

Modulhandbuch

Studienbereich Wirtschaft

School of Business

Studiengang

Betriebswirtschaftslehre

Business Administration

Studienrichtung

Messe-, Kongress- und Eventmanagement

Exhibition, Congress and Event Management

Studienakademie

RAVENSBURG

Curriculum (Pflicht und Wahlmodule)

Aufgrund der Vielzahl unterschiedlicher Zusammenstellungen von Modulen können die spezifischen Angebote hier nicht im Detail abgebildet werden. Nicht jedes Modul ist beliebig kombinierbar und wird möglicherweise auch nicht in jedem Studienjahr angeboten. Die Summe der ECTS aller Module inklusive der Bachelorarbeit umfasst 210 Credits.

FESTGELEGTER MODULBEREICH			
NUMMER	MODULBEZEICHNUNG	VERORTUNG	ECTS
W3BW_901	Bachelorarbeit	-	12
W3BW_101	Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre	1. Studienjahr	5
W3BW_102	Unternehmensrechnung	1. Studienjahr	5
W3BW_103	Technik der Finanzbuchführung	1. Studienjahr	5
W3BW_501	Grundlagen der Volkswirtschaftslehre und Mikroökonomik	1. Studienjahr	5
W3BW_504	Bürgerliches Recht	1. Studienjahr	5
W3BW_601	Mathematik und Statistik	1. Studienjahr	5
W3BW_MKE701	Schlüsselqualifikationen I	1. Studienjahr	5
W3BW_MKE201	Grundlagen des Veranstaltungsmanagements	1. Studienjahr	5
W3BW_MKE202	Dienstleister der Veranstaltungsbranche	1. Studienjahr	5
W3BW_MKE203	Projektmanagement	1. Studienjahr	5
W3BW_MKE801	Praxismodul I	1. Studienjahr	20
W3BW_104	Bilanzierung und Besteuerung	2. Studienjahr	5
W3BW_105_MKE	Personalwirtschaft, Organisation und Prozessmanagement	2. Studienjahr	5
W3BW_502	Makroökonomik	2. Studienjahr	5
W3BW_505	Wirtschaftsrecht	2. Studienjahr	5
W3BW_MKE702	Schlüsselqualifikationen II	2. Studienjahr	5
W3BW_MKE204	Veranstaltungsorganisation	2. Studienjahr	5
W3BW_MKE205	Veranstaltungsmarketing	2. Studienjahr	5
W3BW_MKE206	Veranstaltungsproduktion	2. Studienjahr	5
W3BW_MKE207	Veranstaltungskommunikation	2. Studienjahr	5
W3BW_MKE208	Fachenglisch	2. Studienjahr	5
W3BW_MKE802	Praxismodul II	2. Studienjahr	20
W3BW_106	Integriertes Management	3. Studienjahr	5
W3BW_503	Wirtschaftspolitik	3. Studienjahr	5
W3BW_MKE703	Schlüsselqualifikationen III	3. Studienjahr	5
W3BW_MKE209	Internationales Veranstaltungsmanagement	3. Studienjahr	5
W3BW_MKE210	Eventkonzeption	3. Studienjahr	5
W3BW_MKE211	Integrationsseminar zu Branchenthemen	3. Studienjahr	5
W3BW_MKE803	Praxismodul III	3. Studienjahr	8

VARIABLER MODULBEREICH			
NUMMER	MODULBEZEICHNUNG	VERORTUNG	ECTS
W3BW_MKE301	Finanzsteuerung	3. Studienjahr	5
W3BW_MKE302	Marketingsteuerung	3. Studienjahr	5
W3BW_MKE350	Management der Veranstalter	3. Studienjahr	10
W3BW_MKE352	Venue Management	3. Studienjahr	10

Bachelorarbeit (W3BW_901)

Bachelor Thesis

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3BW_901	-	1		

INGESETZTE LEHRFORMEN

Projekt

INGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Bachelorarbeit	Siehe Prüfungsordnung	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
360	0	360	12

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden verfügen über breites fachliches Wissen und sind in der Lage, auf Basis des aktuellen Forschungsstandes und ihrer Erkenntnisse aus der Praxis in ihrem Themengebiet praktische und wissenschaftliche hemenstellungen zu identifizieren und zu lösen.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden kennen das Spektrum der in ihrer Fachdisziplin zur Verfügung stehenden Methoden und können diese im Kontext der Bearbeitung von praktischen und wissenschaftlichen Problemstellungen kritisch reflektieren und anwenden.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden können selbständig und eigenverantwortlich betriebliche Problemstellungen bearbeiten und neue innovative Themenfelder in die praktische Diskussion einbringen. Vor dem Hintergrund einer guten Problemlösung legen sie bei der Bearbeitung besonderes Augenmerk auf die reibungslose Zusammenarbeit mit Kollegen und mit Dritten. In diesem Kontext zeigen sie Kompetenzen wie Kommunikationsfähigkeit, Teamfähigkeit und Konfliktfähigkeit.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden können ihr Fachwissen und ihr Methodenverständnis zur Ableitung einer innovativen und aktuellen betrieblichen Problemstellung für ihre Abschlussarbeit einsetzen. Die Problemstellung, die einen deutlichen Bezug zu der jeweiligen Studienrichtung aufweisen sollte, lösen sie selbstständig unter Berücksichtigung aktueller wissenschaftlicher Erkenntnisse im gewählten Themengebiet innerhalb einer vorgeschriebenen Frist. Hierbei berücksichtigen Sie aktuelle wissenschaftliche und branchenbezogene Quellen sowie die Regeln wissenschaftlichen Arbeitens. Die kritische Reflektion von theoretischen Ansätzen und praktischen Lösungsmustern ist für die Studierenden selbstverständlich. Die Studierenden beherrschen weiterhin die Fachterminologie und sind in der Lage, Begriffe zu operationalisieren, Daten zu erheben, auszuwerten und Ergebnisse zu visualisieren.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Bachelorarbeit	0	360

Selbstständige Bearbeitung und Lösung einer in der Regel betrieblichen Problemstellung, die einen deutlichen Bezug zu der jeweiligen Studienrichtung aufweisen sollte, unter Berücksichtigung aktueller wissenschaftlicher Erkenntnisse im gewählten Themengebiet. Schriftliche Aufbereitung der Lösungsansätze in Form einer wissenschaftlichen Arbeit gemäß den allgemeinen Richtlinien und Vorgaben der Prüfungsordnung.

BESONDERHEITEN

-

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

Aktuelle Spezialliteratur und Online-Quellen zu den gewählten Themenfeldern und Funktionsbereichen.

Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre (W3BW_101)

Principles of Business Administration

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDauer (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3BW_101	1. Studienjahr	1	Prof. Dr. Simone Besemer	Deutsch/Englisch

INGESETZTE LEHRFORMEN

Vorlesung

INGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur	120	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
150	60	90	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden sind in der Lage, die grundlegenden Zusammenhänge betriebswirtschaftlichen Denkens und Handelns zu verstehen. Darauf aufbauend können sie die wesentlichen rahmengebenden konstitutiven Entscheidungsfelder beschreiben und beispielhaft erläutern und kennen die Teilaufgaben im unternehmerischen Entscheidungszyklus. In gleichem Maße sind die Studierenden in der Lage, die grundlegenden Schritte des wirtschaftlichen Leistungsprozesses einer Unternehmung zu skizzieren.

Dies trifft in besonderem Maße auf die marktorientierten Prozesse zu. Die Studierenden können die Grundideen, Aufgaben und Methoden des Marketing darlegen und die Komplexität von Marktprozessen erläutern. Sie sind in der Lage zu erklären, warum Marketing-Prozesse nicht isoliert, sondern eingebettet in den wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Kontext zu sehen sind. Die Studierenden haben einen Überblick über die Schritte des Marketingplanungsprozesses gewonnen und kennen verschiedene Marketing-Strategien. Zum Verständnis des Begriffs Marketingplanung aus wissenschaftlicher und praktischer Sicht können sie Stellung nehmen. Zudem haben sie ein erstes Verständnis für das Zusammenwirken der Marketinginstrumente zur Beeinflussung des Konsumentenverhaltens und der Steuerung von Kundenprozessen gewonnen.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden verfügen auf der Grundlage des entscheidungsorientierten, verhaltenswissenschaftlichen und systemorientierten Denkens über ein grundlegendes Analysemuster, mit dem sie im weiteren Verlaufe ihres Studiums einfache wie komplexe Problemstellungen zielorientiert analysieren und interpretieren können. Die Studierenden können vorgegebene Problemstellungen im Bereich Marketing anhand gegebener Informationen selbständig analysieren, strukturieren und zu einer Lösung führen.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden kennen die Zieldimensionen einer Unternehmung und sind mit den divergierenden Ansprüchen unterschiedlicher Interessensgruppen vertraut. Aus der Auseinandersetzung mit alternativen Rationalitätsprinzipien des Wirtschaftens haben sie ein grundlegendes Verständnis für die ökonomische, politische, soziale, ökologische und ethische Perspektive einer Unternehmung entwickelt. Die Studierenden lernen im Rahmen dieses Moduls die Möglichkeiten wie auch die Grenzen der informationellen Beeinflussung von Menschen kennen und haben sich mit den dabei ergebenden ökonomischen, sozialen wie auch ethischen Spannungsfeldern kritisch auseinandergesetzt.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden kennen die Zielsetzungen der Betriebswirtschaftslehre als Wissenschaft sowie die unterschiedlichen Vorgehensweisen betriebswirtschaftlicher Forschungskonzeptionen. Sie können einfache Problemstellungen im Rahmen des Leistungs- und Führungsprozesses einer Unternehmung unter Verwendung der betriebswirtschaftlichen Fachsprache beschreiben. Die Studierenden können nach Abschluss dieses Moduls klar definierte Entscheidungsprobleme mit grundlegenden betriebswirtschaftlichen Methoden selbstständig analysieren und einfache Erklärungsansätze formulieren. Sie haben ein Verständnis für die Marketingorientierung einer Unternehmung und die Anwendung der Instrumente des Marketing-Mix entwickelt. Die Studierenden sind in der Lage, ihr Wissen sowie ihre Fähigkeiten und Fertigkeiten auf Problemstellungen der Marketingpraxis anzuwenden.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Einführung in die Betriebswirtschaftslehre	40	60
<ul style="list-style-type: none">- Die Unternehmung als ökonomisches und soziales System- Wissenschaftstheoretische Grundpositionen der Betriebswirtschaftslehre- Modelle und Methoden der Betriebswirtschaftslehre- Unternehmensumwelt: Ziele und Entscheidungen- Kernfunktionen des Managements: Rechtsformen, Verfügungsrechte und Unternehmensverfassung, Konzentration und Kooperation- Standortentscheidungen- Dimensionen des Wertschöpfungsprozesses im Überblick		
Marketing	20	30
<ul style="list-style-type: none">- Grundlagen, Ziele und Aufgaben des Marketing- Ansätze und neuere Entwicklungen des Marketing- Prozess der Marketingplanung- Marketingstrategien- Instrumente des Marketing-Mix- Marketingorganisation- Kundenbedürfnisse erkennen, analysieren und verstehen		

BESONDERHEITEN

-

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

- Bruhn, M.: Marketing : Grundlagen für Studium und Praxis, Wiesbaden: Springer - Gabler
- Esch, F.-R./Herrmann, A./Sattler, H.: Marketing. Eine managementorientierte Einführung, München: Vahlen
- Homburg, Chr.: Grundlagen des Marketingmanagements: Einführung in Strategie, Instrumente, Umsetzung und Unternehmensführung, Wiesbaden: Springer – Gabler
- Jung, H.: Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, München – Wien: Oldenbourg
- Kirsch, J./Müllerschön, B.: Marketing kompakt, Sternenfels: Verl. Wiss. und Praxis
- Meffert, H./Burmans, C./Kirchgeorg, M.: Marketing; Grundlagen marktorientierter Unternehmensführung; Konzepte – Instrumente – Praxisbeispiele, Wiesbaden: Gabler
- Thommen, J.-P. u.a.: Allgemeine Betriebswirtschaftslehre: Umfassende Einführung aus managementorientierter Sicht, Springer: Wiesbaden
- Vahs, D./Schäfer-Kunz, J.: Einführung in die Betriebswirtschaftslehre, Stuttgart: Schäffer-Poeschel
- Wöhe, G./Döring, U./Brösel, G.: Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, München: Vahlen

Unternehmensrechnung (W3BW_102)

Corporate Accounting

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3BW_102	1. Studienjahr	1	Prof. Dr. Wolfgang Bihler	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

Vorlesung, Übung

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur	120	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
150	60	90	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden verfügen über grundlegende Kenntnisse der internen Unternehmensrechnung und können Zusammenhänge systematisch analysieren. Ihr Wissen können sie gezielt zur Lösung betrieblicher Aufgabenstellungen der Kosten- und Leistungsrechnung sowie im Rahmen von Investitions- und Finanzierungsentscheidungen anwenden. Sie sind in der Lage, Bedeutung und Konsequenzen der internen Unternehmensrechnung in betrieblichen Situationen zu bewerten.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden beherrschen die wesentlichen Methoden der internen Unternehmensrechnung und können deren Stärken und Schwächen kritisch reflektieren. Sie sind in der Lage, in Entscheidungssituationen adäquate Methoden anzuwenden, die Ergebnisse zu interpretieren und zu beurteilen.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden sind in der Lage, Fragen der Kosten- und Leistungsrechnung sowie der Investition und Finanzierung auch im Team zu diskutieren und konstruktive Lösungen zu entwickeln. Eigene Standpunkte werden fundiert begründet, kritisch reflektiert und weiterentwickelt. Ergebnisse können bewertet und adressatenorientiert aufbereitet sowie kommuniziert werden.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden sind fähig und bereit, Aufgabenstellungen der internen Unternehmensrechnung fach- und methodenkompetent sowie teamorientiert und reflektiert zu lösen.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Kosten- und Leistungsrechnung	30	45

- Grundlagen der Kosten- und Leistungsrechnung
- Vollkostenrechnung: Kostenarten-, Kostenstellen-, Kostenträgerrechnung/Betriebsergebnisrechnung
- Teilkostenrechnung: Grundzüge und entscheidungsorientierte Anwendungen

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN

Investition und Finanzierung

PRÄSENZZEIT

30

SELBSTSTUDIUM

45

- Grundlagen der Investition und Finanzierung
- Betriebliche Investitionsentscheidungen, insbesondere statische und dynamische Verfahren der Investitionsrechnung
- Finanzierungsalternativen
- Finanz- und Liquiditätsplanung

BESONDERHEITEN

Prof. Dr. Heike Schwadorf (Ravensburg) - Modulverantwortung

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

- Bieg, H./Kußmaul, H./Waschbusch, G.: Investition. München: Vahlen
- Coenenberg, A. G./Fischer, T. M./Günther, T.: Kostenrechnung und Kostenanalyse. Stuttgart: Schäffer-Poeschel
- Drukarczyk, J./Lobe, S.: Finanzierung. München: UKV/Lucius
- Ermschel, U./Möbius, C./Wengert, H.: Investition und Finanzierung. Berlin: Springer
- Friedl, G./Hofmann, C./Pedell, B.: Kostenrechnung: eine entscheidungsorientierte Einführung. München: Vahlen
- Macha, R.: Grundlagen der Kosten- und Leistungsrechnung. München: Vahlen
- Perridon, L./Steiner, M./Rathgeber, A.: Finanzwirtschaft der Unternehmung. München: Vahlen
- Putnoki, H./Schwadorf, H./Then Bergh, F.: Investition und Finanzierung. München: Vahlen
- Walz, H./Gramlich, D.: Investitions- und Finanzplanung. Frankfurt: Recht und Wirtschaft

Technik der Finanzbuchführung (W3BW_103)

Methods of Financial Accounting

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3BW_103	1. Studienjahr	2	Prof. Stefan Fünfgeld	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

Vorlesung, Übung

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur	120	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
150	60	90	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden kennen die Grundbegriffe der doppelten Buchführung und können diese in das System des Rechnungswesens einordnen. Sie beherrschen die gesetzlichen Grundlagen, kennen die relevanten Grundsätze ordnungsmäßiger Buchführung, können einen Jahresabschluss von den Eröffnungsbuchungen über die laufenden Buchungen bis zu den Abschlussbuchungen erstellen. Sie verstehen die wesentlichen Grundsätze und Begriffe nach HGB (z.B. Anschaffungs-, Herstellungskosten, künftiger Erfüllungsbetrag) und kennen ausgewählte Unterschiede im Vergleich zur steuerlichen Behandlung.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden können die wesentlichen Buchungsvorfälle selbständig bearbeiten. Sie kennen die Anforderungen von unternehmensinternen und externen Adressaten und können die Finanzbuchhaltung gesetzeskonform danach ausrichten.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden können komplexe fachbezogene Themen der Finanzbuchführung gegenüber ihren Gesprächspartnern im Studium und Beruf begründet vertreten und gemeinsam Lösungsvorschläge erarbeiten.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Mit Abschluss dieses Moduls sind wichtige Grundlagen für die Rechnungslegung von buchführungspflichtigen Kaufleuten gelegt. Die Studierenden können in der Finanzbuchhaltung grundlegende Sachverhalte erfassen und daraus eine Bilanz und eine Gewinn- und Verlustrechnung gesetzeskonform ableiten. Die Bedeutung und Wichtigkeit der gelernten Grundlagen für darauf aufbauende Inhalte (Bilanzierung, betriebliche Steuerlehre, Konzernrechnungslegung) sind bekannt.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Grundlagen der Finanzbuchführung	30	45

- Begriff, Aufgaben, Ziele, Adressaten, gesetzliche Grundlagen, Kaufmannsarten
- System der doppelten Buchführung, Grundsätze ordnungsgemäßer Buchführung
- Erfolgsneutrale und erfolgswirksame Geschäftsvorfälle
- Kontenrahmen, Umsatzsteuer, Warenverkehr, Privatvorgänge
- Weitere ausgewählte laufende Buchungsfälle (z.B. Personalbuchungen, Privatentnahmen, Steuerbuchungen)
- Buchungsfälle (von der Eröffnung der Buchführung bis zum Jahresabschluss)

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN

Fortgeschrittene Finanzbuchführung

PRÄSENZZEIT

30

SELBSTSTUDIUM

45

- Weitere Grundsätze ordnungsgemäßer Buchführung
- Abschlussvorbereitung, Abschlussbuchungen, zeitliche Abgrenzung
- Besonderheiten aus dem Steuerrecht für die laufende Buchführung nach HGB
- Grundsätze der Bilanzierung aus Sicht des Finanzbuchhalters
- ausgewählte Buchungsfälle, z.B. zum Anlagevermögen (Abschreibungen), Umlaufvermögen (Bewertungsvereinfachung), Forderungen (Abschreibungen, Einzel-, Pauschalwertberichtigungen), Verbindlichkeiten, Rückstellungen, Rechnungsabgrenzung

BESONDERHEITEN

-

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

- Bornhofen, M./Bornhofen, M. C.: Buchführung 1
- Bornhofen, M./Bornhofen, M. C.: Buchführung 2
- Falterbaum, H./Bolk, W./Reiß, W., u.a.: Buchführung und Bilanz
- Horschitz, H./Groß, W./Fanck, B., u.a.: Bilanzsteuerrecht und Buchführung
- Wöhe, G./Kußmaul, H.: Grundzüge der Buchführung und Bilanztechnik

Grundlagen der Volkswirtschaftslehre und Mikroökonomik (W3BW_501)

Principles of Economics and Microeconomics

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3BW_501	1. Studienjahr	2	Prof. Dr. Petra Radke	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

Vorlesung, Übung

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur	120	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
150	60	90	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden sind in der Lage, die Grundlagen und die Entwicklung der Volkswirtschaftslehre zu verstehen. Sie können wirtschaftliche Verhalten von Haushalten und Unternehmen sowie die Funktionsweise von Märkten beschreiben. Studierende können erklären, unter welchen Annahmen die Interaktion von Haushalten und Unternehmen zu einem effizienten Marktergebnis führt und welche staatlichen Eingriffe bei Marktversagen zur Effizienzverbesserung beitragen.

