**Fach- und Methodenkompetenz** Die Studierenden • entwickeln professionelle Kompetenzen in der Planung, und Umsetzung kulturbezogener Vorhaben. • sind in der Lage, durch theoriegeleitete Ansätze, kulturbezogene Projekte in der Praxis zu bewerten. • werden bei der Analyse und Konzeptentwicklung von Projekten zu multiperspektivischem Denken qualifiziert. • können ausgewählte Studien und Theorien zu Rezeption und Perzeption kultureller Phänomene äußern. • sind im Stande, innovative Geschäftsmodellentwicklungen im Kulturbereich zu differenzieren. • können ausgewählte Konzepte im Bereich kultureller Bildung und Kreativität entwickeln. **Kommunikative und soziale Kompetenzen** Die Studierenden • erwerben die Fähigkeit, selbstständig und in Form von Gruppenarbeit, erschlossene und aufgearbeitete Informationen in eine eigene Geschäftsidee im Kulturbereich zu bündeln. • werden durch die Lehrveranstaltung dazu qualifiziert, die erarbeiteten Inhalte strukturiert, in mündlicher Form zu präsentieren und entsprechende Fachdiskussionen zu führen. • können aus der praktischen Umsetzung eines neuen Geschäftsmodells im Kulturbereich Hypothesen aufstellen und widerlegen. **Selbstkompetenz**		

	Die Studierenden • entwickeln eine eigene mitunternehmerische Persönlichkeit und eine vertiefende Reflexion der erarbeiteten Inhalte.
Vorkenntnisse/Teilnahmevoraussetzungen	Keine
Verwendung des Moduls	Initiierung kreativer Prozesse (FK11, B.A. Management Sozialer Innovationen); Designmanagement (FK12, B.A. Design)
Prüfungsform	Modularbeit oder Präsentation
Lehrformen	Seminaristischer Unterricht, Projektarbeit
Lehrmethoden	Brainstorming, Diskussion, Fallanalyse, Gruppenarbeit, Kleingruppen-Coaching, Problembasiertes Lernen, praxisbezogene Projektarbeit, Selbstreflektion, Formen der Moderation/Präsentation.
Literatur	• Heinze, Anne (2018): Cultural Entrepreneurship. Die Besonderheiten des Gründungsverlaufes - eine Interviewstudie in der Kultur- und Kreativwirtschaft. Bielefeld: transcript Verlag. • Riess, Eric (2011): The lean startup - How today's entrepreneurs use continuous innovation to create radically successful businesses. New York: Random House. • AG Borderline-Kongress (Hrsg.) (2002): Borderline. Strategien und Taktiken für Kunst und soziale Praxis. Book on Demand GmbH. • Alder, Barbara und Barbara den Brok (2012): Die perfekte Ausstellung. Ein Praxisleitfaden zum Projektmanagement von Ausstellungen. Bielefeld: transcript Verlag. • Antes, Wolfgang und Werner Czech-Schwaderer (Hrsg.) (2005): Projektfinanzierung für Profis. Grundlagen. Praxisbeispiele. Checklisten. Weinheim/ München: Juventa Verlag. • Bendixen, Peter (2000): Einführung in die Kultur- und Kunstökonomie. München: Westdt. Verlag. • Bishop, Claire (Ed.) (2006): Participation. Documents of Contemporary London: Art. Whitechapel Gallery. • Gerlach-March, Rita (2010): Kulturfinanzierung. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften. • Kammerer, Till (2003): Berufsstart und Karriere in Kunst, Kultur und Medien. Bertelsmann. • Kastner, Jens und Elisabeth B. Spörr (Hrsg.) (2008): Nicht alles tun. Ziviler und sozialer Ungehorsam an den Schnittstellen von Kunst, radikaler Politik und Technologie. Münster: Unrast Verlag. • Kester, Grant H. (2004): Conversation Pieces. Community and communication in modern art. Berkeley, Los Angeles, London: University of California Press. • Klein, Armin (2004): Projektmanagement für Kulturmanager. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften. • Kuster, Jürg; Huber, Eugen; Lippmann, Robert; Schmid, Alphons; Schneider, Emil; Witschi, Urs; Wüst, Roger (2008): Handbuch Projektmanagement. 2. Auflage. Seite 11 von 17. Berlin/Heidelberg: Springer-Verlag. • Lessel, Wolfgang (2008): Projektmanagement. Projekte effizient planen und erfolgreich umsetzen. 3. Auflage. Berlin: Cornelsen Verlag. • Möntmann, Nina (2002): Kunst als Sozialer Raum. Köln: Walther König. • Netzwerk Selbsthilfe e.V. (Hrsg.) (2011): Fördertöpfe für Vereine, selbstorganisierte Projekte und politische Initiativen. 11. vollständig überarbeitete u. erweiterte Auflage.

BACHELORARBEIT UND KOLLOQUIUM 11. 2

Studiensemester 11. Semester	**Häufigkeit** 1 mal jährlich	**Dauer** 1 oder mehrere Semester	**Geplante Gruppengröße** Maximal 40
Lehrveranstaltung ---	**Präsenzzeit** ---	**Workload/Selbststudium** 90h / 360h	**ECTS** 3+12
Modulverantwortliche/r Prof. Dr. Peter Jandok	**Lehrende/r** N.N.		
Lehrinhalte	• Die Inhalte der Bachelorarbeit und damit des Kolloquiums sind individuelle abhängig vom Thema der Bachelorarbeit. • Die Bachelorarbeit ist eine selbstständig zu bearbeitende und u.U. interdisziplinär angelegte Arbeit, in der eine relevante Problemstellung mit methodischen Instrumenten beantwortet wird.		
Kompetenzorientierte Lernziele	**Fach- und Methodenkompetenz** Die Studierenden • wenden gelerntes Fachwissen auf eine wissenschaftliche Fragestellung an; • bewerten wissenschaftliche Quellen und setzt sie in neue Kontexte; • leiten neues Wissen und neue Verfahren aus wissenschaftlichen Erkenntnissen ab; • nutzen bekannte Methoden der empirischen Sozialforschung und wendet sie auf die eigene Fragestellung an; • entwickeln neue Problemlöseansätze und begründen sie. **Kommunikative und soziale Kompetenz** Die Studierenden • nehmen Kontakt auf und kooperieren mit themenrelevanten Persönlichkeiten; • stellen das eigene Thema Betreuern/-innen, Kommilitonen und anderen Personen vor; • argumentieren und begründen die Themenwahl, die genutzte Methodik und die Ergebnisse; • setzen sich kritisch mit Betreuern/-innen/Auftrag-gebern/-innen auseinander. **Selbstkompetenz** Die Studierenden • reflektieren ihr methodischen Vorgehen; • prüfen ihre Arbeitsweise und die daraus entstehenden Argumente.		
Vorkenntnisse/Teilnahmevoraussetzungen	170 ECTS (SPO §11 Abs. 2)		
Verwendung des Moduls	---		
Prüfungsform	Bachelorarbeit und Kolloquium 15-20 min		
Lehrformen	Seminar		
Lehrmethoden	---		
Literatur	• Balzert, H.; Schröder, M.; Schäfer, C. (2011): Wissenschaftliches Arbeiten. Ethik, Inhalt & Form wiss. Arbeiten, Handwerkszeug, Quellen, Projektmanagement, Präsentation, 2. Auflage, Herdecke, Witten: W3L-Verlag		