METHODENKOMPETENZ

Studierende haben die Kompetenz erworben, die erlernten Konzepte, Modelle und Methoden auf grundlegende mikroökonomische Problemstellungen anzuwenden.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Durch einführende wohlfahrtsökonomische Fragestellungen können die Studierenden bereits erste wissenschaftlich fundierte Urteile über Marktversagen ableiten und diese in einen gesellschaftlichen, historischen und ethischen Rahmen einordnen.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Fundierte Kenntnisse über die Preisbildung in unterschiedlichen Marktformen helfen den Studierenden, die Situation in ihren jeweiligen Unternehmen zu verstehen und gegebenenfalls Problemlösungen zu entwickeln.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Einführung in die Volkswirtschaftslehre und Grundlagen der Mikroökonomik	30	45

- Grundfragen und -begriffe der Volkswirtschaftslehre
- Inhalte, Abgrenzung, Methoden der Volkswirtschaftslehre
- Nachfrage, Angebot und Marktgleichgewicht auf einem Gütermarkt
- Faktormarkt
- Markteffizienz bei vollkommener Konkurrenz
- Staatliche Eingriffe in die Preisbildung

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN

Fortgeschrittene Mikroökonomik

PRÄSENZZEIT

30

SELBSTSTUDIUM

45

- Haushaltstheorie
- Unternehmenstheorie
- Preisbildung in unterschiedlichen Marktformen (Polypol, Monopol, Oligopol, monopolistische Konkurrenz)
- Vertiefte Aspekte der Mikroökonomik (z.B. Marktversagen, Verhaltensökonomik, Neue Institutionenökonomik)

BESONDERHEITEN

-

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

- Beck, H.: Behavioral Economics, Heidelberg: Springer-Gabler
- Erlei, M./Leschke, M./Sauerland, D.: Neue Institutionenökonomik, Stuttgart: Schäffer Poeschel
- Goolsbee, A./Levitt, S./Syverson, C. : Mikroökonomik, Stuttgart: Schäffer-Poeschel
- Mankiw, N.G.: Grundzüge der Volkswirtschaftslehre, Stuttgart: Schäffer-Poeschel
- Mankiw, N.G./Taylor, M.P.: Economics, Mason (Ohio): Thomson South Western
- Natrop, J.: Grundzüge der Angewandten Mikroökonomie, München: Oldenbourg
- Pindyck, R.S./Rubinfeld, D.L.: Mikroökonomie, München: Pearson
- Varian, H.R.: Grundzüge der Mikroökonomik, München: Oldenbourg

Bürgerliches Recht (W3BW_504)

Civil Law

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3BW_504	1. Studienjahr	2	Prof. Dr. Klaus Sakowski	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

Vorlesung, Case Study

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur oder Portfolio	120	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
150	60	90	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Nach der Teilnahme an der Modulveranstaltung erkennen die Studierenden die umfassende Praxisrelevanz des Fachs und verfügen über grundlegendes Faktenwissen im Bürgerlichen Recht. Sie können die wichtigsten BGB-Vorschriften und Zusammenhänge benennen, erklären und auf ausgewählte praktische Fallgestaltungen anwenden. Auf diese Weise sind sie in der Lage, juristische Probleme solcher Fälle zu analysieren, kritisch zu diskutieren und einer vertretbaren Lösung zuzuführen.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden kennen und verstehen die wichtigsten Methoden zur Auslegung von Vorschriften, insbesondere hinsichtlich unbestimmter Rechtsbegriffe. Sie verstehen die juristische Gutachtenstil-Methode und können diese auf Fallgestaltungen anwenden. Sie kennen Lehr- und Lernmethoden unter Einsatz digitaler Medien und können diese insbesondere für Zwecke des Selbststudiums erfolgreich nutzen.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden sind bei Gruppenarbeit (Fallstudie) in der Lage, effektiv in einer Arbeitsgruppe mitzuarbeiten. Sie sind zur Anwendung und Einhaltung eines angemessenen Zeitmanagements bei Prüfungen in der Lage.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden verfügen über die Fähigkeit zu frühzeitiger Erkennung möglicher Rechtsprobleme bei betrieblichen Gegebenheiten und können diese entweder selbst rechtlich gestalten oder zumindest problemorientiert einem fachkundigen Dritten (z.B. Anwalt, Rechtsabteilung) übermitteln. Sie verfügen zudem über die Fähigkeit zu kritischer Reflexion über vorherrschende Lehrmeinungen und Gerichtsurteile.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Grundlagen des Rechts, BGB Allgemeiner Teil und Schuldrecht Allgemeiner Teil	30	45

- Überblick über Rechtssystem, Rechtsgebiete, Gerichtsaufbau und juristische Arbeitstechniken
- Einführung in das BGB
- Rechtssubjekte und Rechtsobjekte, Willenserklärung
- Anfechtung
- Grundsatz und Grenzen der Vertragsfreiheit
- Stellvertretung
- Verjährung
- Fristen und Termine
- Schuldverhältnisse, Schadensersatz, Verschulden, Leistungsstörungen
- Allgemeine Geschäftsbedingungen

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN

Schuldrecht, Sachenrecht und Grundlagen des Prozessrechts

PRÄSENZZEIT

30

SELBSTSTUDIUM

45

- Verbraucherverträge (insbes. Fernabsatz)
- Rücktritt
- Gesamtschuld
- Kaufvertrag
- Werkvertrag
- Sonstige Vertragstypen in Grundzügen (je nach Studienrichtung, z.B. Mietvertrag, Darlehensvertrag, Dienstvertrag)
- Grundzüge der ungerechtfertigten Bereicherung
- Unerlaubte Handlungen
- Grundzüge des Sachenrechts (Besitz, Eigentum, Sicherungsrechte)
- Überblick über das Verfahrens- und Prozessrecht

BESONDERHEITEN

Das Modul Recht eignet sich für den Einsatz von Lehr-, Lern- und Prüfungsformen unter Einbeziehung digitaler Medien. Prüfungsdauer bezieht sich auf Klausur.

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

- Brox, H./Walker, W.-D.: Allgemeiner Teil des BGB. München: Vahlen
- Brox, H./Walker, W.-D.: Allgemeines Schuldrecht. München: C. H. Beck
- Brox, H./Walker, W.-D.: Besonderes Schuldrecht. München: C. H. Beck
- Eisenhardt, U.: Einführung in das bürgerliche Recht. Stuttgart: Utb, Facultas
- Ens, R./Hümer, M./Knies, J./Scheel, T.: Unternehmensrecht, Bad Wörishofen: Holzmann (daraus Scheel, T.: Zivilrecht)
- Führich, E.: Wirtschaftsprivatrecht. München: Vahlen
- Führich, E./Werdan, I.: Wirtschaftsprivatrecht in Fragen und Fällen. München: Vahlen
- Kallwass, W./Asbels, P.: Privatrecht. München: Vahlen
- Musielak, H.-J./Hau, W.: Grundkurs BGB. München: Vahlen
- Musielak, H.-J./Voit, W.: Grundkurs ZPO. München: Vahlen
- Sakowski, K.: Grundlagen des Bürgerlichen Rechts. Berlin Heidelberg: Springer Gabler
- Wolf, M./Wellenhofer, M.: Sachenrecht. München: Beck

Mathematik und Statistik (W3BW_601)

Mathematics and Statistics

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3BW_601	1. Studienjahr	2	Prof. Dr. Joachim Weber	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

Vorlesung, Übung

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur	60	ja
Klausur oder Portfolio	60	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
150	60	90	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Mit Abschluss des Moduls verfügen die Studierenden über grundlegendes Wissen und kritisches Verständnis der Mathematik und Statistik für ökonomische Fragestellungen. Sie sind in der Lage, die Methoden und Ansätze auf konkrete Analyse-, Planungs- und Entscheidungsprobleme anzuwenden sowie die Ergebnisse zielbezogen zu präsentieren und zu interpretieren.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden haben die Ideen mathematischer Techniken erfasst und die Kompetenz erworben, sie bei ökonomischen Fragestellungen einzusetzen. Sie haben die Statistik als Entscheidungshilfe in der betrieblichen Praxis bzw. als Hilfsmittel bei der empirischen Überprüfung von Hypothesen verstanden und die Fähigkeit erworben, den möglichen Einfluss des Datenentstehungsprozesses, der Datenquellen und der Datenpräsentation auf das Ergebnis zu erläutern sowie vorgegebene Datensätze hinsichtlich gewünschter Informationen selbstständig auszuwerten und zu beurteilen.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Mit Abschluss des Moduls wissen die Studierenden, dass die quantitativen Methoden eine Möglichkeit (neben anderen) der Erkenntnisgewinnung darstellen, insbesondere, dass die Realität nicht nur in Zahlen abgebildet werden kann. Sie sind sich des Einflusses der Methoden auf das Ergebnis bewusst und sind damit sensibilisiert für einen verantwortungsvollen Umgang.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden haben einen Überblick über die Einsatzmöglichkeiten mathematischer und statistischer Methoden bei volks- und betriebswirtschaftlichen Fragestellungen bekommen und ihre Anwendung durch entsprechende Beispiele geübt. Dadurch sind sie befähigt, diese Methoden selbstständig anzuwenden und die Ergebnisse im Sachzusammenhang zu werten.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Mathematik	30	45

- Grundlagen der Mathematik (Zahlenmengen, algebraische Grundstrukturen, Logik)
- Analysis (wesentliche Elemente der Infinitesimalrechnung für Funktionen mit einer und mehreren unabhängigen Variablen)
- Finanzmathematik (Folgen und Reihen, Angewandte Finanzmathematik)
- Lineare Algebra (Gleichungssysteme, Matrizen, Vektoren, Determinanten)
- Studienrichtungsbezogene Erweiterungen nach fachlicher Relevanz und studentischen Vorkenntnissen.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

Statistik

30

45

- Grundlagen (Datenentstehung)
- Deskriptive Statistik (univariate und multivariate Häufigkeitsverteilungen mit ihren deskriptiven Maßzahlen)
- Induktive Statistik (insbesondere Wahrscheinlichkeitstheorie)
- Schließende Statistik (Schätzungen, Testverfahren, wirtschaftsstatistische Anwendungen)
- studienrichtungsbezogene Erweiterungen nach fachlicher Relevanz und studentischen Vorkenntnissen

BESONDERHEITEN

- Modul mit zwei Prüfungsleistungen
- Klausur nach dem ersten Semester
- Klausur oder Portfolioprüfung nach dem zweiten Semester
- Die Prüfungsdauer bezieht sich nur auf die Klausur

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

- Bamberg, G./Baur, F./Krapp, M.: Statistik, München: Oldenbourg
- Bley Müller, J./Gehlert, G./Gülicher, H.: Statistik für Wirtschaftswissenschaftler, München: Vahlen
- Bosch, K.: Mathematik für Wirtschaftswissenschaftler, München: Oldenbourg
- Bronstein, I./Semendjajev, K. A.: Taschenbuch der Mathematik, Thun/Frankfurt a. M.: Verlag Harri Deutsch
- Heinrich, G.: Basiswissen Mathematik, Statistik und Operations Research für Wirtschaftswissenschaftler, München: Oldenbourg
- Holey, T./Wiedemann, A.: Mathematik für Wirtschaftswissenschaftler, Heidelberg: Physica-Verlag
- Sachs, M.: Wahrscheinlichkeitsrechnung und Statistik, München: Hanser
- Stiefel, J.: Wirtschaftsstatistik, München: Oldenbourg
- Sydsaeter, K./Hammond, P.: Mathematik für Wirtschaftswissenschaftler, Hallbergmoos: Pearson Studium
- Tietze, J.: Einführung in die angewandte Wirtschaftsmathematik, Wiesbaden: Springer Spektrum
- Tietze, J.: Einführung in die Finanzmathematik, Wiesbaden: Springer Spektrum

Schlüsselqualifikationen I (W3BW_MKE701)

Key Qualifications I

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3BW_MKE701	1. Studienjahr	2	Prof. Dr. Joachim Weber	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

Vorlesung, Seminar, Laborübung, Planspiel/Simulation, Rollenspiel

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Unbenoteter Leistungsnachweis	Siehe Prüfungsordnung	Bestanden/ Nicht-Bestanden

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
150	60	90	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden verfügen über erste Basisqualifikationen für das wissenschaftliche Studium und können deren Anwendbarkeit für praktische Situationen kritisch einschätzen. Des Weiteren sind sie in der Lage, eine betriebliche Problemstellung in strukturierter wissenschaftlicher Herangehensweise zu bearbeiten.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden können

- Methoden und Techniken in verschiedenen Situationen reflektiert und kompetent in angemessener Weise einsetzen,
- Literaturrecherchen durchführen und quellenkritische Auswertungen der Literatur vornehmen,
- geeignete wissenschaftliche Untersuchungsmethoden und -techniken auswählen und anwenden.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden können

- offen kommunizieren,
- eigene und fremde Kommunikationsmuster erkennen, kritisch analysieren und einschätzen,
- autonom und selbstsicher eigene Positionen vertreten und andere Positionen zu verstehen,
- die erlernten Methoden in rationaler, verständnisorientierter und fairer Weise und nicht-manipulativ einsetzen,
- Konflikte in ausgleichender Weise bewältigen,
- erkennen, welche ethischen Implikationen und Verantwortung Forschung hat,
- Pluralität von Theorien und Methoden sinnvoll einsetzen.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden

- können sich schnell in neuen Situationen zurechtfinden, in neue Aufgaben einarbeiten sowie sich in Teams und Kulturen integrieren,
- überzeugen als selbstständig denkende und verantwortlich handelnde Persönlichkeiten mit kritischer Urteilsfähigkeit in Wirtschaft und Gesellschaft,
- zeichnen sich aus durch fundiertes fachliches Wissen, Verständnis für übergreifende Zusammenhänge sowie die Fähigkeit, theoretisches Wissen in die Praxis zu übertragen,
- lösen Probleme im beruflichen Umfeld methodensicher sowie zielgerichtet und handeln dabei teamorientiert.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Grundlagen des wissenschaftlichen Arbeitens	30	45

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN

- Akademische Arbeitstechniken (u.a. Kompetenzen, Lerntheorie, Lernstrategien und -techniken (z.B. Mind Map, Memotechniken/Behaltensstrategien), Arbeitsplatz- und Lernorganisation, Lesen, Schreib-/Präsentationstechniken und -methoden, Stressbewältigung (z.B. Zeitmanagement, Selbstmanagement), Kommunikation und Zusammenarbeit mit anderen
- Wissenschaft, Zielspektrum wissenschaftlichen Arbeitens, Wissenschaftliche Methoden der Humanwissenschaften
- Anforderungen an wissenschaftliches Arbeiten (u.a. Objektivität, Ehrlichkeit/Redlichkeit, Überprüfbarkeit, Reliabilität, Validität, logische Argumentation, Nachvollziehbarkeit)
- Grundlegender Bearbeitungsprozess eines Themas (Ausgangssituation: Problem-/Fragestellung, Analyse/Präzisierung, Lösungen suchen und finden, Umsetzung, Ergebnisse aufbereiten)
- Bearbeitungsphasen einer wissenschaftlichen Arbeit (Themenwahl/Zielsetzung, Themenabgrenzung/-präzisierung, Zielsetzung der Arbeit und Ableitung der Forschungsfrage)
- Wissenschaftliches Exposé
- Projektplanung (Kommunikation mit den Betreuenden, Zeit-/Ressourcenplanung, Zeitmanagement, Arbeitshilfen)
- Einarbeitungsphase (Literaturstudium, -auswahl, -recherche), Haupt- und Erstellungsphase (Gestaltung einleitender Kapitel, Gliederungsalternativen, Schlusskapitel), Überarbeitungsphase
- Formale Gestaltung (Deckblatt/Titelblatt (gegebenenfalls inklusive Sperrvermerk), Verzeichnisse, Ausführungsteil, Anhang, Literaturverzeichnis, Ehrenwörtliche Erklärung), Gestaltungselemente
- Zitation (u.a. Arten von Zitate, Zitierregeln, Plagiate), Literaturgattungen, Literaturverzeichnis und Quellenangaben

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

Präsentations- und Kommunikationskompetenz

30

45

Präsentationskompetenz

- Einsatzbereiche und Zielsetzungen einer Präsentation
- Inhaltliche Gliederung einer Präsentation/Präsentationsdramaturgie
- Medieneinsatz und Visualisierungstechniken (z.B. Textbilder, Grafiken und Symbole)
- Präsentationstechniken
- Stimmarbeit und Rhetorik
- Nonverbale Kommunikation: Körpersprache, Mimik und Gestik
- Umgang mit Lampenfieber
- Nachbereitung der Präsentation
- Spezifika von wissenschaftlichen Präsentationen
- Übungen mit Bezug zur jeweiligen Studienrichtung

Kommunikationskompetenz

- Kommunikationspsychologische Forschung und Kommunikationstheorien
- Kommunikation und Interaktion
- Rhetorik
- Vermittlung kommunikativer und rhetorischer Fähigkeiten
- Verhandlungstechniken
- Aktives Zuhören
- Fragetechnik
- Einwandbehandlung
- Kommunikationsstörungen
- Konfliktgespräche, Moderation, Feedback- und Mitarbeitergespräche, Kommunikation in Teams
- Übungen vor dem Hintergrund aktueller Themen der jeweiligen Studienrichtung mit anschließender Diskussion

BESONDERHEITEN

-

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

- Bortz, J./Döring, N.: Forschungsmethoden und Evaluation für Human- und Sozialwissenschaftler, Heidelberg: Springer
- Kornmeier, M.: Wissenschaftstheorie und wissenschaftliches Arbeiten. Heidelberg: Physica
- Kromrey, H.: Empirische Sozialforschung. Stuttgart: Lucius & Lucius
- Renner, H.-G. u. Strasmann, J. Das Outdoor-Seminar in der betrieblichen Praxis, Hamburg:Verlag Windmühle
- Schnell, R./Hill, P. B. / Esser, E.: Methoden der empirischen Sozialforschung. München: Oldenbourg
- Schwaiger, M./Meyer, A.: Theorien und Methoden der Betriebswirtschaft. München: Vahlen
- Stichel-Wolf, C. /Wolf, J.: Wissenschaftliches Arbeiten und Lerntechniken, Wiesbaden: Gabler
- Theisen, M. R.: Wissenschaftliches Arbeiten. München: Vahlen

Grundlagen des Veranstaltungsmanagements (W3BW_MKE201)

Fundamentals of Event Management

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3BW_MKE201	1. Studienjahr	1	Prof. Dr. Michael Dinkel	Deutsch/Englisch

INGESETZTE LEHRFORMEN

Vorlesung, Übung

INGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur	120	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
150	60	90	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden erhalten einen grundlegenden Einblick in ausgewählte Bereiche des Messe-, Kongress- und Eventmanagements. Zudem versteht der Studierende die Spezifika verschiedener Veranstaltungsformate und beherrscht die Fachterminologie. Die Studierenden überblicken die Schnittstellen zu den Nachbardisziplinen und wissen diese in den Kontext des Messe-, Kongress- und Eventsmanagements einzuordnen.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden können die Relevanz der vermittelten Methoden und Techniken im fachlichen und beruflichen Kontext einschätzen und wissen auch um die Grenzen der jeweiligen Methoden. Durch Übungen und konkrete Praxisbeispiele wird ein erstes Erfahrungswissen im Umgang mit unterschiedlichen Methoden sichergestellt.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden erhalten theoretisch fundiertes Fach- und Methodenwissen, gerade auch im Hinblick auf die Nachbardisziplinen, sowie analytische und Problemlösungsfähigkeiten in den genannten Teilbereichen des Messe-, Kongress- und Eventsmanagements. Darüber hinaus werden Kommunikations- und Teamfähigkeiten im Wege des besseren Verständnisses von benachbarten Fachgebieten vertieft. Sie erkennen dadurch die Relevanz der behandelten Themenbereiche (Schnittstellen-Disziplinen) für die Weiterentwicklung ihrer Unternehmen und können diese Kompetenz im inner- sowie außerbetrieblichen sozioökonomischen Kontext umsetzen.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Nach Beendigung des Moduls besitzen die Studierenden die Kompetenz, ihre Unternehmen in die Messe-, Kongress- und Eventwirtschaft einzuordnen und die Interaktion des Unternehmens mit anderen Fachgebieten zu analysieren. Sie sind dadurch befähigt, Strategien zu verstehen, mit denen Unternehmen der Messe-, Kongress- und Eventwirtschaft zielorientiert auf Herausforderungen aus der Interdisziplinarität der Branche reagieren können. Des Weiteren sind sie in der Lage, die zukünftigen Herausforderungen für ihr Unternehmen, aber auch für die Branche zu analysieren und zu darauf zu reagieren.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Einführung in die Veranstaltungsbranche	24	36

- Grundlagen der Veranstaltungswirtschaft: Institutionen, betriebswirtschaftliche und volkswirtschaftliche Bedeutung
- Verbandstrukturen
- Überblick der Akteure und Aufgaben in der Veranstaltungsbranche
- Grundlagen zur Durchführungen von Veranstaltungen im öffentlichen Raum (Genehmigungsverfahren, MVStättVO, Bau- und Betriebsvorschriften)

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN

Grundlagen der Veranstaltungsformate

PRÄSENZZEIT

36

SELBSTSTUDIUM

54

- Definition und Typisierung
- MICE-Industrie
- besondere Aufgaben und Anforderungen von Messen und Ausstellungen, Kongresse und Tagungen, Sport- und Kulturveranstaltungen
- Veranstaltungsformate und ihre Leistungsbereiche
- Kongress- und Tagungsmarkt in Deutschland
- Aufteilung nach Branchen und Locations
- Veranstaltungslocation- und Formatauswahlprozess

BESONDERHEITEN

-

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

- Dinkel, M.; Heid, E.; Semblat, U.: Herausforderungen für die Live-Kommunikation im B-to-B, Walldorf
- Dinkel, M.; Luppold, S.; Schröer, S.: Handbuch Messe-, Kongress- und Eventmanagement, Sternenfels
- Doppler, S.: B2B-Eventmarketing, München
- Erber, S.: Event-Marketing: Erlebnisstrategien für Marken, Landsberg/Lech
- Henschel, O.: Lexikon Eventmanagement: Strategie, Kreativität, Logistik, Verwaltung, Praxis, Berlin
- Jäger, D.: Grundwissen Eventmanagement, Stuttgart
- Kiel, H.-J.; Bäuchl, J.: Eventmanagement: Konzeption, Organisation, Erfolgskontrolle, München
- Kirchgeorg, M.; Dornscheidt, W.; Stoeck, N.: Handbuch Messemanagement: Planung, Durchführung und Kontrolle von Messen, Kongressen und Events, Wiesbaden
- Ministerium für Verkehr und Infrastruktur Baden-Württemberg: Bau und Betrieb von Versammlungsstätten (Versammlungsstättenverordnung BaWü - VStättVO), Stuttgart
- Sakschewski, T.; Paul, S.: Veranstaltungsmanagement: Märkte, Aufgaben und Akteure, Frankfurt
- Schäfer-Mehdi, S.: Event-Marketing: Kommunikationsstrategie, Konzeption und Umsetzung, Dramaturgie und Inszenierung, Berlin
- Starke, H.; Buschhoff, C.; Scherer, H.: Praxisleitfaden Versammlungsstättenverordnung, Berlin
- Zanger, C.: Events und Messen, Wiesbaden

Dienstleister der Veranstaltungsbranche (W3BW_MKE202)

Service Contractors of the Event Industry

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3BW_MKE202	1. Studienjahr	1	Prof. Dr. Stefan Luppold	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

Vorlesung, Übung

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur	120	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
150	60	90	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Innerhalb dieses Moduls gewinnen die Studierenden einen grundlegenden Einblick in das Dienstleistungsmanagement. Sie kennen die Ziele und Arbeitsweise der verschiedenen Dienstleister in der Messe-, Kongress- und Eventbranche. Sie sind mit den Besonderheiten der Dienstleistungserstellung der verschiedenen Branchendienstleister vertraut. Die Studierenden haben hier insbesondere ein Verständnis für die Einflussfaktoren auf die Dienstleistungsqualität entwickelt und können eine Verbindung zum Instrumentarium der Dienstleistungserstellung (7P) herstellen. Nach Studium des Moduls verstehen die Studierenden das ganzheitlich arbeitsteilige Leistungskonzept von Messe-, Kongress- und Eventveranstaltungen und die kooperative Arbeitsweise der Dienstleistungserstellung.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden können die Relevanz der vermittelten Methoden und Techniken im fachlichen und beruflichen Kontext beurteilen und die Grenzen ihrer Anwendbarkeit einschätzen. Mit Hilfe der praxisorientierten Vermittlung der Instrumente werden erste Erfahrungen mit dem Umgang mit unterschiedlichen Methoden gewährleistet.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden erhalten theoretisch fundiertes Fach- und Methodenwissen, das sich insbesondere auf die Schnittstellen von Messe-, Kongress- und Eventprojekten bezieht. Sie erhalten einen Überblick über das Leistungsspektrum der beteiligten Dienstleister und sind auf diese Weise in der Lage, Verknüpfungen herzustellen und kreativ die Zusammenarbeit der Nachbardisziplinen weiterzuentwickeln. Gerade die Erkenntnisse über die Zusammenarbeit mit Dienstleistern ermöglicht auch das selbständige und eigenverantwortliche Arbeiten in Teilbereichen des Veranstaltungsmanagements. Die Studierenden haben sich Kommunikations- und Teamfähigkeiten im Wege des besseren Verständnisses der Dienstleister angeeignet. Sie erkennen dadurch die Relevanz der behandelten Themenbereiche (Schnittstellen-Disziplinen) für die Weiterentwicklung ihrer Unternehmen und können diese Kompetenz im inner- sowie außerbetrieblichen sozioökonomischen Kontext übertragen.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Nach Beendigung des Moduls besitzen die Studierenden die Kompetenz eigenverantwortlich in Veranstaltungsdienstleistungen zu arbeiten, sich mit den Vertretern der Branchendienstleister zu verständigen und gemeinsam Lösungen für anstehende Aufgaben zu entwickeln. Sie können in Teilbereichen Veranstaltungen eigenständig umsetzen. Die erworbenen Kenntnisse ermöglichen auch eine kritische Analyse und Beurteilung der Zusammenarbeit und der Arbeitsergebnisse, die mit den zuarbeitenden Unternehmen erzielt werden.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Management Veranstaltungsdienstleister	20	30

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN

- Eigenschaften von Dienstleistungen
- Phasen von Dienstleistungen
- Prozess der Dienstleistungserstellung
- Service Design
- Qualitätsmanagement im Dienstleistungsbereich
- Grundlagen veranstaltungsspezifischer Dienstleistungsbereiche (z.B. Catering, Dolmetscher, Fulfillment Agentur)

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

Management Tourismusdienstleister

20

30

- Tourismuswirtschaft: Begriff und System des Tourismus
- Tourismus als transdisziplinäres Phänomen
- Tourismusdienstleister als Partner von Messe-, Kongress- und Eventveranstaltern
- Tourismustypen
- Touristische Kennziffern
- Tourismusstatistik
- Tourismusmarktforschung
- Ökonomische Bedeutung des Tourismus
- Tourismusorganisationen
- Tourismusangebot/-nachfrage
- Trends im Tourismus
- Geschäftsreisemarkt
- Reisebüro
- Reiseveranstalter
- Luftverkehr
- Bahnverkehr
- Hotel

Ausstellerbeteiligung und Messebau

20

30

- Messeauswahl
- Planung, Vorbereitung, Durchführung und Kontrolle von Messeauftritten
- Grundlagen des Messebaus
- Bestandteile des Messebaus
- Beteiligte Gewerke
- Ablaufplanung
- Bedeutung für die Messebeteiligung
- Einbeziehung von Architekten, Mediendesignern, Messebauern und Spezialisten
- Messemarketing ausstellender Unternehmen
- Interaktion am Messestand
- Leadmanagement
- Nutzenbetrachtung und –abwägung von Messebeteiligungen in der Unternehmenskommunikation

BESONDERHEITEN

-

VORAUSSETZUNGEN

Grundlagen des Veranstaltungsmanagements

LITERATUR

- Dinkel, M.; Luppold, S.; Schröder, S. (Hrsg.): Handbuch Messe-, Kongress- und Eventmanagement, Sternenfels
- Fuchs, W.; Mundt, J.; Zollondz, H.-D. (Hrsg.): Lexikon Tourismus : Destinationen, Gastronomie, Hotellerie, Reisemittler, Reiseveranstalter, Verkehrsträger, München
- Haller, S.: Dienstleistungsmanagement, Heidelberg.
- Kirchgeorg, M.: Handbuch Messemanagement, Wiesbaden
- Meffert, H.; Bruhn, M.: Dienstleistungsmarketing, Wiesbaden
- Mundt, J.: Reiseveranstaltung : Lehr- und Handbuch, München

Projektmanagement (W3BW_MKE203)

Project Management

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3BW_MKE203	1. Studienjahr	2	Prof. Dr. Michael Dinkel	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

Vorlesung, Übung

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Portfolio	Siehe Prüfungsordnung	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
150	60	90	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Innerhalb dieses Moduls gewinnen die Studierenden einen grundlegenden Einblick in das Projektmanagement. Sie kennen die Ziele und Abläufe der typischen Projekte verschiedener Veranstaltungsarten in der Messe-, Kongress- und Eventwirtschaft. Sie sind mit den Besonderheiten des Projektmanagements der verschiedenen Akteure vertraut und haben hier insbesondere ein Verständnis für die Einflussfaktoren auf die Dienstleistungsqualität entwickelt. Nach Studium des Moduls verstehen die Studierenden das ganzheitliche Leistungskonzept von Messe-, Kongress- und Eventveranstaltungen, deren Arbeitsweise sowie die grundlegenden Prinzipien des Projektmanagement.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden können die Relevanz der vermittelten Methoden und Techniken insbesondere des Projektmanagements im fachlichen und beruflichen Kontext beurteilen und die Grenzen ihrer Anwendbarkeit einschätzen. Mit Hilfe der praxisorientierten Vermittlung der Methoden werden erste Erfahrungen mit dem Umgang mit unterschiedlichen Methoden gewährleistet.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden erhalten theoretisch fundiertes Fach- und Methodenwissen, das sich insbesondere auf die Schnittstellen von Messe-, Kongress- und Eventprojekten bezieht. Sie erhalten einen Überblick über das Leistungsspektrum der beteiligten Akteure und sind auf diese Weise in der Lage, Verknüpfungen herzustellen und kreativ die Zusammenarbeit der Nachbardisziplinen weiter zu entwickeln. Gerade die Kenntnis von Branchenstandards im Projektmanagementinstrumentarium ermöglicht das selbständige und eigenverantwortliche Arbeiten in Teilbereichen des Projektmanagements. Die Studierenden haben sich Kommunikations- und Teamfähigkeiten im Wege des besseren Verständnisses der Dienstleister angeeignet. Sie erkennen dadurch die Relevanz der behandelten Themenbereiche (Schnittstellen-Disziplinen) für die Weiterentwicklung ihrer Unternehmen und können diese Kompetenz im inner- sowie außerbetrieblichen sozioökonomischen Kontext übertragen.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Nach Beendigung des Moduls besitzen die Studierenden die Kompetenz, insbesondere in Teilbereichen des Projektmanagements eigenverantwortlich zu arbeiten, sich mit den Vertretern der Branche zu verständigen und gemeinsam Lösungen für anstehende Aufgaben zu entwickeln. Sie können in Teilbereichen Veranstaltungen eigenständig umsetzen. Die erworbenen Kenntnisse ermöglichen auch eine kritische Analyse und Beurteilung der Zusammenarbeit und der Arbeitsergebnisse, die mit den zuarbeitenden Unternehmen erzielt werden. Die Studierenden erkennen die Besonderheiten von Messe-, Kongress- und Eventprojekten, die sich aus dem Zusammenspiel der unterschiedlichen Gewerke ergeben und können situatives Handeln einordnen.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Grundlagen Projektmanagement	24	36

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN

- Begriffliche Grundlagen
- Phasenschema des Projektmanagements
- Projektdefinition
- Projektplanung
- Projektrealisierung
- Projektabschluss
- Teambildung und Projektteams führen
- Einführung in Netzpläne, Zeitpläne sowie Ressourcenplanung

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

Angewandtes Projektmanagement

36

54

- Planungs- und Steuerungskonzepte
- Ablauf- und Ressourcenplanung
- Veranstaltungscontrolling
- Projektübergabe und -dokumentation
- auftragsorientiertes Projektgeschäft
- Analyse von Case Studies aus aktuellen Messe-, Kongress- oder Veranstaltungsprojekten in charakteristischen Phasen anhand von konkreten Fallstudien

BESONDERHEITEN

-

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

- Burghardt, M.: Einführung in Projektmanagement: Definition, Planung, Kontrolle, Abschluss, München
- Dinkel, M.; Luppold, S.; Schröder, S. (Hrsg.): Handbuch Messe-, Kongress- und Eventmanagement, Sternenfels
- Graeve, M.: Events professionell managen: Das Handbuch für Veranstaltungsorganisation, Göttingen
- Gross, B.: Projektmanagement im Marketing: Gebrauchsanweisung für kreative Projekte, Freiburg
- Haller, S.: Dienstleistungsmanagement, Heidelberg
- Keßler, H.; Winkelhofer, G.A.: Projektmanagement: Leitfaden zur Steuerung und Führung von Projekten, Heidelberg
- Kirchgeorg, M.: Handbuch Messemanagement, Wiesbaden
- Kraus, G.; Westermann, R.: Projektmanagement mit System: Organisation, Methoden, Steuerung, Wiesbaden
- O'Toole, W.; Mikolaitis, P.; Goldblatt, J.: Corporate Event Project Management, Weinheim
- Rübner, W.: Professionelles Projektmanagement in Kultur und Event: Baupläne, Kompetenzen, Methoden, Werkzeuge, Göttingen
- Schröder, C.; Kopf, R.: Zwischen Projektmanagement und Kundenbindungstool: Der Virtuelle Projektraum eines Kongressverwalters, in: Pepels, Werner (Hrsg.), Fallstudien zum Marketing, Kiel

Praxismodul I (W3BW_MKE801)

Practical Module I

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3BW_MKE801	1. Studienjahr	2	Prof. Dr. Joachim Weber	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

Projekt

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Projektarbeit	Siehe Pruefungsordnung	Bestanden/ Nicht-Bestanden
Bericht zum Ablauf und zur Reflexion des Praxismoduls	Siehe Pruefungsordnung	Bestanden/ Nicht-Bestanden

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
600	0	600	20

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden verfügen über einen Überblick zu ihrem Ausbildungsbetrieb hinsichtlich aller wichtigen betriebswirtschaftlichen, rechtlichen und sozialen Gegebenheiten. Sie verstehen den Unternehmenszweck und haben einen Überblick über das relevante Marktumfeld. Sie sind in der Lage, praktische Problemstellungen unter Anleitung in ihrer Komplexität zu erfassen, zu analysieren, um darauf aufbauend unter Hinzuziehung vermittelter Lehrveranstaltungsinhalte Lösungsvorschläge zu entwickeln.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden können mit Abschluss des Moduls, unter Anleitung für komplexe Praxisanwendungen angemessene Methoden auswählen und anwenden. Sie können die Möglichkeiten, Praktikabilität und Grenzen der eingesetzten Methoden nach anleitender Diskussion einschätzen.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden sind dafür sensibilisiert, mit an ihre Rolle geknüpften Erwartungshaltungen in ihrem Arbeitsumfeld umzugehen. Sie tragen durch ihr kooperatives Verhalten in Teams dazu bei, dass die gemeinsamen Ziele erreicht werden. Für übertragene Aufgaben übernehmen sie weitestgehend die Verantwortung.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden sind unter Anleitung in der Lage, auf der Basis weitgehend selbstständig vorgenommener Situationsanalysen unter Hinzuziehung ihrer theoretischen Kenntnisse und Kompetenzen, zielführende Handlungsprogramme umzusetzen, zu kontrollieren und gegebenenfalls zu modifizieren.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Praxismodul I - Projektarbeit I	0	600

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

Branchenspezifika und funktionsübergreifende Inhalte

- Rahmenbedingungen: Art, Rechtsform, Aufgaben und Gliederung des Unternehmens, Aufgaben, Strukturen und Arbeitsabläufe der Funktionsbereiche/Fachabteilungen, Arbeitsprinzipien, firmenspezifische Richtlinien
- Planung, Vorbereitung und Durchführung von Veranstaltungen: Vermittlung von Kenntnissen über das Leistungsangebot des Unternehmens (z.B. Messe- und Kongressveranstalter, Eventagentur, Konzertveranstalter oder Veranstaltungsdienstleister) und Infrastruktur des Messegeländes; Mitwirkung an der Erstellung von Termin-, Raum-, Etat- und Organisationsplänen, Auftragsvergabe, Vermittlung eines Überblicks über die Serviceleistungen für Aussteller, Besucher, Tagungsteilnehmer und Vertreter der Medien; Vermittlung von Kenntnissen über Ausbau der Pflege der Kontakte zu Kunden, Wirtschaftsverbänden, Behörden, Dienstleistungsbetrieben aller Art, lokalen und regionalen Institutionen
- Marketing des Veranstalters: Beteiligung an Projekten der Marktforschung, Auswahl der Zielgruppen für die Kommunikationspolitik; Mitwirkung an der Erarbeitung von Marketing-Konzeptionen unter Einbeziehung neuer Medien; Vermittlung von Kenntnissen über besondere Marketingformen: Kooperative Werbung und Sales Promotion mit Kunden und Verbänden, Koordination mit flankierenden PR-Maßnahmen.
- Raum- und Standgestaltung: Vermittlung der Grundlagen von Angebotsgliederung, Hallenaufteilung, Standformen, Standgestaltung und Sonderschauen
- Kooperierende Dienstleister: Vermittlung von Kenntnissen über die Bedeutung und Arbeitsweise von und die Schnittstellen zu kooperierenden Dienstleistern: z.B. Werbeagenturen, technische Dienstleister, Dolmetscher, Professional Congress Organizer, Catering-Unternehmen

Warenwirtschaft

- Organisation: Einordnung der Warenwirtschaft in das Gesamtunternehmen – Zusammenwirken der einzelnen Bereiche
- Disposition: Ermittlung von Bedarfsmengen und Bestellzeitpunkten – Bestandsüberwachung – Terminsicherung – Engpassbeseitigung
- Beschaffung: Beschaffungsmarktforschung – Kriterien und Ablauf der Lieferantenauswahl – Phasen des Einkaufsvorgangs am praktischen Beispiel (Angebotseinholung, Vorauswahl, Verhandlungsführung, Abschluss, Lieferantenbetreuung)
- Lagerhaltung: Transportmittelplanung – Steuerung und Überwachung des Wareneingangs – Lagersysteme und Lagertechnik - Kommissionierung

Praxismodul I - Bericht zum Ablauf und zur Reflexion des Praxismoduls

0

0

BESONDERHEITEN

Anfertigung der Projektarbeit I.

Die Inhalte des Praxismoduls I orientieren sich an den jeweiligen studienrichtungsspezifischen theoretischen Schwerpunkten in den einzelnen Semestern und dienen als Grundlage für den betrieblichen Ausbildungsplan. Der betriebliche Ausbildungsplan sollte inhaltlich an die Besonderheiten des jeweiligen Dualen Partners angepasst werden. Dabei sind betriebliche Schwerpunktsetzungen und Anpassungen sinnvoll und es kann auch von der zeitlichen Abfolge des Rahmenplans abgewichen werden.

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

- Bortz, J./Döring, N.: Forschungsmethoden und Evaluation für Human- und Sozialwissenschaftler, Heidelberg: Springer
- Kornmeier, M.: Wissenschaftstheorie und wissenschaftliches Arbeiten. Heidelberg: Physica-
- Kromrey, H.: Empirische Sozialforschung. Stuttgart: Lucius & Lucius-
- Schnell, R./Hill, P. B. / Esser, E.: Methoden der empirischen Sozialforschung. München: Oldenbourg-
- Schwaiger, M./Meyer, A.: Theorien und Methoden der Betriebswirtschaft. München: Vahlen-
- Stickel-Wolf, C./Wolf, J.: Wissenschaftliches Arbeiten und Lerntechniken, Wiesbaden: Gabler-
- Theisen, M. R.: Wissenschaftliches Arbeiten. München: Vahlen

Bilanzierung und Besteuerung (W3BW_104)

Accounting and Taxation

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3BW_104	2. Studienjahr	1	Prof. Dr. Wolfgang Bihler	Deutsch/Englisch

INGESETZTE LEHRFORMEN

Vorlesung, Übung

INGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur	120	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
150	55	95	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden verfügen über grundlegende Kenntnisse der Bilanzierung und Besteuerung. Sie verstehen die zentralen handels- und steuerrechtlichen Vorschriften der Jahresabschlusserstellung. Diese können sie in betrieblichen Fällen anwenden und deren Konsequenzen kritisch bewerten. Wesentliche Unterschiede zur internationalen Rechnungslegung können von den Studierenden identifiziert werden. Sie sind in der Lage, Jahresabschlüsse zu analysieren und zu interpretieren. Sie können Bedeutung und Konsequenzen des Jahresabschlusses als wichtiges Informationsinstrument einschätzen.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden verstehen die relevanten Gesetzestexte und können diese selbstständig auf betriebliche Sachverhalte anwenden. Sie beherrschen die wesentlichen Methoden der Jahresabschlusserstellung und der Jahresabschlussanalyse. Steuerberechnungen können selbstständig durchgeführt und hinsichtlich ihrer Entscheidungswirkung analysiert werden.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden sind sich der Änderungsdynamik im Bereich der Bilanzierung und Besteuerung bewusst. Sie sind in der Lage, sich kontinuierlich aktuelles Wissen anzueignen. Sie können eigene Standpunkte einnehmen, kritisch reflektieren und weiterentwickeln. Sie sind fähig und bereit, Fragen der Bilanzierung und Besteuerung im Team zu diskutieren, Lösungen zu entwickeln und adressatengerecht zu kommunizieren. Sie haben gelernt, dass Verantwortung und Vertrauen im Kontext der Rechnungslegung unabdingbar sind.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden sind fähig und bereit, Aufgabenstellungen der Bilanzierung und Besteuerung fach- und methodenkompetent sowie teamorientiert und reflektiert zu lösen.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Bilanzierung und Grundzüge der Jahresabschlussanalyse	33	57

- Grundlagen des Jahresabschlusses
- Rechnungslegung nach Handelsrecht (HGB), insbesondere Bilanz
- Gewinn- und Verlustrechnung
- Möglichkeiten der Jahresabschlusspolitik
- Internationale Rechnungslegung (IFRS) im Überblick
- Grundzüge der Jahresabschlussanalyse

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Betriebliche Steuerlehre	22	38

- Steuerrechtliche Grundlagen
- Steuerarten, insbesondere Einkommensteuer, Körperschaftsteuer, Gewerbesteuer, Umsatzsteuer
- Einfluss der Besteuerung auf betriebliche Entscheidungen

BESONDERHEITEN

-

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

- Baetge, J./Kirsch, H.-J./Thiele, S.: Bilanzen, Düsseldorf: IDW
- Breithecker, V.: Einführung in die Betriebswirtschaftliche Steuerlehre, Berlin: ESV
- Brönner, H. u.a.: Die Bilanz nach Handels- und Steuerrecht, Stuttgart: Schäffer-Poeschel
- Buchholz, R.: Grundzüge des Jahresabschlusses nach HGB und IFRS, München: Vahlen
- Coenenberg, A. G./Haller, A./Schultze, W.: Jahresabschluss und Jahresabschlussanalyse, Stuttgart: Schäffer-Poeschel
- Küting, P./Weber, C.-P.: Die Bilanzanalyse: Beurteilung von Abschlüssen nach HGB und IFRS, Stuttgart: Schäffer-Poeschel
- Kußmaul, H.: Steuern: Einführung in die betriebswirtschaftliche
- Scheffler, W.: Besteuerung von Unternehmen, Heidelberg: C. F. Müller

Personalwirtschaft, Organisation und Prozessmanagement (W3BW_105_MKE)

Human Resource Management, Organization and Process Management

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3BW_105_MKE	2. Studienjahr	1	Prof. Dr. Uwe Schirmer	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

Vorlesung; Case Study; Inverted Classroom; Rollenspiel

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur oder Präsentation	120	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
150	55	95	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden können die Relevanz personalpolitischer Entscheidungen für das Gesamtunternehmen nachvollziehen und bewerten. Sie haben einen Überblick über sämtliche relevanten personalwirtschaftlichen Prozesse gewonnen, von der Personalplanung bis zur Personalfreisetzung und können auch die Relevanz betrieblicher Mitbestimmung einordnen.

Darüber hinaus kennen sie die grundlegenden Theorien und Konzepte der Organisationsgestaltung. Die unterschiedlichen Formen und Modelle der Aufbau- und Ablauforganisation sind ihnen vertraut, was auch die Rahmenbedingungen und Besonderheiten des Prozessmanagements einschließt. Auf dieser Basis können sie reale Organisationskonzepte qualifiziert beurteilen.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden lernen die Instrumente der betrieblichen Personalarbeit sowie die theoretischen Organisationskonzepte kennen und sind in der Lage, deren jeweilige Relevanz einzuschätzen und auf praktische Anwendungsfälle - bspw. im Rahmen von Prozessmanagement - zu übertragen.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden lernen Merkmale kennen, welche ein partizipatives, kultursensibles und tolerantes Verhalten auszeichnen. Ebenso haben sie ein tiefergehendes Verständnis für die soziale/ethische Verantwortung der betrieblichen Personalarbeit entwickelt und können hierbei auch die Bedeutung von Betriebsräten einordnen. Daneben haben sie ein Verständnis für die verhaltensgestaltende Kraft organisatorischer Regelungen entwickelt.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden sind fähig, basierend auf der strategischen Gesamtausrichtung eines Unternehmens die grundsätzlichen Rahmenbedingungen für das Personalmanagement und die Organisation zu erkennen und zu bewerten. Sie haben die Bandbreite der personalwirtschaftlichen Instrumente kennengelernt und können deren Wirkungen nachvollziehen. Die Studierenden erkennen ebenso die Bedeutung der organisatorischen Gestaltung als wesentliches Element im Managementprozess, können den Beitrag organisationspolitischer Entscheidungen für die Unternehmenssteuerung beurteilen und können dies auch auf konkrete Handlungsfelder des Prozessmanagements übertragen.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Personalwirtschaft	33	57

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

- Ziele und Aufgaben der betrieblichen Personalarbeit
- Personalbedarfsplanung
- Grundzüge des Personalmarketings
- Personalbeschaffung
- Betriebliche Entgeltpolitik
- Personalentwicklung
- Personalfreisetzung
- Organisationsmodelle für den HR-Bereich

Organisation und Prozessmanagement

22

38

- Organisationstheorie und Organisationspraxis
- Formen der Aufbau- und Ablauforganisation
- Neuere Entwicklungen der Unternehmensorganisation
- Neuere Formen interorganisationaler Zusammenarbeit
- Grundlagen Prozessmanagement
- Prozesslandkarte eines idealtypischen Unternehmens
- Prozesse zur Erbringung von Dienstleistungen
- Business Process Engineering

BESONDERHEITEN

Modulverantwortung Prof. Dr. Ernst Deuer (RV)
Prüfungsdauer bezieht sich nur auf Klausur

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

- Bach, N.; Brehm, C.; Buchholz, W.; Petry, T.: Wertschöpfungsorientierte Organisation. Architekturen – Prozesse – Strukturen, Wiesbaden: SpringerGabler
- Berthel, J.; Becker, F. G.: Personal-Management. Grundzüge für Konzeptionen betrieblicher Personalarbeit, Stuttgart: Schäffer-Poeschel
- Lindner, D.; Lindner-Lohmann, F.; Schirmer, U.: Personalmanagement, Heidelberg: Springer
- Oechsler, W.A. / Paul, C: Personal und Arbeit, München, Wien: Oldenbourg
- Scholz, C.: Personalmanagement. Informationsorientierte und verhaltenstheoretische Grundlagen, München: Vahlen
- Schulte-Zurhausen, M.: Organisation, München: Vahlen
- Schreyögg, G. / Geiger, G.: Organisation. Grundlagen moderner Organisationsgestaltung, Heidelberg: Springer
- Stock-Homburg, R.: Personalmanagement. Theorien – Konzepte – Instrumente, Wiesbaden: SpringerGabler
- Vahs, D.: Organisation: Ein Lehr- und Managementbuch, Stuttgart: Schäffer-Poeschel

Makroökonomik (W3BW_502)

Macroeconomics

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3BW_502	2. Studienjahr	2	Dr Jan Greitens	Deutsch/Englisch

INGESETZTE LEHRFORMEN

Vorlesung, Übung

INGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur	120	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
150	55	95	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden sind in der Lage, kurz- und langfristige makroökonomische Entwicklungen der Volkswirtschaft zu beschreiben und anhand von Modellen zu analysieren. Die Studierenden können die Geldentstehung, den Geldwert und die Geldwirkungen anhand verschiedener Konzepte und im Zusammenhang mit dem Finanzsystem darstellen und auf aktuelle Fragen anwenden. Sie kennen wichtige währungstheoretische Zusammenhänge und können währungspolitische Entscheidungen erklären.

METHODENKOMPETENZ

Studierende haben die Kompetenz erworben, die erlernten Konzepte, Modelle und Methoden auf grundlegende makroökonomische Problemstellungen anzuwenden. Dabei sind sie in der Lage, die notwendigen Abstraktionen und Vereinfachungen auf die wesentlichen Faktoren durchzuführen und in Kausalketten zu argumentieren.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden können die Komplexität von makroökonomischen Zusammenhängen erkennen und die zum Teil widersprüchlichen Erklärungen vergleichen. Dabei verstehen die Studierenden die Abhängigkeit der ökonomischen Erklärungen von historischen und kulturellen Bedingungen.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

In diesem Modul lernen die Studierenden die Abhängigkeiten eines Unternehmens von der gesamtwirtschaftlichen Entwicklung kennen. Sie verstehen, wie ein Unternehmen von konjunkturellen Abläufen oder von geldpolitischen Entscheidungen beeinflusst wird und welche Reaktionen auf solche Entwicklungen möglich sind. Die Studierenden können die Möglichkeiten, aber auch die Grenzen und Risiken der Nutzung von Modellen und ihren Annahmen in der Makroökonomie nachzuvollziehen.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Grundlagen der Makroökonomik	28	48

- Wirtschaftskreislauf und Volkswirtschaftliche Gesamtrechnung
- Grundideen makroökonomischer Paradigmen: keynesianische vs. neoklassische Ansätze
- Modellbasierte makroökonomische Analyse der geschlossenen Volkswirtschaft (z. B. IS-LM-Modell, AS-AD-Modell, Solow-Modell)
- Wirtschaftspolitische Implikationen (z. B. Fiskal- und Geldpolitik)

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Geld und Währung	27	47
<hr/>		
<ul style="list-style-type: none">- Monetäre Grundbegriffe, Finanzsystem- Geldnachfrage und Geldangebot- Grundlagen der Geldpolitik- Institutionelle Ausgestaltung der Geldpolitik- Inflation und Deflation- Aktuelle Themen der Geldpolitik- Devisenmarkt- Wechselkursatheorien- Internationale Währungsordnung		

BESONDERHEITEN

-

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

- Arnold, L.: Makroökonomik, Mohr Siebeck, Tübingen
- Beck, H.: Globalisierung und Außenwirtschaft, Vahlen, München
- Blanchard, O./Illing, G.: Makroökonomie, Pearson, München
- Görgens, E./Ruckriegel, K./Seitz, F.: Europäische Geldpolitik, UVK-Verlag, Konstanz
- Issing, O.: Einführung in die Geldtheorie, Vahlen, München
- Mankiw, N. G.: Makroökonomik, Schäffer Poeschel, Stuttgart
- Rose, K., Sauerheimer, K.: Theorie der Außenwirtschaft, Vahlen, München
- Spahn, P.: Geldpolitik, Vahlen, München
- Stiglitz, J. E./Walsh, C. E.: Makroökonomie, Oldenbourg, München

Wirtschaftsrecht (W3BW_505)

Economic Law

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3BW_505	2. Studienjahr	2	Prof. Dr. Klaus Sakowski	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

Vorlesung, Übung, Case Study

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur oder Portfolio	120	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
150	55	95	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Nach der Teilnahme an der Modulveranstaltung verfügen die Studierenden über grundlegendes Faktenwissen und kritisches Verständnis der gelehrt Rechtsmaterien. Sie kennen die wichtigsten Vorschriften und können diese auf ausgewählte praktische Fallgestaltungen anwenden. Sie sind in der Lage, juristische Probleme solcher Fälle zu analysieren, kritisch zu diskutieren und einer vertretbaren Lösung zuzuführen.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden können Fallgestaltungen analytisch-kritisch sowie methodengestützt bearbeiten. Sie kennen Lehr- und Lernmethoden unter Einsatz digitaler Medien und können diese insbesondere für Zwecke des Selbststudiums erfolgreich nutzen.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden sind bei Gruppenarbeiten (Fallstudie) in der Lage, effektiv in einer Arbeitsgruppe mitzuarbeiten. Sie sind zur Anwendung und Einhaltung eines angemessenen Zeitmanagements bei Prüfungen in der Lage.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden verfügen über die Fähigkeit zu frühzeitiger Erkennung möglicher Rechtsprobleme bei betrieblichen Gegebenheiten. Sie können diese entweder selbst rechtlich gestalten oder zumindest problemorientiert einem fachkundigen Dritten (z.B. Anwalt, Rechtsabteilung) übermitteln. Sie verfügen über die Fähigkeit zu kritischer Reflexion über vorherrschende Lehrmeinungen und Gerichtsurteile und können darüber mit Fachleuten oder Laien kommunizieren.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Handels- und Gesellschaftsrecht	28	48

- Prinzipien und Rechtsquellen des Handelsrechts
- Kaufmann
- Handelsregister
- Firma
- Vollmachten
- Hilfspersonen, Handelsvertreter (Überblick)
- Grundzüge bei Handelsgeschäften (z.B. Formfreiheit)
- Bedeutung von Handelsbräuchen, Handelskauf
- Überblick Gesellschaftsformen (national/EU), Typenvermischung
- Entstehung, laufender Betrieb, Geschäftsführung und Vertretung
- Vermögensordnung
- Überblick Kapitalaufbringung und -erhaltung, Haftung, Beendigung
- Überblick Konzern

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Arbeitsrecht, Grundzüge des Insolvenzrechts	27	47
(Anm. Insolvenzrecht optional, je nach Studienrichtung) - Grundbegriffe und Rechtsquellen Arbeitsrechts - Arbeitnehmerbegriff - Anbahnung und Begründung des Arbeitsverhältnisses - Pflichten des Arbeitnehmers - Pflichten des Arbeitgebers (privat und öffentlich-rechtlich) - Ausgewählte Inhalte des Arbeitsverhältnisses (z.B. Umfang, Vergütung, Urlaub, Krankheit, Einsatz von Medien im Arbeitsleben, Beschäftigtendatenschutz) - Beendigung des Arbeitsverhältnisses - Tarifvertragsrecht - Streikrecht - Betriebsverfassungsrecht - Regelinsolvenzverfahren - Verbraucherinsolvenzverfahren - Organe des Insolvenzverfahrens - Rechtstellung des Insolvenzverwalters - Insolvenzgründe - Insolvenzantrag - Sicherungsmaßnahmen - Wirkungen des eröffneten Verfahrens – Einfluss auf Vertragsverhältnisse - Sicherheitenverwertung - Gläubigerbenachteiligung - Anfechtbare Handlungen und Rechtsfolgen - Haftung und Insolvenzdelikte		

BESONDERHEITEN

Das Modul Recht eignet sich für den Einsatz von Lehr-, Lern- und Prüfungsformen unter Einbeziehung digitaler Medien.

VORAUSSETZUNGEN

Grundkenntnisse aus Modul Bürgerliches Recht

LITERATUR

- Bitter, G./Heim, S.: Gesellschaftsrecht. München: Vahlen
- Bork, R.: Einführung in das Insolvenzrecht. Tübingen: Mohr-Siebeck
- Brox, H./Rüthers, B./Henssler, M.: Arbeitsrecht. Stuttgart: Kohlhammer
- Brox, H./Henssler, M.: Handels- und Wertpapierrecht. München: Beck
- Keller, U.: Insolvenzrecht. München: Vahlen
- Paulus, C.: Insolvenzrecht. München: Beck
- Preis, U.: Arbeitsrecht – Individualarbeitsrecht. Köln: Dr. Otto Schmidt
- Preis, U.: Arbeitsrecht – Kollektivarbeitsrecht. Köln: Dr. Otto Schmidt
- Sakowski, K.: Arbeitsrecht. Berlin Heidelberg: Springer Gabler

Schlüsselqualifikationen II (W3BW_MKE702)

Key Qualifications II

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3BW_MKE702	2. Studienjahr	2	Prof. Dr. Joachim Weber	Deutsch/Englisch

INGESETZTE LEHRFORMEN

Vorlesung, Seminar, Laborübung, Planspiel/Simulation, Rollenspiel

INGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Unbenoteter Leistungsnachweis	Siehe Prüfungsordnung	Bestanden/ Nicht-Bestanden

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
150	55	95	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden verfügen über erweiterte Qualifikationen für das wissenschaftliche Studium und können deren Anwendbarkeit für praktische Situationen kritisch einschätzen. Des Weiteren sind sie in der Lage eine betriebliche Problemstellung in strukturierter wissenschaftlicher Herangehensweise zu bearbeiten.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden können

- Methoden und Techniken in verschiedenen Situationen reflektiert und kompetent einsetzen,
- Literaturrecherchen durchführen und quellenkritische Auswertungen der Literatur vornehmen,
- geeignete wissenschaftliche Untersuchungsmethoden und -techniken auswählen und anwenden.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden können

- offen kommunizieren,
- eigene und fremde Kommunikationsmuster erkennen, kritisch analysieren und einschätzen,
- autonom und selbstsicher eigene Positionen vertreten und andere Positionen verstehen,
- Konflikte in ausgleichender Weise bewältigen,
- erkennen, welche ethischen Implikationen und Verantwortung Forschung hat,
- die erlernten Methoden in rationaler, verständnisorientierter und fairer Weise und nicht-manipulativ einsetzen,
- Pluralität von Theorien und Methoden sinnvoll einsetzen.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden

- können sich schnell in neuen Situationen zurechtfinden, in neue Aufgaben einarbeiten sowie sich in Teams und Kulturen integrieren,
- überzeugen als selbstständig denkende und verantwortlich handelnde Persönlichkeiten mit kritischer Urteilsfähigkeit in Wirtschaft und Gesellschaft,
- zeichnen sich aus durch fundiertes fachliches Wissen, Verständnis für übergreifende Zusammenhänge sowie die Fähigkeit, theoretisches Wissen in die Praxis zu übertragen,
- lösen Probleme im beruflichen Umfeld methodensicher sowie zielgerichtet und handeln dabei teamorientiert.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Wissenschaftstheorie und Methoden der empirischen Forschung	28	48

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

Wissenschaftstheorie:

- Wissenschaft und Wissenschaftstheorie, Einordnung der Disziplinen
- Wissenschaftstheoretische Grundpositionen (z.B. Rationalismus, Empirismus, kritischer Rationalismus, historische Wissenschaftstheorie, Konstruktivismus)
- Grundbegriffe der Wissenschaftstheorie (z.B. Aussagen, Axiom, Hypothese, Modell, Theorie)
- Forschungslogik (Induktion, Deduktion, wissenschaftliche Erklärungsmodelle)
- Betriebswirtschaftslehre als Wissenschaft
- Ethik in den Wirtschaftswissenschaften

Methoden der empirischen Sozialforschung:

- Typologie wissenschaftlicher Arbeiten (konzeptionelle/ modellierende Arbeiten, empirische Untersuchungen, Metastudien) und Methodologie
- Operationalisieren und messen
- Auswahlverfahren (Stichproben, Verzerrungen, Gewichtungen)
- Untersuchungsformen und Datenerhebung (Beobachtung, Befragung, Inhaltsanalyse, Experiment)
- Datenaufbereitung und erste Analyse (Datenaufbereitung/-codierung, Dokumentation, Häufigkeiten, Kreuztabellen, Lagemaße)
- Fortgeschrittene Datenanalyse (Streuungen, Korrelationen, multivariate Verfahren, Signifikanzaussagen)
- Besonderheiten qualitativer Sozialforschung, Phasen des Forschungsprozesses
- Prinzipien der Darstellung und Interpretation (Visualisierung, Interpretation, Datenquellen)

Branchenspezifische Unternehmenssimulation

27

47

In Kontext der Branchenspezifischen Unternehmenssimulation werden insbesondere ganzheitliche unternehmensbezogene Simulationen im Kontext der jeweiligen Branche des Unternehmens in Form von Brettplanspielen oder computergestützten Planspielen durchgeführt. Gegenstand von branchenspezifischen Simulation sind insbesondere folgende Aspekte:

- Entwicklung von Unternehmensleitbildern
- Aufbau einer leistungsfähigen personellen, organisatorischen und planerischen Infrastruktur
- Leistungsstrategische Entscheidungen (in Bezug auf Produkte und Dienstleistungen)
- Erprobung der Qualität von Leistungen
- Situationspezifischer Einsatz von Marketinginstrumenten und Abstimmung der Marketinginstrumente untereinander sowie mit den Erfordernissen anderer Unternehmensfunktionen
- Planerischer Einbezug von Zeitkonstanten in unternehmerische Entscheidungen
- Erkennen und Nutzen günstiger Zeitpunkte zum Markteintritt- und -ausstieg
- Finanz- und Rechnungswesen im Unternehmen (Budgetierung, Finanzplanung, Kennzahlen)
- Methoden der effizienten, konstruktiven, kommunikativen Zusammenarbeit im Team

BESONDERHEITEN

-

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

- Bortz, J./Döring, N.: Forschungsmethoden und Evaluation für Human- und Sozialwissenschaftler, Heidelberg: Springer
- Kornmeier, M.: Wissenschaftstheorie und wissenschaftliches Arbeiten. Heidelberg: Physica
- Kromrey, H.: Empirische Sozialforschung. Stuttgart: Lucius & Lucius
- Opperl, K.: Business Knigge International. Freiburg: Haufe
- Schneider, D.: Betriebswirtschaftslehre, Band 4: Geschichte und Methoden der Wirtschaftswissenschaften. München: Oldenbourg
- Schnell, R./Hill, P. B. / Esser, E.: Methoden der empirischen Sozialforschung. München: Oldenbourg
- Schwaiger, M./Meyer, A.: Theorien und Methoden der Betriebswirtschaft. München: Vahlen
- Stickel-Wolf, C. /Wolf, J.: Wissenschaftliches Arbeiten und Lerntechniken, Wiesbaden: Gabler
- Theisen, M. R.: Wissenschaftliches Arbeiten. München: Vahlen

Veranstaltungsorganisation (W3BW_MKE204)

Event Organization

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3BW_MKE204	2. Studienjahr	1	Prof. Dr. Stefan Luppold	Deutsch/Englisch

INGESETZTE LEHRFORMEN

Vorlesung, Übung

INGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur	120	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
150	55	95	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Nach Abschluss des Moduls besitzen die Studierenden einen fundierten Überblick über die Grundlagen der Veranstaltungsorganisation in projekt- und funktionsorientierter Perspektive. Sie verstehen die Zusammenhänge der Elemente der Veranstaltungsorganisation sowie deren Abhängigkeiten untereinander und die hinsichtlich logistischer und rechtlicher Ausgestaltung zu berücksichtigenden Parameter. Die Studierenden sind in der Lage, dies auf die jeweiligen Schwerpunkte – Messe, Kongress und Event – zu projizieren und diesbezüglich zu differenzieren.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden beherrschen die verschiedenen für Planungs-, Steuerungs- und Kontrollaufgaben relevanten Projektmanagement-Werkzeuge, kennen qualitative und quantitative Dimensionen der verschiedenen Leistungsträger und können die Praxisrelevanz bezogen auf konkrete Anforderungen einschätzen. Daneben kennen sie die fixen und variablen Parameter der selbstgestaltbaren Freiräume bezogen auf gegebene Situationen.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden sind mit Abschluss des Moduls in der Lage, Projektmanagement einschließlich der logistischen und rechtlichen Aspekte in der Messe-, Kongress- und Eventwirtschaft hinsichtlich sozialer und ethischer Entwicklungen zu bewerten. Sie können sie in den Kontext gesellschaftlicher Entwicklungen einordnen und ggf. inhaltlich ausgestalten. Die Studierenden haben mit Abschluss des Moduls ihre kognitiven und emotionalen Fähigkeiten verbessert, um geeignete Projektmanagement-Ansätze zur strukturierten Bearbeitung konkreter Aufgabenstellungen einzusetzen. Sie können sich mit Experten über Risiken, Chancen, offensichtliche Probleme und Lösungsvarianten austauschen. Sie sind in der Lage, Verantwortung in einem Team zu übernehmen und haben ihre soziale Interaktion verbessert.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden haben Kompetenzen erworben, organisatorische Fragestellungen im Kontext von Veranstaltungsprojekten selbstständig zu analysieren und weiterzuentwickeln. Sie können die Auswirkungen von Konzepten und Maßnahmen im Kontext der Branche und in ihren Auswirkungen auf andere Unternehmensfunktionen und -bereiche sowie hinsichtlich der kontextuellen Abhängigkeiten Zeit, Qualität und Kosten bewerten. Im Rahmen einer dauerhaften oder temporären Führungsverantwortung sind sie in der Lage, Aufgaben zu delegieren und die erforderliche interne Kommunikation sowohl gegenüber Mitarbeitern als auch Vorgesetzten zu führen.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Veranstaltungsprotokoll	20	34

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN

- Ziele, Funktionen und Werte des Protokolls
- Protokollarische Anreden und Anschriften
- Protokoll-Ranking
- Protokollarische Platzierung
- Protokollarische Empfangsrituale
- Protokollarische Gästebetreuung
- Protokollarische Umgangsformen
- Gäste aus dem Ausland
- Schnittstellen mit anderen Business-Bereichen (Sicherheitsorgane, Presse-Öffentlichkeitsarbeit)
- Geschäfts- und Dienstreisen ins Ausland

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

Veranstaltungsrecht

19

33

-
- Relevante Rechtsvorschriften, Verordnungen und Kodizes
 - Versammlungsstättenverordnung, Lärmschutz und Jugendschutz
 - Zivilrechtliche Verkehrssicherungspflichten
 - Übertragung von Betreiberpflichten auf den Veranstalter
 - der Veranstaltungsleiter
 - Vertragsrecht
 - Urheber- und Markenrecht
 - Hausrecht
 - Compliance und Pharma-Kodex

Veranstaltungslogistik

16

28

-
- Aufgaben der integrierten Planung, Koordination, Durchführung und Kontrolle von Veranstaltungsprojekten
 - Aspekte von Verbrauchs- und Verbrauchsgütern, von materiellen und immateriellen Gütern
 - Wertschöpfungskette der Logistik
 - Integration von Dritten
 - Betriebswirtschaftliche Aspekte (Umschlagshäufigkeit, Lead Time)
 - Logistische Aspekte des externen Faktors
 - Modelle zur Optimierung
 - Informationslogistik als Teilaspekt

BESONDERHEITEN

Die Prüfungsdauer gilt nur für die Klausur.

VORAUSSETZUNGEN

Grundlagen des Veranstaltungsmanagements und Dienstleister der Veranstaltungsbranche

LITERATUR

- Bühnert, C.; Luppold, S.: Praxishandbuch Kongress-, Tagungs- und Konferenzmanagement, Wiesbaden
- Dinkel, M.; Luppold, S.; Schröder, C.: Handbuch Messe-, Kongress- und Eventmanagement, Sternenfels
- Gleisner, H.; Femerling, C.: Logistik, Wiesbaden
- Glöckner, M.: Veranstaltungsrecht, Sternenfels
- Güllemann, D.: Veranstaltungsmanagement, Event- und Messerecht, München
- Holzbaur, U.: Eventmanagement, Wiesbaden
- Kirchgeorg, M.: Handbuch Messemanagement, Wiesbaden
- Mohrmann, B.: Protokoll, in: Dinkel, M.; Luppold, S.; Schröder, C.: Handbuch Messe-, Kongress- und Eventmanagement, Sternenfels
- Olfert, K.: Projektmanagement, Herne

Veranstaltungsmarketing (W3BW_MKE205)

Event Marketing

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3BW_MKE205	2. Studienjahr	1	Prof. Dr. Thomas Bauer	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

Vorlesung, Übung

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur	120	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
150	55	95	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Nach Abschluss des Moduls besitzen die Studierenden einen fundierten Überblick über das Basiswissen im Marketing des Veranstaltungsmanagements aus entscheidungs- und systemorientierter Perspektive. Sie verstehen das Instrumentarium des Marketing-Mix sowie die grundlegenden Ausgestaltungen der Marketinginstrumente in der Veranstaltungsbranche.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden beherrschen die verschiedenen Marketinginstrumente, kennen aktuelle Entwicklungen in den Instrumenten und können die Relevanz der Methoden und Techniken im fachlichen und beruflichen Kontext einschätzen. Ferner wissen sie um die Grenzen der jeweiligen Methoden und sind in der Lage, diese zielführend in der Leistungspolitik, der Preispolitik sowie der Distributions- und Vertriebspolitik anzuwenden.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden sind mit Abschluss des Moduls in der Lage, die wesentlichen Marketinginstrumente in der Messe-, Kongress- und Eventbranche unter dem Aspekt sozialer und ethischer Entwicklungen zu bewerten. Sie können sie in den Kontext gesellschaftlicher Entwicklungen einordnen und ggf. inhaltlich anpassen. Die Studierenden haben mit Abschluss des Moduls ihre kognitiven und emotionalen Fähigkeiten verbessert, um geeignete Methoden zur strukturierten Bearbeitung unterschiedlicher Aufgabenstellungen einzusetzen. Sie können sich mit Fachvertretern und Laien über Informationen, Ideen, Probleme und Lösungen austauschen sowie sich argumentativ behaupten. Sie sind in der Lage, Verantwortung in einem Team zu übernehmen und haben ihre soziale Interaktion verbessert.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden haben Kompetenzen erworben, Marketingfragestellungen selbstständig zu analysieren und weiterzuentwickeln. Sie können die Auswirkungen von Strategien und Maßnahmen im Kontext der vernetzten Branche und in ihren Auswirkungen auf andere Unternehmensfunktionen bewerten. Im Rahmen einer partiellen Führungsverantwortung sind sie in der Lage, vermarktungsrelevante Ziele abzustimmen, daraus entstehende Aufgaben zu delegieren und Konflikte zu lösen.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Leistungspolitik und Preispolitik	33	57

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

- Definition von Produkten und Dienstleistungen
- Ziele der Leistungspolitik
- Strategische Informationsgrundlagen: Lebenszyklusanalyse, Programmstrukturanalysen, Portfolioanalyse, Produktpositionierungsanalyse, Analyse der Absatzmittlerbedürfnisse
- Informationsgrundlagen der operativen Produkt- und Leistungspolitik: Deckungsbeitragsanalysen, Kennzahlenanalysen
- Produktinnovation, Planungsprozess der Produktinnovation
- Produktvariation
- Produktdifferenzierung
- Produktelimination
- Ziele und Umfeld der Preispolitik
- Verhaltenstheoretische Grundlagen der Preispolitik
- Informationsquellen der Preispolitik
- Pragmatische Ansätze zur Preisfindung
- Theoretische Modelle der Preisfindung
- Preiselastizität
- Preisdifferenzierung und Preisbündelung
- Dynamische Preisstrategien
- Preisstrategische Effekte (Erfahrungskurve, Wettbewerbseffekte)

Distributionspolitik

22

38

- Theoretische Grundlagen
- Vertriebswegpolitik
- Handelsfunktionen
- E-Commerce, insb. Veränderung der distributiven Wertkette durch Intermediäre
- Vertriebsorganisation
- Key Account Management
- Verkaufs- und Außendienstpolitik
- Verkaufsgespräch
- Angebot/Verhandlung/Vertragsgestaltung
- Vertriebsplanung und -controlling

BESONDERHEITEN

Die Prüfungsdauer gilt nur für die Klausur.

VORAUSSETZUNGEN

Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre

LITERATUR

- Ahlert, D.: Distributionspolitik, Stuttgart
- Brockhoff, K.: Produktpolitik, Stuttgart
- Diller, H.: Preispolitik, Stuttgart
- Herrmann, A.; Huber, F.: Produktmanagement, Wiesbaden
- Hüttel, K.: Produktpolitik, Ludwigshafen (Rhein)
- Kirchgeorg, M.: Handbuch Messemanagement, Wiesbaden
- Siems, F.: Preismanagement, München
- Simon, H.; Fassnacht, M.: Preismanagement, Wiesbaden
- Specht, G.; Fritz, W.: Distributionsmanagement, Stuttgart
- Winkelmann, P.: Vertriebskonzeption und Vertriebssteuerung, München

Veranstaltungsproduktion (W3BW_MKE206)

Event Production

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3BW_MKE206	2. Studienjahr	1	Prof. Dr. Stefan Luppold	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

Vorlesung, Übung

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Portfolio	Siehe Prüfungsordnung	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
150	55	95	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Nach Abschluss des Moduls besitzen die Studierenden einen fundierten Überblick über die Grundlagen des Messebaus, der Messebautechnik, der Veranstaltungstechnik, der Veranstaltungssicherheit sowie des Crowd Management. Sie verstehen die jeweiligen Besonderheiten der Teildisziplinen, deren Impact für die Planung und Durchführung von Veranstaltungen sowie die Verbindungen zu Wissensgebieten mit organisatorischen, logistischen und rechtlichen Schwerpunkten. Die Studierenden sind in der Lage, die Spezifika der Wissensgebiete konzeptionell und aus der Perspektive eines Projektleiters für eine Messe, einen Kongress oder ein Event zu berücksichtigen und die jeweilige Situation interpretierend einzubringen.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden beherrschen die verschiedenen für Planungs-, Steuerungs- und Kontrollaufgaben relevanten Inhalte und Ausdifferenzierungen zur Veranstaltungsproduktion, kennen technische wie auch gestalterische Dimensionen und können die Praxisrelevanz bezogen auf konkrete Anforderungen einschätzen. Daneben kennen sie die fixen wie variablen Parameter und der selbstgestaltbaren Freiräume bezogen auf gegebene Situationen.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden sind mit Abschluss des Moduls in der Lage, fachinhaltliche, organisatorische und rechtliche Dimensionen sowie deren Auswirkungen auf die Veranstaltungsproduktion zu bewerten. Sie können sie in den Kontext branchenspezifischer Entwicklungen einordnen und ggf. inhaltlich ausgestalten. Die Studierenden haben mit Abschluss des Moduls ihre kognitiven und emotionalen Fähigkeiten verbessert, um Aspekte aus Messebau, Messebautechnik, Veranstaltungstechnik, Sicherheit und Crowd Management zur strukturierten Bearbeitung konkreter Aufgabenstellungen einzusetzen. Sie können sich mit Experten über Risiken, Chancen, offensichtliche Probleme und Lösungsvarianten austauschen. Sie sind in der Lage, Verantwortung in einem Team zu übernehmen und haben ihre soziale Interaktion verbessert.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden haben Kompetenzen erworben, organisatorische Fragestellungen im Kontext der Produktion von Veranstaltungen selbstständig zu analysieren und weiterzuentwickeln. Sie können die Auswirkungen von Konzepten und Maßnahmen im Kontext der Branche und in ihren Auswirkungen auf andere Unternehmensfunktionen und -bereiche sowie hinsichtlich der kontextuellen Abhängigkeiten Zeit, Qualität und Kosten bewerten. Im Rahmen einer dauerhaften oder temporären Führungsverantwortung sind sie in der Lage, Aufgaben zu delegieren und die erforderliche interne Kommunikation sowohl gegenüber Mitarbeitern als auch Vorgesetzten zu führen.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Messebau- und Veranstaltungstechnik	39	67

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN

- Bestandteile des Messebaus
- Beteiligte Gewerke
- Ablaufplanung
- Bedeutung für die Messebeteiligung
- Einbeziehung von Künstlern, Illustratoren, Autoren, Architekten, Mediendesignern, Messebauern, Montagepartnern und weiteren Spezialisten
- Nachhaltiger Messebau
- Bühnentechnik
- Licht- und Tontechnik
- Medientechnik
- Haustechnik
- Effekttechnik
- Szenografische und organisatorische Aspekte des Technikeinsatzes

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

Sicherheit und Crowd Management

16

28

- Sicherheit im Planungs- und Organisationskontext
- Sicherheitsrelevante Aspekte bei fliegenden Bauten
- Sicherheitskonzepte
- Sicherheitsbewusste Destination
- Schnittstelle zum Facility Management
- Hauptelemente des Crowd Management
- Crowd-Management-Prozess
- Crowd-Management-Simulationen

BESONDERHEITEN

-

VORAUSSETZUNGEN

Grundlagen des Veranstaltungsmanagements und Dienstleister der Veranstaltungsbranche

LITERATUR

- Abrolat, S.; Luppold, S.: Auftrittsdesign, Wiesbaden
- Bühnert, C.; Luppold, S.: Praxishandbuch Kongress-, Tagungs- und Konferenzmanagement, Wiesbaden
- Dinkel, M.; Luppold, S.; Schröder, C.: Handbuch Messe-, Kongress- und Eventmanagement, Sternenfels
- Ebner, M.: Sicherheit in der Veranstaltungstechnik, Berlin
- Kirchgeorg, M.: Handbuch Messemanagement, Wiesbaden
- Moroff, M.; Luppold, S.: Sichere Events, Wiesbaden
- o.A.: Veranstaltungssicherheit, München
- Poesch, J.; Marinescu, S.: Messedesign-Jahrbuch, Stuttgart

Veranstaltungskommunikation (W3BW_MKE207)

Event Communication

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3BW_MKE207	2. Studienjahr	1	Prof. Dr. Thomas Bauer	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

Vorlesung, Übung

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur oder Portfolio	120	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
150	55	95	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Nach Abschluss des Moduls besitzen die Studierenden einen fundierten Überblick über das Basiswissen im Marketing im Veranstaltungsmanagement aus entscheidungs- und systemorientierter Perspektive. Sie verstehen das Instrumentarium des Kommunikationsmix sowie grundlegende Ausgestaltungen der Kommunikationspolitik in der Veranstaltungsbranche und im internationalen Kontext.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden beherrschen Instrumente der Kommunikationspolitik, kennen aktuelle Entwicklungen in der Kommunikationsbranche sowie globale Kommunikationstrends und können die Relevanz der Methoden und Techniken im fachlichen und beruflichen Kontext einschätzen. Ferner wissen sie um die Grenzen der jeweiligen Instrumente und sind in der Lage, diese zielführend in der Kommunikationspolitik und im Internationalen Marketing anwenden.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden sind mit Abschluss des Moduls in der Lage, die wesentlichen Kommunikationsinstrumente in der Messe-, Kongress- und Eventwirtschaft unter dem Aspekt sozialer und ethischer Entwicklungen zu bewerten. Sie können sie in den Kontext gesellschaftlicher Entwicklungen einordnen und ggf. inhaltlich anpassen. Die Studierenden haben mit Abschluss des Moduls ihre kognitiven und emotionalen Fähigkeiten verbessert, um geeignete Methoden zur strukturierten Bearbeitung unterschiedlicher Aufgabenstellungen einzusetzen. Sie können sich mit Fachvertretern und Laien über Informationen, Ideen, Probleme und Lösungen austauschen sowie sich argumentativ behaupten. Sie sind in der Lage, Verantwortung in einem Team zu übernehmen und haben ihre soziale Interaktion verbessert.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden haben Kompetenzen erworben, Kommunikationsfragestellungen selbstständig zu analysieren und weiterzuentwickeln. Sie können die Auswirkungen von Strategien und Maßnahmen im Kontext der vernetzten Branche und in ihren Auswirkungen auf andere Unternehmensfunktionen bewerten. Im Rahmen einer partiellen Führungsverantwortung sind sie in der Lage, vermarktungsrelevante Ziele abzustimmen, daraus entstehende Aufgaben zu delegieren und Konflikte zu lösen.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Kommunikationspolitik	33	57

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN

- Grundlagen und Begriffe der Kommunikationspolitik
- Planungsprozess der Kommunikation
- Verhaltenswissenschaftliche Grundlagen der Werbemittelgestaltung
- Mediawerbung
- Sponsoring
- Product Placement
- Verkaufsförderung
- E-Kommunikation
- Social Media
- PR
- Integrierte Kommunikation

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

Internationale Kommunikation

22

38

- Rahmenbedingungen (global, branchen- bzw. unternehmensspezifisch)
- Marktauswahlentscheidung
- Strategien der kommunikativen Markterschließung
- Self Reference Criterion
- Interdependenzen im internationalen Marketing-Mix (Kommunikations-, Leistungs-, Preis- und Distributionspolitik)
- Aspekte der internationalen Kontrolle

BESONDERHEITEN

Prüfungsdauer gilt nur für Klausur

VORAUSSETZUNGEN

Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre

LITERATUR

- Bruhn, M.: Kommunikationspolitik, München
- Berndt, R.; Fantapié Altobelli, C.; Sander, M.: Internationale Marketing-Politik, Berlin u. a.
- Berndt, R.; Fantapié Altobelli, C.; Sander, M.: Internationales Marketing-Management, Berlin u. a.
- Cateora, P. R.; Graham, L.: International marketing, New York
- Czinkota, M. R.; Ronkainen, I.A.: International Marketing, Fort Wort u. a.
- Hollensen, S.: Global Marketing, Upper Saddle River, NJ
- Jeannot, J.-P.; Hennessy, H. D.: Global Marketing Strategies, Boston, New York
- Keegan, W.J.; Green M. C.: Global Marketing, Global Edition, Upper Saddle River, NJ
- Kirchgeorg, M.: Handbuch Messemanagement, Wiesbaden
- Kroeber-Riel, W.; Esch, F.-R.: Strategie und Technik der Werbung, Stuttgart
- Schweiger, G.; Schrattenecker, G.: Werbung, Konstanz und München

Fachenglisch (W3BW_MKE208)

Business English

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3BW_MKE208	2. Studienjahr	2	Prof. Dr. Stefan Luppold	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

Vorlesung, Übung

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Continuous Assessment	Siehe Prüfungsordnung	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
150	55	95	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Nach Abschluss dieses Moduls haben die Studierenden ein grundlegendes Verständnis für Problemstellungen entwickelt, die in Verhandlungen und Sitzungen mit internationalen Teilnehmern auftreten können. Dabei können sie interkulturelle Unterschiede als Auslöser von Konfliktsituationen von allgemeinen wirtschaftlichen Interessen differenzieren, die von Geschäftspartnern vertreten werden. Sie können sich in Sitzungen und Verhandlungen sprachlich korrekt und mit dem geeigneten Wortschatz der Veranstaltungsbranche ausdrücken. Sie haben ein kritisches Verständnis für interkulturelle Zusammenhänge und verschiedene wissenschaftliche Ansätze zum Thema „Interkulturelle Kommunikation“ entwickelt.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden haben sich Techniken der Konfliktlösung in Sitzungen und Verhandlungen angeeignet und gelernt, auf interkulturelle Unterschiede Rücksicht zu nehmen. Somit sind sie für Kooperationen mit Unternehmen auf internationaler Ebene vorbereitet, was im Zuge der Globalisierung immer bedeutsamer erscheint.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Anhand von Simulationen und Rollenspielen haben die Studierenden in Gruppen- und Paararbeit analysiert, wie Verhandlungen erfolgreich geführt und Sitzungen erfolgreich geleitet werden. Mit der Durchführung von Interviews zu wirtschaftsbezogenen Themen haben sie Fragetechniken erlernt und ihre kommunikativen Kompetenzen in der Fremdsprache ausgebaut.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden haben Zeitmanagement für die Organisation und Durchführung von effizienten Sitzungen und erfolgreichen Verhandlungen im Kontext einer fremdsprachigen Kommunikation angewandt. Die Studierenden können nach Abschluss des Moduls Sitzungen durchführen bzw. als Teilnehmer in Sitzungen zu verschiedenen beruflichen Themen Stellung nehmen. Durch die Beschäftigung mit Online-Modulen und Printmaterialien zu den Themen „Meetings“ und „Negotiations“ wurden sie auf die eigenständige Erarbeitung und Vertiefung von Wissen auch mit Hilfe der Neuen Medien vorbereitet.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
MICE Industry	33	57

- Organisation, Durchführung und Leitung von Sitzungen
- Lösen von Konfliktsituationen
- Berücksichtigung interkultureller Unterschiede
- Erlernen des veranstaltungsbezogenen Fachwortschatzes und Auffrischung von Grammatik

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN

MICE Communication

PRÄSENZZEIT

22

SELBSTSTUDIUM

38

- Verhandlungstechniken
- Lösen von Konfliktsituationen
- Berücksichtigung interkultureller Verschiedenheiten
- Erlernen des Fachwortschatzes der Kommunikation in der Veranstaltungsbranche und Auffrischung von Grammatik

BESONDERHEITEN

-

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

- Allison, John, Paul Emmerson, The Business. Intermediate, (Hueber) Macmillan / John Allison, Jeremy Townsend, Paul Benn, Success with BEC Higher, Langenscheidt: Berlin, München: (Summertown Publishing)
- Brook-Hart, Guy, Cambridge Professional English Business Benchmark. Upper-intermediate, Vantage, Klett (Cambridge University Press) / Guy Brook-Hart, Cambridge Professional English Business Benchmark. C1 BEC Higher Edition, Klett (Cambridge University Press)
- Cotton, D.; Falvey, D. Kent, S., Market Leader Upper Intermediate Coursebook, Pearson
- Emmerson, The Business Upper Intermediate, Hueber (Macmillan)
- Hofstede, Geert, Gert Jan Hofstede, Michael Minkov, Cultures and Organizations: Software of the Mind. International Cooperation and its importance for survival, New York et al.: McGraw-Hill
- Hughes, John, Success with BEC Vantage, Langenscheidt: Berlin, München: (Summertown Publishing) / Paul Dummet, Colin
- Murphy, Raymond, English Grammar in Use. A self-study reference and practice book for intermediate students of English. With pocket guide for German-speaking learners, Niveau B1/B2, Buch + CD-ROM, Stuttgart: Klett/ Cambridge: Cambridge University Press 32010
- Powell, Mark, Presenting in English. How to give successful presentations, Stuttgart: Klett
- Shirley Taylor, Leonard Gartside, Model Business Letters, o.O.: Financial Times
- Shone, A., Parry, B., Successful Event Management, Cengage Learning Australia
- Sweeney, Simon, English for Business Communication, Klett (Cambridge University Press)
- Trompenaars, Fons; Hampden-Turner, Charles, Managing People Across Cultures (Culture for Business), o.O.: John Wiley and Sons
- Williams, Erica J., Presentations in English. Student's Book with DVD, München: Hueber

Praxismodul II (W3BW_MKE802)

Practical Module II

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3BW_MKE802	2. Studienjahr	2	Prof. Dr. Joachim Weber	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

Projekt

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Projektarbeit	Siehe Pruefungsordnung	ja
Präsentation	30	ja
Bericht zum Ablauf und zur Reflexion des Praxismoduls	Siehe Pruefungsordnung	Bestanden/ Nicht-Bestanden

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
600	0	600	20

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden verfügen über vertiefte Einblicke in den für die Studienrichtung relevanten Bereichen im Kontext gesellschaftlicher und digitaler Herausforderungen. Sie sind in der Lage, praktische Problemstellungen in ihrer Komplexität zu erfassen, zu analysieren, um darauf aufbauend unter Hinzuziehung vermittelter Lehrveranstaltungsinhalte Lösungsvorschläge zu entwickeln.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden sind mit Abschluss des Moduls in der Lage, für komplexe Praxisanwendungen angemessene Methoden auszuwählen und anzuwenden. Sie können die Möglichkeiten, Praktikabilität und Grenzen der eingesetzten Methoden einschätzen.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden sind dafür sensibilisiert, mit an ihre Rolle geknüpften Erwartungshaltungen in ihrem Arbeitsumfeld umzugehen. Sie tragen durch ihr kooperatives Verhalten in Teams dazu bei, dass die gemeinsamen Ziele erreicht werden. Für übertragene Aufgaben übernehmen sie die Verantwortung.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden sind in der Lage, auf der Basis weitgehend selbstständig vorgenommener Situationsanalysen unter Hinzuziehung ihrer theoretischen Kenntnisse und Kompetenzen, zielführende Handlungsprogramme umzusetzen, zu kontrollieren und gegebenenfalls zu modifizieren.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Praxismodul II - Projektarbeit II	0	600

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

Marketing und Vertrieb

- Organisation: Einordnung von Marketing und Vertrieb in das Gesamtunternehmen – Zusammenwirken der einzelnen Bereiche
- Sortiments- und Marktwissen: Sortiment – Warenbereiche – Warengruppen – Warenarten – Artikel – Sorten des eignen Unternehmens – Überblick über wichtige Konkurrenzunternehmen und deren Sortimente – Kundenkenntnis
- Marketingplanung: Prozess der Marketingplanung – Vorgehensweise bei der Marktforschung (Datenquellen, -erhebung, -analyse)
- Marketing-Mix: Produktgestaltung – Preisbildung, Rabatt- und Konditionenpolitik – Verkaufsraumgestaltung und Warenpräsentation – Distribution – Kommunikation – Planung, Realisierung und Kontrolle von Marketingmaßnahmen
- Verkauf: Organisation des Vertriebs – Verkaufsanbahnung – Verkaufsabwicklung - Kundenbetreuung

Internes und externes Rechnungswesen

- Organisation: Einordnung des Finanz- und Rechnungswesens in die Organisation des Gesamtunternehmens – Zusammenwirken der einzelnen Bereiche
- Finanzbuchhaltung: Inventur – Anlagenbuchhaltung – Kreditoren- und Debitorenbuchhaltung (einschließlich Zahlungsverkehr und Kontierung, sowie Mahn- und Klagewesen)
- Kosten- und Leistungsrechnung: Planungsrechnung (kostenstellen- / kostenträgerbezogen) und Überwachung – Betriebsabrechnung und innerbetriebliche Leistungsverrechnung – Kalkulation
- Investition und Finanzierung: Unternehmensspezifische Ausprägungen der Investitionsrechnung / Wirtschaftlichkeitsrechnung – Finanzierungsarbeiten und deren Prämissen
- Bilanzierung: Jahresabschluss – bilanzielle Rechtsgrundlagen – Ausweis-, Ansatz- und Bewertungsvorschriften

Praxismodul II - Präsentation

0

0

Technischer Platzhalter

Praxismodul II - Bericht zum Ablauf und zur Reflexion des Praxismoduls

0

0

BESONDERHEITEN

Anfertigung der Projektarbeit II und Präsentation der Projektarbeit II.

Die Inhalte des Praxismoduls II orientieren sich an den theoretischen Schwerpunkten in den einzelnen Semestern und dienen als Grundlage für den betrieblichen Ausbildungsplan. Der betriebliche Ausbildungsplan sollte inhaltlich an die Besonderheiten des jeweiligen Ausbildungsunternehmens angepasst werden. Dabei sind betriebliche Schwerpunktsetzungen sinnvoll.

VORAUSSETZUNGEN

LITERATUR

- Bortz, J./Döring, N.: Forschungsmethoden und Evaluation für Human- und Sozialwissenschaftler, Heidelberg: Springer
- Kornmeier, M.: Wissenschaftstheorie und wissenschaftliches Arbeiten. Heidelberg: Physica
- Kromrey, H.: Empirische Sozialforschung. Stuttgart: Lucius & Lucius
- Schnell, R. / Hill, P. B. / Esser, E.: Methoden der empirischen Sozialforschung. München: Oldenbourg
- Schwaiger, M. / Meyer, A.: Theorien und Methoden der Betriebswirtschaft. München: Vahlen
- Stichel-Wolf, C. / Wolf, J.: Wissenschaftliches Arbeiten und Lerntechniken, Wiesbaden: Gabler
- Theisen, M. R.: Wissenschaftliches Arbeiten. München: Vahlen

Integriertes Management (W3BW_106)

Integrated Management

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3BW_106	3. Studienjahr	2	Prof. Dr. Carsten Brehm	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

Vorlesung

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur oder Portfolio	120	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
150	50	100	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden haben einen Überblick über die verschiedenen Ansätze und/oder Bestandteile der Mitarbeiter- und Unternehmensführung und können diese in ein Gesamtverständnis „integrativ“ einordnen. Sie haben Kenntnisse über die Beziehungen und Abhängigkeiten im Integrierten Management zwischen diesen Ansätzen. Sie haben sich mit den zentralen Einflussgrößen auf den Unternehmens-/Führungserfolg auseinandergesetzt und ein umfassendes Verständnis für eine situative Interpretation des Führens von Unternehmungen entwickelt. Sie können darüber hinaus die einzelnen Ansätze strukturiert darstellen, an Beispielen veranschaulichen und inhaltlich zusammenfassen. In der Würdigung sind sie in der Lage, Ursachen und Erfolgswirkungen zu trennen.

METHODENKOMPETENZ

Sie sind in der Lage, anhand von Fallstudien und/oder Führungssituationen Führungsherausforderungen mehrdimensional zu analysieren, in ihrer sachlichen oder sozialen Komplexität zu strukturieren und zu verstehen sowie diese selbständig oder in Gruppen zu lösen. Sie kennen dazu die situationsadäquaten, wesentlichen Anwendungsmöglichkeiten und Grenzen der verschiedenen Führungsinstrumente und -methoden der Unternehmens- wie Mitarbeiterführung. Sie können die Relevanz der Methoden und Techniken im fachlichen Kontext und im beruflichen Anwendungsfeld einschätzen und sie gegebenenfalls daran anpassen.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden können Verantwortung für ihre eigene Arbeit übernehmen. Bzgl. ihres Handelns sowie dessen Ergebnisse sind sie in der Lage, sachangemessen und nachvollziehbar zu argumentieren. Sie können wertschätzend Kritik an Ergebnissen äußern und annehmen. Im sozialen Umgang bei der gemeinsamen Lösung von Problemen können sie Zielkonflikte transparent machen und kommunikativ, moderierend Lösungsansätze aufzeigen. Bezogen auf mögliches Führungshandeln als Person oder als Institution sind sie zur Reflexion sozialer, gesellschaftlicher und ökologischer Implikationen fähig.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden können nach Abschluss aus der integrierten Managementperspektive heraus ihr eigenes Beobachten, Verhalten und Entscheiden kritisch reflektieren und daraus individuell ein angepasstes situationsangemessenes Handeln ableiten. Sie sind in der Lage, alternative Ansätze zu bewerten, kritisch miteinander zu vergleichen und auf ihre praktische Arbeit sowie auf die Situation ihres Ausbildungsunternehmens zu übertragen. Mit Blick auf zukünftige, neue Fragestellungen sind sie in der Lage mit Weitblick und Umsichtigkeit ihre Lösungsmuster anzupassen.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Unternehmensführung	25	50

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

- Grundlagen ganzheitlicher Unternehmensführung
- Unternehmensführungsmodelle (Ebenen, Funktionen)
- Normative Unternehmensführung
- Nachhaltige, wertorientierte Unternehmensführung
- Strategische Unternehmensführung (Planung und Umsetzung) und Geschäftsmodelle
- Operative Unternehmensführung und Schnittstelle Controlling
- Ausgewählte Managementsysteme/-instrumente
- Aktuelle Entwicklungen (z.B. Disruption, Digitalisierung, Vernetzung)

Mitarbeiterführung

25

50

- Psychologische Grundlagen
- Motivation
- Führungskräfte und -eigenschaften
- Führungstheorien
- Führungsstile/-modelle
- Führungsinstrumente
- Kommunikation
- Ethische bzw. soziale Verantwortung einer Führungskraft
- Aktuelle Entwicklungen/Führungsansätze

BESONDERHEITEN

Prof. dr. Gerhard Jäger (Lörrach) - Modulverantwortung

Prüfungsdauer gilt nur für Klausur

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

- Bleicher, K.: Das Konzept Integriertes Management, Berlin – New York: Campus
- Blessin, B./Wick, A.: Führen und führen lassen: Ansätze, Ergebnisse und Kritik der Führungsforschung, Konstanz: UVK
- Dillerup, R./Stoi, R.: Unternehmensführung – Management & Leadership, München: Vahlen
- Hungenberg, H.: Strategisches Management, Ziele, Prozesse, Verfahren, Wiesbaden: Gabler
- Hungenberg, H./Wulf, T.: Grundlagen der Unternehmensführung, Heidelberg: Springer
- Macharzina, K./Wolf, J.: Unternehmensführung: das internationale Managementwissen; Konzepte, Methoden, Praxis, Wiesbaden: Gabler
- Müller-Stewens, G./Lechner, C.: Strategisches Management – wie strategische Initiativen zum Wandel führen, Stuttgart: Schäffer-Poeschel
- Rosenstiel, L.v./Regnet, E./Domsch, M.E.: Führung von Mitarbeitern: Handbuch für erfolgreiches Personalmanagement, Stuttgart: Schaeffer-Poeschel
- Schirmer, U./Woydt, S.: Mitarbeiterführung, Heidelberg: Springer
- Weibler, J.: Personalführung, München: Vahlen
- Wunderer, R.: Führung und Zusammenarbeit. Eine unternehmerische Führungslehre, Köln: Luchterhand

Wirtschaftspolitik (W3BW_503)

Economic Policy

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3BW_503	3. Studienjahr	2	Prof. Dr. Torsten Bleich	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

Vorlesung, Übung

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur oder Seminararbeit (mit Präsentation)	120	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
150	50	100	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden sind in der Lage, volkswirtschaftliche Theorien zu verwenden, um außenwirtschaftliche, wirtschaftspolitische und finanzwissenschaftliche Fragestellungen fundiert zu analysieren und zu bewerten.

METHODENKOMPETENZ

Studierende haben die Kompetenz erworben, grundlegende mikro- und makroökonomische Analysemethoden auf außenwirtschaftliche, wirtschaftspolitische und finanzwissenschaftliche Fragestellungen anzuwenden. Dabei können sie statistische Auswertungen interpretieren und in den theoretischen und politischen Hintergrund einordnen.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden verstehen die Bedeutung von Werturteilen für unterschiedliche wirtschaftspolitische Empfehlungen. Sie können die erlernten theoretischen Konzepte auf aktuelle politische Fragen anwenden und verstehen die Konflikte zwischen ökonomischer Theorie und politischer Praxis.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

In diesem Modul erlernen die Studierenden eine eigene, fundierte und reflektierte Position zu den wirtschaftspolitischen Fragen einzunehmen. Dabei können sie andere begründete Positionen tolerieren und einen konstruktiven Austausch über die unterschiedlichen Annahmen führen.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Einführung in die Wirtschaftspolitik und Außenwirtschaft	25	50

- Einführung in die Wirtschaftspolitik: Ziele, Instrumente, Träger
- Reale Außenwirtschaft: Theorie und Politik (z. B. absoluter und komparativer Vorteil, tarifäre und nichttarifäre Handelshemmnisse)
- Aktuelle Themen der Außenwirtschaft (z.B. Europäische Integration, Globalisierung, Handelspolitik)
- Ausgewählte Bereiche der Wirtschaftspolitik, z.B. Stabilisierungspolitik, Arbeitsmarktpolitik, Sozialpolitik, Wettbewerbspolitik, Wachstumspolitik, Verteilungspolitik, Allokationspolitik, Umweltpolitik, Finanzpolitik.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN

Ausgewählte Themen der Wirtschaftspolitik

PRÄSENZZEIT

25

SELBSTSTUDIUM

50

- Ausgewählte Bereiche der Wirtschaftspolitik, z.B. Stabilisierungspolitik, Arbeitsmarktpolitik, Sozialpolitik, Wettbewerbspolitik, Wachstumspolitik, Verteilungspolitik, Allokationspolitik, Umweltpolitik, Finanzpolitik (soweit nicht in Unit 1 behandelt)
- Aktuelle Themen der Wirtschaftspolitik

BESONDERHEITEN

Prüfungsdauer gilt nur für Klausur

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

- Beck, H.: Globalisierung und Außenwirtschaft, Vahlen, München
- Bénassy-Quéré/Coeuré/Jaquet/Pisany-Ferry: Economic Policy
- Blankart, C. B.: Öffentliche Finanzen in der Demokratie, Vahlen, München
- Fritsch, M.: Marktversagen und Wirtschaftspolitik, Vahlen, München
- Görgens, E./Ruckriegel, K./Seitz, F.: Europäische Geldpolitik, UVK-Verlag, Konstanz
- Krugman, P. R./Obstfeld, M./Melitz, M. J.: Internationale Wirtschaft, Pearson, Hallbergmoos
- Mankiw, N.G./Taylor, M.P.: Economics, Mason (Ohio): Thomson South Western
- Mussel, G./Pätzold, J.: Grundfragen der Wirtschaftspolitik, Vahlen, München
- Rose, K./Sauernheimer, K.: Theorie der Außenwirtschaft, Vahlen, München
- Zimmermann, H./Henke, K./Broer, M.: Finanzwissenschaft, Vahlen, München

Schlüsselqualifikationen III (W3BW_MKE703)

Key Qualifications III

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3BW_MKE703	3. Studienjahr	2	Prof. Dr. Joachim Weber	Deutsch/Englisch

INGESETZTE LEHRFORMEN

Vorlesung, Seminar, Laborübung, Planspiel/Simulation, Rollenspiel

INGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Unbenoteter Leistungsnachweis	Siehe Prüfungsordnung	Bestanden/ Nicht-Bestanden

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
150	50	100	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden verfügen über alle Qualifikationen für das wissenschaftliche Studium und können deren Anwendbarkeit für praktische Situationen kritisch einschätzen. Des Weiteren sind sie in der Lage eine betriebliche Problemstellung in strukturierter wissenschaftlicher Herangehensweise zu bearbeiten.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden können

- Methoden und Techniken in verschiedenen Situationen reflektiert und kompetent in angemessener Weise einsetzen,
- Literaturrecherchen durchführen und quellenkritische Auswertungen der Literatur vornehmen,
- geeignete wissenschaftliche Untersuchungsmethoden und -techniken auswählen und anwenden.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden können

- offen kommunizieren
- eigene und fremde Kommunikationsmuster erkennen, kritisch analysieren und einschätzen,
- autonom und selbstsicher eigene Positionen vertreten und andere Positionen zu verstehen,
- die erlernten Methoden in rationaler, verständnisorientierter und fairer Weise und nicht-manipulativ einsetzen,
- Konflikte in ausgleichender Weise bewältigen,
- erkennen, welche ethischen Implikationen und Verantwortung Forschung hat,
- Pluralität von Theorien und Methoden sinnvoll einsetzen.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden

- können sich schnell in neuen Situationen zurechtfinden, in neue Aufgaben einarbeiten sowie sich in Teams und Kulturen integrieren,
- überzeugen als selbstständig denkende und verantwortlich handelnde Persönlichkeiten mit kritischer Urteilsfähigkeit in Wirtschaft und Gesellschaft,
- zeichnen sich aus durch fundiertes fachliches Wissen, Verständnis für übergreifende Zusammenhänge sowie die Fähigkeit, theoretisches Wissen in die Praxis zu übertragen,
- lösen Probleme im beruflichen Umfeld methodensicher sowie zielgerichtet und handeln dabei teamorientiert.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Funktionsspezifische Unternehmenssimulation	25	50

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

In Kontext der Funktionsspezifischen Unternehmenssimulation werden insbesondere auf unternehmerische Funktionen oder Marketinginstrumente bezogene Simulationen in Form von Brettplanspielen oder computergestützten Planspielen durchgeführt. Gegenstand von branchenspezifischen Simulation können zum Beispiel Simulationen zu nachfolgend exemplarisch genannten Themenschwerpunkten sein:

- Logistik
- Marketing
- Markenmanagement
- Vertrieb

Projektskizze zur Bachelorarbeit

25

50

- Selbstständige Planung eines Forschungsprozesses und Erarbeitung eines Forschungsdesigns (Exposé) für ein mögliches Bachelorarbeitsthema (dieses muss nicht das spätere Thema der Bachelorarbeit sein)

- Themenwahl/-eingrenzung, Problemstellung und Zielformulierung, Literaturrecherche und Informationsbeschaffung, Auswahl und Ausarbeitung einer Untersuchungsmethode, Festlegung des Aufbaus und der Gliederung der Arbeit

BESONDERHEITEN

-

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

- Bortz, J./Döring, N.: Forschungsmethoden und Evaluation für Human- und Sozialwissenschaftler, Heidelberg: Springer
- Hollinger, T.: Führungskräfte-Training mit Pferden. Können Menschen von Tieren lernen? Hamburg: igel
- Kornmeier, M.: Wissenschaftstheorie und wissenschaftliches Arbeiten. Heidelberg: Physica
- Kromrey, H.: Empirische Sozialforschung. Stuttgart: Lucius & Lucius
- Schneider, D.: Betriebswirtschaftslehre, Band 4: Geschichte und Methoden der Wirtschaftswissenschaften. München: Oldenbourg
- Schnell, R./Hill, P. B. / Esser, E.: Methoden der empirischen Sozialforschung. München: Oldenbourg
- Schwaiger, M./Meyer, A.: Theorien und Methoden der Betriebswirtschaft. München: Vahlen
- Stickel-Wolf, C. / Wolf, J.: Wissenschaftliches Arbeiten und Lerntechniken, Wiesbaden: Gabler
- Theisen, M. R.: Wissenschaftliches Arbeiten. München: Vahlen

Internationales Veranstaltungsmanagement (W3BW_MKE209)

International Event Management

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3BW_MKE209	3. Studienjahr	1	Prof. Dr. Thomas Bauer	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

Vorlesung, Übung

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur	120	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
150	50	100	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Nach Abschluss des Moduls besitzen die Studierenden fundierte Kenntnisse über die wesentlichen internationalen Fragestellungen in der Messe-, Kongress- und Eventwirtschaft. Sie kennen grundlegende Strategien, Projektmanagementtechniken sowie Einflussfaktoren internationaler Geschäftsbeziehungen in einzelnen Bereichen der Veranstaltungsbranche und sind in der Lage, entsprechende Methoden und Verfahren eigenverantwortlich sowie sachgemäß anzuwenden und fundierte Entscheidungen zu treffen. Insbesondere kennen sie interkulturelle Unterschiede im internationalen Kontext und können diese reflektieren.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden sind nach Abschluss des Moduls in der Lage, Instrumente im Rahmen des Projektmanagements vor dem Hintergrund internationaler Aspekte auf betriebliche Fragestellungen im Veranstaltungsbereich anzuwenden. Dabei können sie auch komplexe Problemstellungen zielorientiert strukturieren und lösen. Die Grenzen der Planungs-, Kommunikations- und Umsetzungsmethoden im interkulturellen Kontext werden richtig eingeschätzt und problemorientiert angewandt.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden sind mit Abschluss des Moduls in der Lage, die wesentlichen internationalen und interkulturellen Einflussfaktoren in der Messe-, Kongress- und Eventwirtschaft zu bewerten und situative angemessene Lösungen zu finden. Sie können sie in den Kontext internationaler Geschäftsbeziehungen einordnen und ggf. problemorientiert anpassen. Die Studierenden haben mit Abschluss des Moduls ihre kognitiven und emotionalen Fähigkeiten, gerade auch im Zusammenspiel mit anderen Kulturen, verbessert, um geeignete Methoden zur strukturierten Bearbeitung unterschiedlicher Aufgabenstellungen einzusetzen. Sie können sich sowohl als Projektleiter als auch als Teammitglieder in internationale Projekte einbringen. Darüber hinaus können sie einschätzen, welche Bedeutung für sie Zeitmanagement, Selbstmanagement und Belastungsfähigkeit im interkulturellen Kontext besitzen. Ferner wird die Kompetenz zur Reflexion sozialer, gesellschaftlicher und interkultureller Sachverhalte und globaler Entwicklungen geschärft.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Im Rahmen dieses Moduls erhalten die Studierenden einen vertieften Einblick in das internationale Veranstaltungsmanagement. Dadurch sind sie in der Lage, interkulturelle Zusammenhänge zu verstehen und ihren betrieblichen Aufgabenbereichen zuzuordnen. Sie können die Kenntnisse des internationalen Managements selbstständig anwenden. Neben branchenbezogenen Inhalten sind sie darüber hinaus in der Lage, die erworbenen Kenntnisse auch in anderen Branchen einzusetzen. Insbesondere die Kenntnisse im Rahmen des internationalen Projektmanagements ermöglichen den Studierenden den Einstieg in branchenübergreifende Aufgaben im Rahmen des internationalen Managements. Ihre Handlungsfähigkeit in einer globalisierten Arbeitswelt wird gestärkt. Die Studierenden können ihr eigenes Handeln gerade auch im interkulturellen gesellschaftlichen und sozialen Umfeld einschätzen und aufgrund dessen zielorientiert handeln.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Internationales Management von Veranstaltungen	20	40

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN

- Rahmenbedingungen
- globale Märkte
- Marktanalyse
- Marktauswahlentscheidung
- Geschäftsfeldstrategien
- Unternehmensstrategien
- Netzwerkstrategien
- Berücksichtigung internationaler Partner
- Aspekte der internationalen Kontrolle
- Protokoll
- Kulturmanagement
- Strategische Planung von Event- und Messeprojekten, Case Study

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

Interkulturelles Management

20

40

- Kulturelle Unterschiede in Arbeitsorganisationen, Führungs- und Arbeitsverhalten
- Einsatzbereiche des Interkulturellen Managements
- Kulturtheorien nach Hofstede, Schwarz, Thomas
- Interkulturelle Handlungskompetenz
- Determinanten des interkulturellen Handlungserfolgs
- Akkulturationstypen und -phasen bei Auslandseinsätzen
- Kulturstandards
- Aneignung der Interkulturellen Kompetenz: Culture Training, Culture Assimilator, Selbstmanagementtechniken
- Kategorisierung kultureller Variablen in kulturelle Tendenzen und Muster
- Verhaltensweisen ausgewählter internationaler Geschäftspartner und Verhaltensvorschläge
- Kulturbedingte kritische Interaktionssituationen und deren Analyse

Internationales Projektmanagement

10

20

- Arten und Dimensionen von internationalen Projekten
- Interkulturelle Aspekte im Phasenverlauf von Projekten, Projektführung
- Risiko- und Qualitätsmanagement
- Erfolgsfaktoren
- Teambildung und Teamarbeit im internationalen Kontext
- Beziehungsmanagement
- internationale Kommunikation
- Qualifikationen von internationalen Teammanagern
- Bedeutung von Verträgen
- Machtdistanz
- aktuelle Fragestellungen

BESONDERHEITEN

-

VORAUSSETZUNGEN

Veranstaltungsorganisation, Veranstaltungsmarketing und Veranstaltungskommunikation

LITERATUR

- Baumer, T.: Handbuch Interkulturelle Kompetenz, Zürich
- Bergmann, N.; Sourisseaux, A. L. J. (Hrsg.): Interkulturelles Management, Heidelberg
- Berndt, R.; Fantapié Altobelli, C.; Sander, M.: Internationales Marketing-Management, Berlin u. a.
- Binder, J. C.: Global Project Management: Communication, collaboration and management across borders, Gower
- Cateora, P. R.; Graham, L.: International marketing, New York
- Cronenbroeck, W.: Handbuch Internationales Projektmanagement, Berlin
- Czinkota, M. R.; Ronkainen, I.A.: International Marketing, Fort Wort u. a.
- Giesche, S.: Interkulturelle Kompetenz als zentraler Erfolgsfaktor im internationalen Projektmanagement, Hamburg
- Hoffmann, H.-E.; Schoper, Y.-G.; Fitzsimons, C. H. (Hrsg.). Internationales Projektmanagement, München
- Keßler, H.; Winkelhofer, G.A.: Projektmanagement - Leitfaden zur Steuerung und Führung von Projekten, Berlin, Heidelberg
- Rinza, P.: Projektmanagement – Planung, Überwachung und Steuerung von technischen und nichttechnischen Vorhaben, Berlin, Heidelberg

Eventkonzeption (W3BW_MKE210)

Event Concept

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3BW_MKE210	3. Studienjahr	1	Prof. Dr. Stefan Luppold	Deutsch/Englisch

INGESETZTE LEHRFORMEN

Vorlesung, Übung

INGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Portfolio	Siehe Prüfungsordnung	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
150	50	100	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden erhalten einen vertiefenden fachlichen Einblick in ausgewählte Bereiche des Messe-, Kongress- und Eventsmanagements. Insbesondere werden auch nicht unmittelbar betriebswirtschaftliche Themen angesprochen. Die Studierenden wissen diese im Kontext des Messe-, Kongress- und Eventmanagements zu bewerten.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden können die Relevanz der vermittelten Methoden und Techniken im fachlichen und beruflichen Kontext einschätzen und wissen auch um die Grenzen der jeweiligen Methoden und Praktiken. Durch Übungen und konkrete Praxisbeispiele erwerben die Studierenden konkrete Konzeptionskompetenz im Umgang mit unterschiedlichen Methoden.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden erhalten theoretisch fundiertes Fach- und Methodenwissen sowie analytische und Problemlösungsfähigkeiten in den genannten Teilbereichen des Messe-, Kongress- und Eventmanagements. Sie erwerben damit berufsbefähigende Qualifikationen. Darüber hinaus sind ihre Kommunikations- und Teamfähigkeiten im Wege des besseren Verständnisses von benachbarten Fachgebieten strukturiert.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Nach Beendigung des Moduls besitzen die Studierenden die Kompetenz, die Interaktion ihres Unternehmens mit anderen Fachgebieten zu analysieren und einzuordnen. Sie sind befähigt übergreifende Zusammenhänge und Prozesse zu erfassen. Sie können Strategien entwickeln, mit denen Unternehmen der Messe-, Kongress- und Eventwirtschaft zielorientiert auf Herausforderungen aus der Interdisziplinarität der Branche reagieren können. Die Studierenden sind sich der berufsethischen Verantwortung im Umgang sozial-ethischen Fragestellungen bewusst und bilden hierzu eine reflektierte Haltung zu ihrem eigenen Handeln.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Eventdesign	20	40

- Eventdesign
- temporäre Architektur
- Gebäudeillumination, Präsentationsinszenierung, multivisuelle Bühnenshows, virtuelle Raumwelten, Erlebnisprogramme, Einbeziehung von Künstlern, Illustratoren, Autoren, Architekten, Mediendesignern und weiteren Produktionsgewerken
- Nachhaltige Konzepte bei Veranstaltungen

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Eventpsychologie	20	40
<ul style="list-style-type: none">- Grundlagen der Wahrnehmungspsychologie und Informationsverarbeitung- multisensuale Betrachtung von Veranstaltungen- Multisensualität in der Live-Kommunikation- Psychologische Wirkungsmodelle- Berücksichtigung und Umsetzung von kommunikativ optimierten Eventelementen		
Dramaturgie, Inszenierung und Regie	10	20
<ul style="list-style-type: none">- Äußere und innere Dramaturgie- Spannungsbögen erzeugen- szenische Stil- und Gestaltungsmittel- Storytelling- Inszenierungs- und Regiepläne- Events wirkungsvoll inszenieren		

BESONDERHEITEN

-

VORAUSSETZUNGEN

Veranstaltungsorganisation und Veranstaltungsproduktion

LITERATUR

- Bohn, R.; Wilharm, H.: Inszenierung und Ereignis: Beiträge zur Theorie und Praxis der Szenografie, Bielefeld
- Diaz, M.: Die Kunst der Regie: Methodische Ansätze für den Aufbau einer Inszenierung, Dresden
 - Doppler, S.: B2B-Eventmarketing, München
 - Frissen, R.; Janssen, R.; Luijter, D.: Event Design Handbook, Amsterdam
 - Gundlach, A.: Wirkungsvolle Live-Kommunikation: Liebe Deine Helden, Dramaturgie und Inszenierung erfolgreicher Events, Heidelberg
 - Kirchgeorg, M.; Springer, C.: Live Communication Management: Ein strategischer Leitfaden zur Konzeption, Umsetzung und Erfolgskontrolle, Wiesbaden
 - Luppold, S. et al.: Alles nur Theater!?: Wie Marketing-Profis Events inszenieren, Sternenfels
 - Ronft, S.: Eventpsychologie. In: Dinkel, M.; Luppold, S.; Schröder, S.: Handbuch Messe-, Kongress- und Eventmanagement, Sternenfels
 - Sammer, P.: Storytelling, Heidelberg
 - Schäfer-Mehdi, S.: Eventmarketing: Kommunikationsstrategie, Konzeption und Umsetzung, Dramaturgie und Inszenierung, Berlin
 - Thinius, J.; Untiedt, J.: Events: Erlebnismarketing für alle Sinne, Mit neuronaler Markenkommunikation Lebensstile inszenieren, Wiesbaden
 - Zanger, C.: Events und Erlebnis: Stand und Perspektiven der Eventforschung, Wiesbaden

Integrationsseminar zu Branchenthemen (W3BW_MKE211)

Integration Seminar on Selected Management Topics

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3BW_MKE211	3. Studienjahr	2	Prof. Dr. Stefan Luppold	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

Seminar, Übung, Case Study

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Seminararbeit (mit Präsentation)	Siehe Prüfungsordnung	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
150	50	100	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Nach Abschluss des Seminars können die Studierenden integrierende Konzepte der Management-Lehre mit aktuellen Fragen des Messe-, Kongress- und Eventmanagements verknüpfen. Sie sind in der Lage, die Management-Konzepte empirisch anhand vorliegender Daten zu überprüfen und kritisch zu reflektieren. Dabei können sie aus unterschiedlichen Ansätzen zu allgemeinen oder branchenbezogenen Themen des Managements wissenschaftlich fundiert arbeiten und mit aktuellen Fragen der Unternehmenspraxis verknüpfen.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden sind in der Lage, unterschiedliche theoretische Ansätze zum Thema Management im Bereich Messe, Kongress und Event zu analysieren, sie für eine empirische Analyse zu nutzen, kritisch zu reflektieren und daraus Folgerungen abzuleiten.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden erkennen die Möglichkeit, ihre eigene inhaltlich/theoretische wie methodische Argumentationsbasis zu überprüfen, zu hinterfragen und kritisch zur Diskussion zu stellen. Sie sind in der Lage, ihren Standpunkt unter Heranziehung einer theoretisch fundierten Argumentation zu begründen und zu verteidigen. Sie entwickeln ein Gefühl für vielschichtige Problemstellungen und können konstruktiv mit komplexen, schlecht-strukturierten Situation umgehen.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden haben nach dem Besuch des Seminars die Fähigkeit, komplexe Problemstellungen zu strukturieren, zu analysieren und in Bezug auf ein Zielsystem Lösungen zu erarbeiten. Dies entspricht den für zukünftige berufliche Herausforderungen im Führungsumfeld nötigen Handlungskompetenzen. Durch die Beschäftigung mit systemischer Komplexität erkennen sie in der Endphase ihres Studiums Komplexität als Herausforderung und Chance. Sie können sowohl mit geeigneten theoretisch-modellhaften Konstrukten wie mit sinnvollen pragmatischen Lösungsmethoden die gestellten umfassenden Fragen einer konstruktiven Lösung zuführen und einer intensiven Diskussion aussetzen.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Integrationsseminar	50	100

Gegenstand des Seminars ist es, aktuelle Entwicklungen der Managementlehre und/oder Entwicklungen des Managements der spezifischen Branche wissenschaftlich fundiert aufzuarbeiten und mit aktuellen Fragen der Unternehmenspraxis zu verknüpfen.

BESONDERHEITEN

-

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

Aktuelle Literatur entsprechend der Seminausrichtung

Praxismodul III (W3BW_MKE803)

Practical Module III

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3BW_MKE803	3. Studienjahr	2	Prof. Dr. Joachim Weber	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

Projekt

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Mündliche Prüfung	30	ja
Bericht zum Ablauf und zur Reflexion des Praxismoduls	Siehe Prüfungsordnung	Bestanden/ Nicht-Bestanden

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
240	0	240	8

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden verfügen über tiefgehende und umfassende Erkenntnisse in den für die Studienrichtung relevanten Bereichen im Kontext gesellschaftlicher und digitaler Herausforderungen, insbesondere auch im Themenbereich der belegten Wahlmodule. Sie sind in der Lage, praktische Problemstellungen in ihrer Komplexität zu erfassen, zu analysieren, um darauf aufbauend unter Hinzuziehung vermittelter Lehrveranstaltungsinhalte effiziente und effektive Lösungsvorschläge zu entwickeln.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden sind mit Abschluss des Moduls in der Lage, für komplexe Praxisanwendungen angemessene Methoden auszuwählen und anzuwenden. Sie können die Möglichkeiten, Praktikabilität und Grenzen der eingesetzten Methoden einschätzen.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden sind dafür sensibilisiert, mit an ihre Rolle geknüpften Erwartungshaltungen in ihrem Arbeitsumfeld umzugehen. Sie tragen durch ihr kooperatives Verhalten in Teams dazu bei, dass die gemeinsamen Ziele erreicht werden. Für übertragene Aufgaben übernehmen sie die Verantwortung.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden sind in der Lage, auf der Basis selbstständig vorgenommener Situationsanalysen unter Hinzuziehung ihrer theoretischen Kenntnisse und Kompetenzen, zielführende Handlungsprogramme umzusetzen, zu kontrollieren und gegebenenfalls zu modifizieren.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Praxismodul III - Mündliche Prüfung	0	240

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

Personal und Organisation

Aus den nachfolgend benannten Lerninhalten des praktischen Ausbildungsplans sind exemplarische Sachverhalte auszuwählen:

- Organisation: Einordnung des Personalbereiches in das Gesamtunternehmen – Zusammenwirkung einzelner Bereiche
- Personalplanung und –beschaffung: Personalbedarfsplanung – Personalmarketing – Maßnahmen der Personalbeschaffung – Personalauswahl
- Personalbetreuung und –entwicklung: Einstellung, Versetzung und Ausscheiden von Mitarbeitern – Betreuungsgespräche – Beurteilungen – Aus- und Weiterbildungsmaßnahmen – Lohn- und Gehaltsabrechnung
- Arbeitsrecht und Arbeitsschutz
- Personalverwaltung und –politik: Vergütungssysteme – Führungssysteme – Flexibilisierung – Arbeitszeitmodelle
- Betriebswirtschaftliche Organisation: Eigene Organisationsstruktur – Abgrenzung zu anderen Strukturen – Instrumente der Aufbauorganisation – Stellenplanung – Stellenbewertung – Instrumente der Ablauforganisation – Wissensmanagement – Interne Kommunikation

Projektleitung, Unternehmensführung und Bachelorarbeit

- Planung, Vorbereitung, Durchführung und Kontrolle von Veranstaltungen: Beteiligung an der Termin-, Personal-, Organisations- und Finanzplanung; Transport, Versicherung, Reisemanagement, Vorbereitung von Informationsmaterial, Ablaufplanung, Aufplanung, Vertragswesen, Veranstaltungsnachbereitung
- Unternehmensführung/ strategisches Management: Business Development, Auslandsaktivitäten, Mergers & Acquisitions
- Erarbeitung von Lösungen / Beantwortung von Fragen in komplexen Entscheidungssituationen in einer Fachabteilung mittels Erstellung der Bachelorarbeit

Praxismodul III - Bericht zum Ablauf und zur Reflexion des Praxismoduls

0

0

BESONDERHEITEN

Die Inhalte des Praxismoduls III orientieren sich an den theoretischen Schwerpunkten in den einzelnen Semestern und dienen als Grundlage für den betrieblichen Ausbildungsplan. Der betriebliche Ausbildungsplan sollte inhaltlich an die Besonderheiten des jeweiligen Ausbildungsunternehmens angepasst werden. Dabei sind betriebliche Schwerpunktsetzungen sinnvoll.

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

- Bortz, J./Döring, N.: Forschungsmethoden und Evaluation für Human- und Sozialwissenschaftler, Heidelberg: Springer
- Kornmeier, M.: Wissenschaftstheorie und wissenschaftliches Arbeiten. Heidelberg: Physica-
- Kromrey, H.: Empirische Sozialforschung. Stuttgart: Lucius & Lucius-
- Schnell, R./Hill, P. B. / Esser, E.: Methoden der empirischen Sozialforschung. München: Oldenbourg-
- Schwaiger, M./Meyer, A.: Theorien und Methoden der Betriebswirtschaft. München: Vahlen-
- Stichel-Wolf, C./Wolf, J.: Wissenschaftliches Arbeiten und Lerntechniken, Wiesbaden: Gabler-
- Theisen, M. R.: Wissenschaftliches Arbeiten. München: Vahlen

Finanzsteuerung (W3BW_MKE301)

Financial Controls

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3BW_MKE301	3. Studienjahr	1	Prof. Dr. Thomas Bauer	Deutsch/Englisch

INGESETZTE LEHRFORMEN

Vorlesung, Übung

INGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur	120	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
150	50	100	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Nach Abschluss des Moduls besitzen die Studierenden fundierte Kenntnisse über wesentliche Fragestellungen im Rahmen der Finanzsteuerung. Sie lernen grundlegende Managementtechniken kennen und sind in der Lage, entsprechende Entscheidungsmodelle anzuwenden und fundierte Entscheidungen zu treffen.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden beherrschen die Instrumente des Controllings, des Finanzmanagements und der Unternehmensbewertung. Sie haben ferner einen Einblick in die Softwarelösungen, die in der unternehmerischen Anwendung eingesetzt werden (insb. ERP-Systeme). Sie sind in der Lage, die Themengebiete zielorientiert zu strukturieren, da sie ihre Instrument- und Methodenkompetenz auf spezielle Aufgabenstellungen anwenden können. Die Studierenden sind in der Lage, selbstständig Anpassungen an situationsbedingt variierenden Gegebenheiten in Unternehmen vorzunehmen.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden haben einen detaillierten Einblick in Aspekte der Finanzsteuerung erhalten und sind in der Lage, entsprechende Planungen durchzuführen und abzuwägen. Dabei sind ihnen die Folgen der Anwendung von Steuerungsinstrumenten für die betrieblichen Abläufe und den davon betroffenen Mitarbeitern bewusst und sie sind in der Lage, diese in betriebliche Entscheidungen einzubeziehen.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden haben einen Überblick über die Finanzsteuerung in der Veranstaltungsbranche erhalten und sind in der Lage, diese Kenntnisse zu verstehen und anzuwenden. Neben branchenbezogenen Inhalten sind sie darüber hinaus in der Lage, die erworbenen Kenntnisse auch in anderen Branchen einzusetzen. Insbesondere die Kenntnisse im Rahmen des Controllings erleichtern den Studierenden den Einstieg in branchenübergreifende Aufgaben im Rahmen der Unternehmensführung.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Controlling	25	50

- Ziele und Aufgaben des Controllings
- Moderne Konzepte und Instrumente (z.B. Deckungsbeitragsrechnungen, Target Costing, KAIZEN)
- Vertiefungen und Anwendung anhand von Fallstudien
- Aufbau und Funktion von ERP-Systemen
- Exemplarischer Einblick in die Funktionen von CO-ERP-Systemen

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN

Finanzmanagement, Mergers & Acquisitions

PRÄSENZZEIT

25

SELBSTSTUDIUM

50

- Ausgewählte Instrumente des Finanz- und Risikocontrollings
- Limitplanung und Cash Management (Treasury)
- direkte und indirekte Kapitalflussrechnung
- kapitalmarktorientierte Informationssysteme
- Unternehmensbewertung
- Unternehmenszusammenschlüsse
- Kooperationsformen

BESONDERHEITEN

-

VORAUSSETZUNGEN

Betriebswirtschaftslehre, Unternehmensrechnung, Bilanzierung und Besteuerung

LITERATUR

- Brealey, R.A.; Myers, S.C.; Allen, F.: Principles of Corporate Finance, New York
- Deyhle, A.; Hauser, M.: Controlling-Praxis, Freiburg
- Horváth, P.: Controlling, München
- Perridon, L.; Steiner, M.; Rathgeber, A.W.: Finanzwirtschaft der Unternehmung, München
- Prätsch, J.; Schikorra, U.; Ludwig, E.: Finanz-Management, Berlin
- Steinle, C.; Daum, A.: Controlling: Kompendium für Ausbildung und Praxis, Stuttgart
- Weber, J.; Schäffer, U.: Einführung in das Controlling, Stuttgart
- Wöhe, G.: Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, München

Marketingsteuerung (W3BW_MKE302)

Marketing Controls

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3BW_MKE302	3. Studienjahr	1	Prof. Dr. Thomas Bauer	Deutsch/Englisch

INGESETZTE LEHRFORMEN

Vorlesung, Übung

INGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur	120	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
150	50	100	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Nach Abschluss des Moduls besitzen die Studierenden fundierte Kenntnisse über wesentliche Fragestellungen im Rahmen der Marketingsteuerung. Sie lernen grundlegende Managementtechniken im Kundenmanagement und Markenmanagement kennen und sind in der Lage, entsprechende Entscheidungs- und Bewertungsmodelle anzuwenden und fundierte Entscheidungen zu treffen.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden beherrschen die Instrumente des Kundenmanagements und des Markenmanagements. Sie haben ferner einen Einblick in die Softwarelösungen, die im Kundenmanagement eingesetzt werden (CRM-Systeme). Sie sind in der Lage, die Themengebiete zielorientiert zu strukturieren, da sie ihre Instrument- und Methodenkompetenz auf spezielle Aufgabenstellungen anwenden können. Die Studierenden sind in der Lage, selbstständig Anpassungen an situationsbedingt variierenden Gegebenheiten in Unternehmen vorzunehmen.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden haben einen detaillierten Einblick in Aspekte der Marketingsteuerung erhalten und sind in der Lage, entsprechende Planungen durchzuführen und abzuwägen. Dabei sind ihnen die Folgen der Anwendung von Steuerungsinstrumenten für die betrieblichen Abläufe und den davon betroffenen Mitarbeitern bewusst und sie sind in der Lage, diese in betriebliche Entscheidungen einzubeziehen.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden haben einen Überblick über die Marketingsteuerung in der Veranstaltungsbranche erhalten und sind in der Lage, diese Kenntnisse zu verstehen und anzuwenden. Neben branchenbezogenen Inhalten sind sie darüber hinaus in der Lage, die erworbenen Kenntnisse auch in anderen Branchen einzusetzen. Insbesondere die Kenntnisse im Rahmen des Customer Relationship Managements (CRM) und Markenmanagement erleichtern den Studierenden den Einstieg in branchenübergreifende Aufgaben im Rahmen der Unternehmensführung.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
CRM	30	60

- Grundlagen Kundenmanagement
- Kundenwert
- Direkt- und Dialogmarketinginstrumente
- Informationsprozess des CRM
- Verkaufsprozesse des CRM im Aussteller- und Besuchermarketing
- CRM-Systeme
- Kampagnenmanagement mit Dialogmarketingsystemen
- Erfolgsmessung im CRM

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Markenmanagement	20	40
<ul style="list-style-type: none">- Grundkonzepte der Markenpolitik- Markenwirkungen- Markenführung und Kommunikation- Markenforschung und Markenbewertung- Veranstaltungs- und Destinationsmarken		

BESONDERHEITEN

-

VORAUSSETZUNGEN

Veranstaltungsorganisation, Veranstaltungsmarketing und Veranstaltungskommunikation

LITERATUR

- Aaker, D.; Joachimsthaler, E.: Brand Leadership, New York
- Baumgarth, C.: Markenpolitik, Wiesbaden
- Bruhn, M.: Relationship Marketing: Das Management von Kundenbeziehungen, München
- Burmann, C.; Halaszovich, T.; Hemmann, F.: Identitätsbasierte Markenführung, Wiesbaden
- Dänzler, S.; Heun, T. (Hrsg.): Marke und digitale Medien, Wiesbaden
- Diller, H.; Haas, A.; Ivens, B.: Verkauf und Kundenmanagement, Stuttgart
- Esch, F.-R.: Strategie und Technik der Markenführung, München
- Kapferer, J.-N.: The New Strategic Brand Management, London/Philadelphia
- Kumar, V.; Reinartz, W.: Customer Relationship Management. Concept, Strategy and Tools, Berlin/Heidelberg
- Meffert, H.; Burmann, C.; Koers, M. (Hrsg.): Markenmanagement, Wiesbaden

Management der Veranstalter (W3BW_MKE350)

Organizer Management

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3BW_MKE350	3. Studienjahr	1	Prof. Dr. Stefan Luppold	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

Vorlesung, Übung

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Portfolio	Siehe Prüfungsordnung	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
300	100	200	10

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Nach Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage, die Elemente des Managements der Veranstalter in einen Bezug zu dem bisherigen Wissenserwerb zu setzen und die Relevanz im Managementprozess fachlich gestützt einzuschätzen.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden verstehen die spezifischen Teil-Aspekte im Kontext des Managements der Veranstalter, identifizieren aktuelle Entwicklungen in den relevanten Fachgebieten, modellieren Methoden und Techniken situativ und reflektieren ihr Handeln im zeitlichen Verlauf und mit zielorientierten Verbesserungen.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden sind mit Abschluss des Moduls in der Lage, die wesentlichen Dimensionen des Managements der Veranstalter in der Messe-, Kongress- und Eventwirtschaft unter dem Aspekt sozialer und ethischer Entwicklungen zu bewerten. Sie können sie in den Kontext gesellschaftlicher Entwicklungen einordnen und ggf. inhaltlich anpassen. Die Studierenden haben mit Abschluss des Moduls ihre kognitiven und emotionalen Fähigkeiten verbessert, um geeignete Methoden zur strukturierten Bearbeitung unterschiedlicher Aufgabenstellungen einzusetzen. Sie können sich mit Fachvertretern und Laien über Informationen, Ideen, Probleme und Lösungen austauschen sowie sich argumentativ behaupten. Sie sind in der Lage, Verantwortung in einem Team zu übernehmen und haben ihre soziale Interaktion verbessert.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden haben Kompetenzen erworben, Problemstellungen selbstständig zu analysieren und weiterzuentwickeln. Sie können die Auswirkungen von Strategien und Maßnahmen im Kontext der vernetzten Branche und in ihren Auswirkungen auf andere Unternehmensfunktionen und -bereiche bewerten. Im Rahmen einer partiellen Führungsverantwortung sind sie in der Lage, quantitative und qualitative Ziele abzustimmen, daraus entstehende Aufgaben zu delegieren und Konflikte zu lösen.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Vertragsgestaltung	20	40

- Vertragsarten bezogen auf Rollen im Leistungserstellungsprozess
- Einzel- und Rahmenverträge
- Haftungs- und leistungsspezifische Vertragsbestandteile
- Umsatzsteuerrechtliche Aspekte bei internationalen Veranstaltungen und Dienstleistungen

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Informationsmanagement für Veranstaltungen	30	60
<ul style="list-style-type: none">- Strategische und operative Grundlagen- Informationsmanagementsysteme für branchenspezifische Unternehmen- Qualitäts- und Wirtschaftlichkeitspotenziale bei Kern- und Unterstützungsprozessen- Technische und organisatorische Grundlagen für Einführung und Betrieb von Informationsmanagementsystemen (z.B. zur Aufplanung von Messen, Teilnehmermanagement, Terminplanung)- Controlling im Kontext von Informationsmanagement		
Veranstaltungs-Controlling	20	40
<ul style="list-style-type: none">- Prozess- und Projekt-Controlling- Prämissen- und wirkungsorientiertes Controlling- Besonderheiten im Zielsystem- Kennzahlenentwicklung (KPIs)- Systembildung und Systemkopplung		
Ausgewählte Fragen des Organizer Managements	30	60
<ul style="list-style-type: none">- Rechtliche und gesellschaftliche Werte orientierte Entwicklungen- Make-or-Buy-Situationen im Kontext von Wertschöpfung und Kernkompetenzen- Effizienz und Effektivität als Gestaltungsparameter für Veranstaltungen- Kommunikationskonzepte im Leistungserstellungsprozess- Trends und Entwicklungen		

BESONDERHEITEN

-

VORAUSSETZUNGEN

Veranstaltungsorganisation, Veranstaltungsmarketing und Veranstaltungskommunikation

LITERATUR

- Billet, F.; Lienhard, T.: Innovative Controllingkonzepte für Veranstaltungszentren, Sternenfels
- Bühnert, C.; Luppold, S.: Praxishandbuch Kongress-, Tagungs- und Konferenzmanagement, Wiesbaden
- Dinkel, M.; Luppold, S.; Schröder, C.: Handbuch Messe-, Kongress- und Eventmanagement, Sternenfels
- Gleisner, H.; Femerling, C.: Logistik, Wiesbaden
- Glöckner, M.: Veranstaltungsrecht, Sternenfels
- Güllemann, D.: Veranstaltungsmanagement, Event- und Messerecht, München
- Holzbaur, U.: Eventmanagement, Wiesbaden
- Jaworski, J.; Luppold, S.: Informationstechnologie im Tourismus
- Kirchgeorg, M.: Handbuch Messemanagement, Wiesbaden
- Luppold, S.; Rück, H.: Event Controlling and Performance Measurement, Wiesbaden
- Raith, J.: Dienstleistungsmanagement in Veranstaltungszentren, Sternenfels

Venue Management (W3BW_MKE352)

Venue Management

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3BW_MKE352	3. Studienjahr	1	Prof. Dr. Stefan Luppold	Deutsch/Englisch

INGESETZTE LEHRFORMEN

Vorlesung, Übung

INGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Portfolio	Siehe Prüfungsordnung	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
300	100	200	10

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Nach Abschluss des Moduls besitzen die Studierenden fundierte Kenntnisse über die grundlegenden Fragestellungen des Veranstaltungsstätten-Managements (Venue Management). Sie können die verschiedenen Aufgabenbereiche des Facility Managements gegeneinander abgrenzen und beherrschen die charakteristischen Managementtechniken.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden erhalten theoretisch fundiertes Fach- und Methodenwissen sowie analytische und Problemlösungsfähigkeiten in den genannten Teilbereichen des Venue Managements. Sie erwerben damit vertiefte berufsbefähigende Qualifikationen, die der verbesserten Orientierung im eigenen Berufsfeld dienen und mit der Erweiterung der Kenntnisse im Venue Management Gestaltungsspielräume schaffen.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden erwerben in diesem Modul die Kompetenz, die jeweiligen Themenbereiche gegeneinander abzugrenzen und mit den Aufgabenstellungen des Veranstaltungsmanagements zu verknüpfen. Im Rahmen dieser Vernetzung können die Studierenden individuelle und betriebliche Handlungsziele entwickeln und den jeweiligen Interessengruppen zuordnen. Auf diese Weise werden Teamfähigkeit, Kooperationsbereitschaft, Kommunikations- und Konfliktfähigkeit gestärkt. Sie erkennen dadurch die Relevanz der behandelten Themenbereiche für die Weiterentwicklung ihrer Unternehmen und können diese Kompetenz im inner- sowie außerbetrieblichen sozioökonomischen Kontext umsetzen.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden erwerben ein fundiertes konzeptionelles wie methodisches Wissen zu Fragen des Venue Managements in verschiedenen Teilgebieten der Messe-, Kongress- und Eventwirtschaft. Dadurch sind sie in der Lage, sich sachgerecht und durchdacht den betrieblichen Anforderungen zu stellen. Sie sind fähig, sich im Unternehmen zu orientieren, sich im komplexen Umfeld des Venue Managements zurechtzufinden und Aufgaben, die sowohl das Veranstaltungs- als auch das Venue Management betreffend eigenständig und in Teamstrukturen durchzuführen sowie sozial verantwortlich zu agieren.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Technisches Facility Management	20	40

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
<ul style="list-style-type: none">- Arten von Veranstaltungsfazilitäten- strategische und operationale Fragestellungen- Lebenszyklus eines Gebäudes- technische Betriebsführung- Instandhaltung- Energiemanagement- Gebäudeautomation- Flächen- und Gebäudemanagement- Baurecht		
Infrastrukturelles Facility Management	20	40
<ul style="list-style-type: none">- Ausstellerlogistik- Besucherlogistik- Teilnehmerlogistik- Ladelogistik- Anreise und Abreise der Teilnehmer- Öffentlicher Nahverkehr- Parkplätze - Planung- Beschilderung- Integration externer- Sicherheitsmanagement- Andere Services		
Kaufmännisches Facility Management	30	60
<ul style="list-style-type: none">- Facility Management Prozess- Business Plan- Ticketing- Gebäudeverwaltung- Kosten- und Leistungsrechnung, Kapazitätsmanagement- Outsourcing- Investitionen- Controlling		
Ausgewählte Fragen des Venue Managements	30	60
<ul style="list-style-type: none">- Vertragsmanagement- Destinationsmarketing- Objektmarketing- Vertriebsmanagement Vertiefung- Finanzierungs- und Betriebskonzepte- Markt- und Wettbewerbsanalysen		

BESONDERHEITEN

-

VORAUSSETZUNGEN

Veranstaltungsorganisation und Veranstaltungsproduktion

LITERATUR

- Braun, H.-P.; Oesterle, E.; Haller, P.: Facility Management, Erfolg in der Immobilienbewirtschaftung, Heidelberg
- Daum, G. H.: Facility Management: Ein neuer Unternehmensbereich als Folge von Outsourcing, Norderstedt
- Krimmling, J.: Facility Management Strukturen und methodische Instrumente, Stuttgart
- Krimmling, J.; Oelschlegel, J.; Höschele, V.: Technisches Gebäudemanagement: Instrumente zur Kostensenkung in Unternehmen und Behörden, Renningen
- Lawson, F.: Congress, Convention & Exhibition Facilities: Planning, Design and Management, Bath (UK)
- Masteralexis, L.; Barr, C.; Hums, M.: Principles and Practice of Sport Management, Sudbury (CDN)
- Nävy, J.: Facility Management: Grundlagen, Computerunterstützung, Systemeinführung, Anwendungsbeispiele, Berlin
- Preuß, N.; Schöne, L.: Real Estate und Facility Management, Aus Sicht der Consultingpraxis, Berlin
- Schneider, H.; Görze, R.; von Kessel, H.: Facility Management planen, einführen, nutzen, Stuttgart
- Theede, M.: Management und Marketing von Konzerthäusern: Die Bedeutung des innovativen Faktors, Frankfurt a. M.